

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

UN MODELO DE COMERCIALIZACIÓN DEL CHILE VERDE



LICENCIADO

GUATEMALA, SEPTIEMBRE DE 1,999



**MIEMBROS DE LA HONORABLE JUNTA DIRECTIVA
DE LA FACULTAD**

NOMBRE	CARGO
Lic. Miguel Angel Lira Trujillo	DECANO
Lic. Eduardo Antonio Velásquez Carrera	SECRETARIO
Lic. Rolando de Jesús Oliva Olonzo	VOCAL I
Lic. Andrés Guillermo Castillo Nowell	VOCAL II
Lic. Gustavo Adolfo Vega	VOCAL III
P.A.E. Jairo Joaquín Flores Divas	VOCAL IV
P.C. William Tomás Ramírez Raymundo	VOCAL V

**PROFESIONALES QUE PRACTICARON EL EXAMEN
DE ÁREAS PRÁCTICAS BÁSICAS**

NOMBRE	ÁREA
Lic. Otto René Morales Peña	Matemática-Estadística
Lic. Pedro R. Boburg Castellanos	Administración y Finanzas
Lic. César A. Marroquín Dueñas	Mercadotecnia y Administración de Operaciones.

**JURADO QUE PRACTICÓ EL EXAMEN PRIVADO DE
TESIS**

NOMBRE	CARGO
Lic. Rolando de Jesús Oliva Alonzo	PRESIDENTE
Lic. Otto René Morales Peña	SECRETARIO
Lic. Edmundo Antonio Gereda Lirrayes	EXAMINADOR



Guatemala,
13 de agosto de 1998.

enciado
ato Santiago Monzón Villatoro
ano
ultad de Ciencias Económicas
versidad de San Carlos de Guatemala

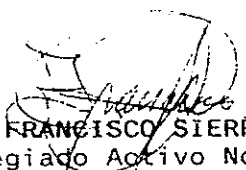
ior Decano:

De conformidad con su oficio del 09 de septiembre de 1997, en el que me designa como asesor del estudiante Faustino Matul González, del trabajo de tesis: **Un modelo de comercialización del chile verde;** procedido a realizar dicho estudio, encontrando que está marcado dentro del proyecto de tesis aprobado.

Por lo anterior y considero que el trabajo de tesis presentado por el señor Faustino Matul González, es un trabajo profesional que responde al objetivo previsto, he llegado a la conclusión de que dicho trabajo es una fuente de información útil e importante para trabajos posteriores relacionados con el campo investigado.

Por lo tanto, me permito recomendar que el mismo sea aceptado para su discusión en el EXAMEN PRIVADO DE TESIS, me es grato emitir mi DICTAMEN DE APROBACIÓN.

Atentamente,


Lic. FRANCISCO SIERRA JIMENEZ
Colegiado Activo No. 1,958
Asesor de Tesis



**DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS. GUATEMALA,
TRECE DE SEPTIEMBRE MIL NOVECIENTOS NOVENTA Y NUEVE.**

Con base en lo estipulado en el Artículo 23o, del Reglamento de Evaluación Final de Exámenes de Areas Prácticas y Examen Privado de Tesis, el dictamen emitido por el Lic. Francisco Sierra Jiménez, quien fuera designado Asesor y el Acta ADMON. 40-99, donde consta que el estudiante FAUSTINO MATUL GONZALEZ, ha aprobado su Examen Privado de Tesis, se le autoriza la impresión del Trabajo de Tesis, denominado "UN MODELO DE COMERCIALIZACION DEL CHILE VERDE".

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


LIC. EDUARDO ANTONIO VELASQUEZ CARRERA
SECRETARIO




LIC. MIGUEL ANGEL LIRA TRUJILLO
DECANO



Smp.



ACTO QUE DEDICO

MIS PADRES: Por haberme dado la vida y el saber.
Longino Matul Ordóñez y Dominga González García.
Por los sacrificios y consejos.

MIS ESPOSA: Ana Gloria Hernández
Por su abnegación y comprensión.

MIS HERMANOS: Urbana, Santos, Eleuteria, Borromeo, Blas Oscar, Balvina, Urceola y Cirilo
Con mucho cariño y comprensión.

MIS GRUPO DE ESTUDIO: Ennio Galicia, Julio Contreras, K. Enríquez y Wilfrido Villatoro.
Por el soporte que me proporcionaron.

MIS DOCENTES: Por los conocimientos que me brindaron en toda mi vida estudiantil.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

INSTITUCIONES: Proyecto de Desarrollo Productivo, Corporación Gutiérrez, Instituto de Transformación Agraria, Región VIII, Centro Maya, Instituto Suger Montano y Cooperativas productoras de Chile Verde.
Por el apoyo que recibí.

UN AMIGO: Francisco Antonio Villaseñor Velarde
Por su orientación y cooperación.

MIS PADRINOS: Dr. José Eduardo Suger Cofiño, Dr. Roberto Francisco Montano Midence e Ing. Carlos René Berges Cario.
Por el sacrificio realizado en mi formación académica.

MIS ASESORES: Lic. Francisco Sierra Jiménez y Lic. Caryl Alonzo Jiménez.
Por la orientación profesional e incondicional que obtuve.

ÍNDICE GENERAL

PÁGINA

Introducción.....	i
-------------------	---

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

Aspectos generales del departamento Petén

Aspectos geográficos.....	1
1.1. Ubicación geográfica.....	1
1.2. División administrativa.....	2
1.3. Clima.....	2
1.4. Suelos.....	3
1.4.1. De bosques.....	3
1.5. Topografía.....	5
1.6. Hidrografía.....	6
1.7. Bosques.....	6
1.8. Población.....	6
1.9. Precipitación pluvial.....	7

Aspectos del municipio La Libertad

Características geográficas.....	7
1.1. Ubicación geográfica.....	7
1.2. Población.....	8

Perfil de las cooperativas objeto de estudio

Sistemas de organización.....	9
1.1. Aspectos sociales.....	9
1.2. Régimen de organización.....	9
Características geográficas.....	10
2.1. Antecedentes de la región donde operan las cooperativas.....	10
2.2. Pacificación.....	11
2.3. Inmigración.....	12
2.4. Localización.....	12
2.5. Límites y colindancias.....	12
2.6. Extensión y ubicación respecto a la Reserva de la Biosfera Maya.....	13



2.7.	Distancias entre cooperativas y la cabecera municipal más cercana.....	15
2.8.	Suelos.....	17
3.	Asistencia técnica y servicios.....	18
3.1.	Centro de repatriación.....	18
3.2.	Instituciones y servicios.....	19
4.	Infraestructura.....	21
4.1.	Transporte.....	21
4.2.	Almacenamiento.....	25
5.	Planificación agrícola.....	25
6.	Alternativas de mercadeo.....	28
6.1.	Sistemas de brokers.....	28
6.2.	Ventas a futuro.....	29
6.2.1.	¿Qué es bolsa de productos agropecuarios?.....	30
6.2.2.	Tipos de mercados.....	31
7.	Acopio.....	33
7.1.	Transformación del producto.....	33
8.	Venta.....	34
8.1.	Real.....	35
8.2.	A consignación.....	36
9.	Protección al productor y consumidor.....	36
9.1.	Contingentes arancelarios.....	36
10.	Sistemas de pago.....	37
10.1.	Anticipado.....	38
10.2.	Contra entrega.....	38
10.3.	Trámite de cheque.....	38
10.4.	Crédito.....	38

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

A.	Producción	
1.	Actividades productivas.....	40
1.1.	Chile.....	40

1.2.	Requisitos de calidad necesarios para la comercialización.....	46
2.	Capacidad y estructura de costos de producción.....	47
2.1.	Capacidad	47
2.2.	Materia prima y materiales.....	49
2.3.	Mano de obra.....	59
2.4.	Gastos de comercialización.....	50
2.5.	Punto de equilibrio.....	51
3.	Producción de chile verde.....	54
3.1.	Análisis del precio del producto.....	55
B. Comercialización del producto		
1.	Comercialización.....	55
1.1.	Presentación.....	55
1.2.	Mercado.....	57
1.3.	Necesidades de mercados alternos.....	57
1.4.	Clasificación.....	58
1.5.	Mercado latente.....	60
1.6.	Causas de la carencia de mercados.....	62
1.7.	Precio.....	64
2.	Canales de distribución.....	65
2.1.	Mayorista.....	67
2.2.	Detallista.....	67
2.3.	Minorista.....	68
3.	Márgenes de comercialización.....	68
3.1.	Margen bruto.....	68
3.2.	Margen neto.....	69
C. Financiamiento		
1.	Requerimiento de recursos financieros.....	70

CAPÍTULO III

PROPUESTA: ORGANIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CHILE VERDE

A. Modelo de organización.

1.	Empresa de acopio y comercialización.....	71
1.1.	Modelo de organización.....	71
1.2.	Estructura.....	71



1.2.1. Funciones principales.....	72
1.3. Sistema de funcionamiento.....	75
1.3.1. Funciones del centro de acopio.....	75
1.4. Requisitos legales.....	76
B. Comercialización propuesta	
1. Organización del sistema.....	77
2. Central de acopio y comercialización.....	78
2.1. Funcionamiento y administración.....	78
2.2. Logística de comercialización.....	79
2.3. Financiamiento.....	80
2.4. Asistencia técnica.....	81
2.5. Reinversión de capitales.....	82
C. Perspectivas	
1. Corto plazo.....	83
1.1. Organización de productores.....	83
1.2. Asistencia técnica.....	83
1.3. Sistema de acopio.....	84
1.4. Comercialización (contratos anuales por volu- men)	85
2. Mediano plazo.....	85
2.1. Tecnologías en el cultivo.....	85
2.2. Mercados internacionales.....	86
3. Largo plazo.....	87
3.1. Líneas de crédito en el sistema financiero na- cional.....	87

Conclusiones y recomendaciones

A. Conclusiones.....	89
B. Recomendaciones.....	91
Bibliografía	93
Anexos.....	95

ÍNDICE DE CUADROS

No.	TÍTULO	Pág.
01.	Población de retornados	13
02.	Localización de las cooperativas según coordenadas...	14
03.	Régimen de tenencia y situación legal de las propiedades hasta 1997.....	17
04.	Distanciamiento de las cooperativas a la cabecera municipal de Sayaxché, Bethel y El Subín	18
05.	Arancel aplicado al chile.....	37
06.	Recursos físicos.....	48
07.	Materia prima	49
08.	Recursos humanos	50
09.	Gastos de comercialización	52
10.	Producción de chile verde, año 1997.....	54
11.	Comportamiento de precios del Chile Verde.....	65

ÍNDICE DE GRÁFICAS

No.	TÍTULO	Pág.
01.	Canales de distribución del Chile Verde.....	66
02.	Modelo de organización propuesta del centro de acopio	73
03.	Modelo de comercialización del Chile Verde.....	78

ÍNDICE DE MAPAS

No.	TÍTULO	Pág.
01.	Ubicación geográfica del municipio La Libertad, Petén	08
02.	Localización de las cooperativas.....	15
03.	Ubicación de las cooperativas respecto a la Reserva de la Biosfera Maya	16
04.	Vías de acceso a las cooperativas.....	23



INTRODUCCIÓN

Esta obra constituye una aportación al campo de la mercadotecnia agrícola, determina la necesidad de profundizar sobre un tema importante y de aplicación práctica, como es Un modelo de comercialización del chile verde. El estudio fue realizado en seis cooperativa agropecuarias, que actualmente producen chile jalapeño para la comercialización, las cuales pertenecen al municipio La Libertad, Petén; en las que se estableció la importancia del modelo de comercialización y su correcta aplicación permite determinar las sugerencias viables en los aspectos más relevantes para la región en análisis.

El desarrollo de la tesis se presenta estructurada de una manera sencilla, con un contenido amplio y concreto, que sintetiza el criterio de diferentes autores relacionados con el tema. Su contenido orienta la ejecución del modelo de comercialización, con los elementos y recursos necesarios para el desenvolvimiento de la misma.

El Primer Capítulo se circunscribe las generalidades de las cooperativas, ubicaciones cartográficas de la región, sistema de organización, asistencia técnica y servicios, extensión y localización de las mismas; así como la infraestructura y mercados alternos para los productores de la región, que constituyen el Marco Teórico.

1



El Segundo Capítulo se refiere al Diagnóstico realizado a la producción, descripción del producto, identificar la variedad del mismo, requisitos de calidad para la venta, recursos utilizados, elementos del costo de producción, punto de equilibrio y análisis del precio de venta. Todo lo relacionado al mercadeo se estableció: mercado utilizado, carencia de mercados alternos, precio de mercado, canales de distribución, márgenes de producción y financiamiento para las cooperativas; del cual se puede inferir que su desarrollo es limitado y poco conocido en el mercado nacional y mejicano, que es el más frecuentado por los socios productores del Chile Verde. El término Chile Verde se refiere al Chile Jalapeño (debido a su color), que se produce en escala comercial por los socios de las cooperativas.

En el Tercer Capítulo se describe la Propuesta, sugiriendo una estructura organizacional para la empresa comercializadora, canal de comercialización, funciones, y objetivo. Se plantea un centro de acopio para mercadear la producción de los productores; haciendo énfasis en las diversas formas del mercadeo de los productos de origen agrícola.

En las conclusiones se determinan los elementos básicos, que todo agricultor necesita para una buena comercialización. Conforme a lo concluido se presentan las respectivas recomendaciones, que van dirigidas al conocimiento y aplicación del modelo de comercialización de cualquier actividad agrícola, especificando lo relacionado con el mercadeo agrícola.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

A. Aspectos generales del departamento Petén

1. Aspectos geográficos

1.1. Ubicación geográfica

El departamento de Petén está localizado en la parte norte del país, desde el vértice de Campeche en el Meridiano $90^{\circ}59'22.2''$ longitud oeste y en el paralelo $17^{\circ}49'00''$ latitud norte, hasta el vértice de Aguas Turbias, localizado en el Meridiano $89^{\circ}09'22.1''$ longitud oeste y en el paralelo $17^{\circ}49'00''$ latitud norte. En la parte sur, desde el vértice del río Chixoy hasta el vértice Gracias a Dios, sus coordenadas geográficas se encuentran entre los meridianos $90^{\circ}26'35''$ y $89^{\circ}13'30''$ longitud oeste y los paralelos $16^{\circ}04'35''$ y $15^{\circ}53'45''$ latitud norte, respectivamente.

En la parte oeste desde el vértice de Campeche hasta el vértice El Ceibo localizado en el Meridiano $90^{\circ}59'22.2''$ longitud oeste y el paralelo $17^{\circ}15'12.05''$ latitud norte y desde el vértice El Ceibo hasta el vértice Usumacinta, que se localiza en el Meridiano $91^{\circ}26'25.23''$ longitud oeste y el paralelo $17^{\circ}15'12.05''$ latitud norte; luego, siguiendo el cauce del río Usumacinta y el río Salinas hasta el vértice del río Chixoy, es decir, al norte limita con la República de México, al sur con los departamentos de Alta Verapaz, Izabal y Quiché, al



oriente con la República de Belice y al occidente con la República de México.

1.2. División administrativa

Ciudad Flores es la cabecera departamental que se ubica a 515 Km de la Ciudad Capital, posee doce municipios: Flores, San Benito, San José, San Andrés, La Libertad, Sayaxché, San Luis, Poptún, Dolores, Santa Ana, San Francisco y Melchor de Mencos. Su extensión territorial es de 35,854 Km².

1.3. Clima

Guatemala y la región de Petén están dentro de la faja tropical del planeta. El clima de Petén es de tipo cálido y húmedo, típico para tierras bajas de esta latitud (alrededor de 17^o latitud norte). Las temperaturas promedio anuales son altas, todas las estaciones meteorológicas existentes en la región, superan los 23^oC. El promedio anual más bajo fue observado a 450 metros sobre el nivel del mar (msnm) en la estación Machaquilá, con 23^oC; en el otro extremo, el promedio más alto se registra en la estación Uaxactún, a 200 msnm, con 37^oC. Las temperaturas más frescas suceden en enero, febrero, noviembre y diciembre, con valores entre 20 y 24^oC; en cambio, los meses de mayo y junio presentan los promedios más altos, entre 25 y 37^oC.

La máxima promedio observada, de 32.4^oC, se registró en Sayaxché a 132 msnm, así como la máxima absoluta de 44^oC, en

mayo, abril y junio. La mínima promedio observada corresponde a Machaquilá y el mínimo absoluto de 9.4⁰C, se registró en Tikal, ubicado a 198 msnm.

1.4. Suelos

Por pertenecer a la meseta baja de Petén, que constituye una prolongación de la Península de Yucatán, cuya característica morfológica es kárstica; "la superficie del Departamento es de 3,585,400 hectáreas. De éstas, 14,658 corresponden al área cubierta por las lagunas; el resto, que es de 3,570,742 ha, corresponden a 26 series de suelos clasificados en dos grupos: De Sabanas que le pertenece siete series, que son suelos muy pobres y arcillosos, están fuertemente lavados y son ácidos, su área es de 354,394 ha" (20:-571) y De Bosques, que son suelos con vocación forestal.

1.4.1. De bosques

Son en su mayor parte fértiles, pero mucho de ellos tienen como factor limitante a su productividad potencial, fuerte pendiente, pedregosidad, poco espesor o mal drenaje; su área es de 3,216,348 ha, o sea el 89.84% de la superficie del Departamento. Está dividido en cuatro subgrupos: "El subgrupo A. Suelos Profundos, bien drenados, lo constituyen los suelos **Quinil**, **Sebol** y **Sotz**, que se encuentran predominantemente en la parte sur y oeste de Petén. El declive predominante de ellos es menor de 10%, pero existen también pendientes fuertes, ocasionalmente. Su área es de 397,385 ha, equivalente al 10% de la del Departamento.

El subgrupo B. Suelos Pocos Profundos, bien drenados están representados por los suelos Cuxú, Chacalté, Guapaca, Ixbobó, Joljá, Sacluc y Yaxá, que se encuentran en la parte central y levante septentrional y meridional del Departamento. A pesar de estar estos suelos incluidos en el mismo grupo, hay entre algunos de ellos marcada diferencia en cuanto al declive predominantemente que los afecta, siendo los Cuxú, Chacalté, Guapaca e Ixbobó mucho más inclinados que los Joljá, Sacluc y parte de los Yaxá, pues los primeros tienen algunas veces declives hasta el 50%. Sin embargo, dentro de los Joljá, Sacluc y Yaxá se encuentran sucesiones y estribaciones de cerros cónicos con pendientes fuertes. El área de este grupo es de 1,640,706 ha, equivalente al 46.36% de la del Departamento.

El subgrupo C. Suelos Profundos, con drenajes malos o deficientes, está constituido por los suelos Chapayal, Chocop, Mopán, Petexbatún, Sarstún, Usumacinta y Yaloch, los que se encuentran distribuidos en todo el Departamento. Ocupan generalmente planicies, aunque también se encuentran en ondulaciones suaves. Casi todos son de reacción ligeramente ácida a levemente alcalina, aunque algunos de ellos son fuertemente ácidos en el subsuelo. La extensión ocupada por el grupo es de 874,383 ha, equivalentes a 24.11% de la del Departamento.

El subgrupo D. Suelos Pocos Profundos, con drenajes deficientes, lo constituyen los suelos Macanché y Uaxactún.

Estos ocupan áreas planas o leves ondulaciones. Se han desarrollado de rocas calizas suaves, blancas y porosas que tienen una consistencia parecida a la del yeso. Están cubiertos por grandes bosques, que son buenos productores de Chicle de primera clase. El área de este grupo es de 303,874 ha, equivalente al 8.39% de la del Departamento" (20:583)

La diversidad de suelos existentes en Petén, en su mayoría son de vocación forestal aunado al desconocimiento de las técnicas de selección de suelos aptos para la agricultura, los productores generan continuamente la agricultura migratoria y de esta forma se acelera el deterioro de la selva.

1.5. Topografía

Según los registros del Instituto Geográfico Nacional, la mayor parte del territorio petencero está comprendida entre la cota de 100 a 500 msnm, con una pendiente promedio de 5%. En el vértice noroccidental el relieve alcanza alturas de menos de 100 msnm, con una pendiente del 1%. Las alturas mayores se encuentran en el extremo suroriental, con cotas de 500 a 1,000 msnm y una pendiente promedio del 10%. En este sector, conocido como Montañas Mayas, están las alturas mayores de Petén, con un máximo de 1,012 msnm, en los nacimientos de los ríos Mopán y Machaquilá.

1.6. Hidrografía

Los cursos de agua de Petén drenan en la subvertiente del Golfo de México, a través del río Usumacinta, cuyos tributarios principales son La Pasión, Salinas y San Pedro, que son los más caudalosos de Guatemala y en la subvertiente de Las Antillas, a través de numerosos ríos.

1.7. Bosques

En Petén se pueden identificar tres zonas de vida vegetal bien definidas, que son: Bosque Tropical Húmedo (bth), Bosque Tropical Seco (bts) y Bosque Subtropical Seco (bsts). La parte de sus tierras de mayor altitud se localizan en Poptún, al suroriente, donde se presenta la pequeña zona correspondiente al Bosque Subtropical Seco. En la parte norte prevalece el Bosque Tropical Seco y en el sur y occidente, el Bosque Tropical Húmedo. Actualmente tiene el 57.64% del total de bosques de Guatemala.

1.8. Población

El censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística -INE-, en abril de 1994; reportó una población urbana de 60,115 y una rural de 164,769 para el departamento de Petén, de los cuales 108,420 fueron mujeres y 116,464 hombres; para hacer un total de 224,884 habitantes. La población económicamente activa (PEA) fue de 65,066 y la población no económicamente activa (NPEA) era de 159,818.

1.9. Precipitación pluvial

Los registros del Instituto Nacional de Sismología, Vulcanología, Meteorología e Hidrología -INSIVUMEH- indican que las precipitaciones pluviales promedio anuales fluctúan entre 1,008 milímetros (mm) en Sayaxché y 2,446 mm en Machaquilá. En el sur del Departamento se observa una estación seca, no muy definida, que se extiende de enero a abril. Los días con precipitación alcanzan a 80 en el año en Sayaxché y a 176 en Machaquilá. En el sur, casi el 50% de los días del año presentan precipitaciones, disminuyendo el porcentaje a medida que se avanza al norte.

B. Aspectos del municipio La Libertad

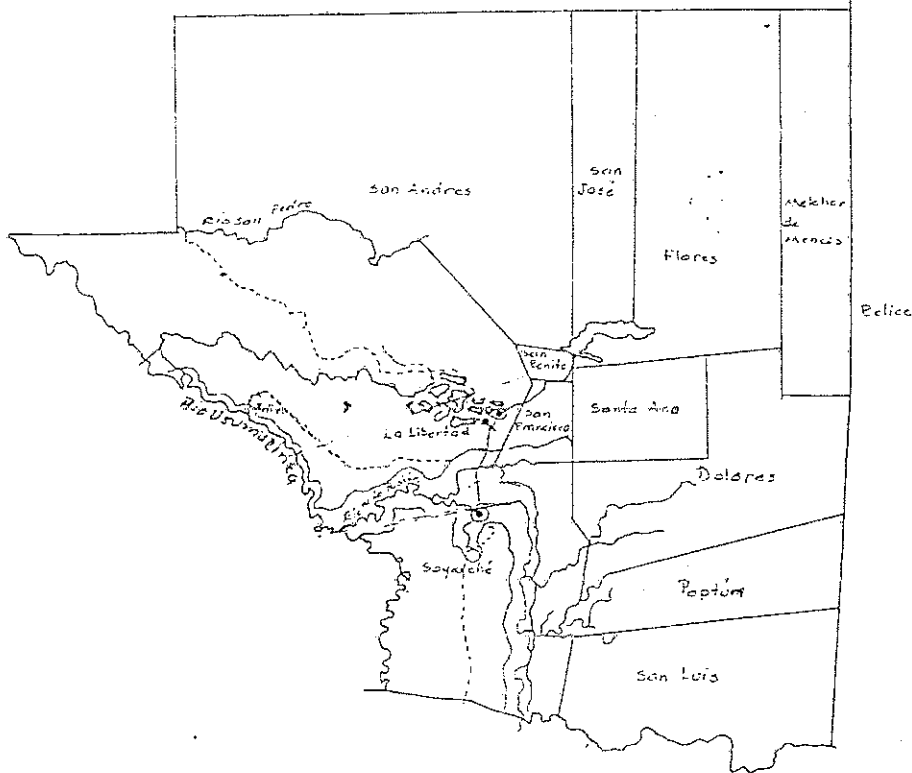
1. Características geográficas

1.1. Ubicación geográfica

El Instituto Nacional de Transformación Agraria, Región VIII ha enmarcado al municipio La Libertad, de la forma siguiente: linda al norte con el municipio de San Andrés y la República de México, al sur con el municipio de Sayaxché, al este con los municipios de: San Andrés, San Benito, San Francisco y Sayaxché, al oeste con la República de México; como se puede apreciar en el mapa uno, página 8. La cabecera municipal se ubica a 30 Kilómetros de la cabecera departamental y está a una altura de 180 msnm; posee una extensión territorial de 7,047 Kilómetros Cuadrados. Sus coordenadas geográficas se encuentran entre los meridianos 90°07' longi-

tud oeste y el paralelo 16°47' latitud norte, respectivamente.

Mapa 01
Ubicación geográfica del
municipio La Libertad, Petén



1.2. Población

Según el censo mencionado, (INE, 1994) el Municipio reportó una población urbana de 4,031 y rural de 38,508; de los cuales 22,406 son hombres y 20,133 mujeres, para una población total de 42,539; que equivale al 18.92% de la población del Departamento.

C. Perfil de las cooperativas objeto de estudio

1. Sistemas de organización

1.1. Aspectos sociales

Existen dos definiciones de cooperativas, las que se presentan a continuación:

a) Cooperativa

"Es una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes, por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controlada"(02:01)

"Las cooperativas debidamente constituidas son asociaciones titulares de una empresa económica al servicio de sus asociados, que se rigen en su organización y funcionamiento por las disposiciones de la presente ley. Tendrán personalidad jurídica propia y distinta de la de sus asociados, al estar inscritos en el registro de cooperativas".(12:02)

1.2. Régimen de organización

Como secuela de la violencia que imperó durante los años 1980 a 1983, el esquema de la organización cooperativa sufrió serias transformaciones, causando la desintegración de las directrices en la mayoría de los casos y el abandono total de otras, como en el caso de: La Nueva Felicidad y La Técnica Agropecuaria.



A través de las frecuentes repatriaciones (retorno de guatemaltecos al país), el reasentamiento de los repatriados ha motivado la necesidad de reorganizarse, conformando juntas directivas provisionales para iniciar la autogestión de su desarrollo.

En el resto de las cooperativas de Petén, hubo fuga parcial de asociados, sin embargo, la rudeza de la violencia motivó el debilitamiento del cooperativismo en todas sus manifestaciones, especialmente en sus directrices, pues ahora cumplen funciones única y exclusivamente para la protección de sus tierras.

2. Características geográficas

2.1. Antecedentes de la región donde operan las cooperativas

El proceso de colonización campesina en las márgenes del río Usumacinta, en el departamento Petén, data de 1964; durante la gestión presidencial del Lic. Julio César Méndez Montenegro (período 1966-1970), se crearon en el departamento Petén 21 cooperativas, 18 en las márgenes de los ríos Usumacinta y La Pasión y 3 en la zona de La Machaca. En esta época se afianzó el auténtico cooperativismo en Guatemala.

Uno de los principales objetivos de esta colonización consistió, en liberar áreas de alta densidad poblacional en determinados sectores del Altiplano Occidental (zona eminente)

temente minifundista), donde se ejerce una alta presión en el uso de la tierra. La organización se dio especialmente en la región aludida; así mismo, en la Costa sur con mozos colonos de las grandes fincas, dotándoles de tierras con vocación agrícola previamente constatada.

Fue factor esencial en este movimiento un grupo de religiosos de la Misión Maryknoll (grupo multidisciplinario) para el logro de este propósito, así también, del Centro de Adiestramiento de Promoción Social de la Universidad Rafael Landívar -CAPS-, URL.

2.2. Pacificación

Del 29 al 31 de mayo de 1989, se realizó en Guatemala, por iniciativa de los cinco Presidentes Centroamericanos, la Conferencia Internacional sobre Refugiados Centroamericanos (CIREFCA), misma que fue apoyada por el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR) y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), en el contexto del Programa Especial de Cooperación Económica para Centroamérica (PEC). En dicha conferencia se compartió el criterio de que la búsqueda de soluciones a la problemática del desplazamiento en la región, se enmarca en el desarrollo del Istmo Centroamericano. Para Guatemala, es prioritario el apoyo inmediato y directo a las poblaciones repatriadas y desplazadas para que se reintegren a sus comunidades de origen, porque la reconciliación es el camino de la paz y el

retorno e instauración de estos grupos es la expresión más concreta de esta aspiración.

El reasentamiento se produce en condiciones de recuperación legal de las parcelas originales, que fueron involuntariamente abandonadas, con intervención del Instituto Nacional de Transformación Agraria, Región VIII y de CEAR, que asesora y facilita, además, la regularización de los demás aspectos civiles de los repatriados.

2.3. Inmigración

Actualmente, después de iniciado el proceso de democratización y de la firma de la paz, en diciembre de 1996; han retornado 241 familias organizadas voluntariamente en las cooperativas sujeto de estudio; como se puede apreciar en el cuadro uno, página 13.

2.4. Localización

Las Cooperativas se localizan en el municipio La Libertad, en la región del río Usumacinta. Cada uno de los centros poblados se encuentra en las siguientes coordenadas, como se aprecia en el cuadro dos, página 14.

2.5. Límites y colindancias

Los registros del INTA, Región VIII indican que el área ocupada por las cooperativas, limita al norte con el Parque Nacional Sierra del Lacandón (PNSL), al este con PNSL y fincas privadas ubicadas en la zona de amortiguamiento de

la Reserva de la Biosfera Maya, al sur con el río Usumacinta que divide a Guatemala de la República de México y al oeste con el arroyo Yaxchilán y el PNSL; como se puede apreciar en el mapa dos, página 15. Toda el área colindante pertenece al municipio La Libertad. En promedio las cooperativas se localizan a 150 Km de la cabecera departamental y a 120 Km de la cabecera municipal.

Cuadro 1
Población de retornados

Cooperativa	Total Familias	Total Personas	Hombres	Mujeres	Adultos	Menores
Total	241	1,109	548	561	432	655
Técnica Agropecuaria	27	129	64	65	44	63
La Nueva Felicidad	5	23	10	13	8	15
Bethel	3	11	7	4	4	7
Monte Sinai	---	---	---	---	---	---
La Lucha	13	52	28	24	23	29
Unión Maya Itzá	193	894	439	455	353	541

Fuente: CEAR, registro de Repatriados.
Período: 13-01-87 al 05-09-97.

2.6. Extensión y ubicación de las cooperativas respecto a la Reserva de la Biosfera Maya

Las cooperativas Unión Maya Itzá y La Lucha no se encuentran situadas en la ribera del río Usumacinta, es decir, se sitúan en un claro de la selva dentro de la Reserva de la Biosfera Maya, distan de la cooperativa Bethel a 20 Km en promedio; en el mapa dos, página 15 se aprecia esta ubica-

ción. La extensión de la Reserva de la Biosfera Maya, equivale al 15% del total de extensión de la República.

Cuadro 2
Localización de las cooperativas
según coordenadas

No. Cooperativa	Latitud Norte	Longitud Oeste
1. Monte Sinaí	16 ^o 45'39" a 16 ^o 48'29"	90 ^o 45'25" a 90 ^o 48'45"
2. Bethel	16 ^o 47'44" a 16 ^o 51'53"	90 ^o 46'28" a 90 ^o 51'16"
3. La Nueva Felicidad	16 ^o 47'45" a 16 ^o 52'10"	90 ^o 51'08" a 90 ^o 53'30"
4. La Técnica Agropecuaria	16 ^o 49'23" a 16 ^o 55'22"	90 ^o 53'30" a 90 ^o 55'56"
5. Unión Maya Itzá	16 ^o 54'41" a 16 ^o 59'25"	90 ^o 51'28" a 90 ^o 56'00"
6. La Lucha	16 ^o 54'41" a 16 ^o 58'14"	90 ^o 48'34" a 90 ^o 52'26"

Fuente: Departamento de Colonización, INTA, Región VIII, Petén.
Febrero, 1992.

Observaciones: Las coordenadas que se registran entre rangos, corresponden a la finca que cada organización posee.

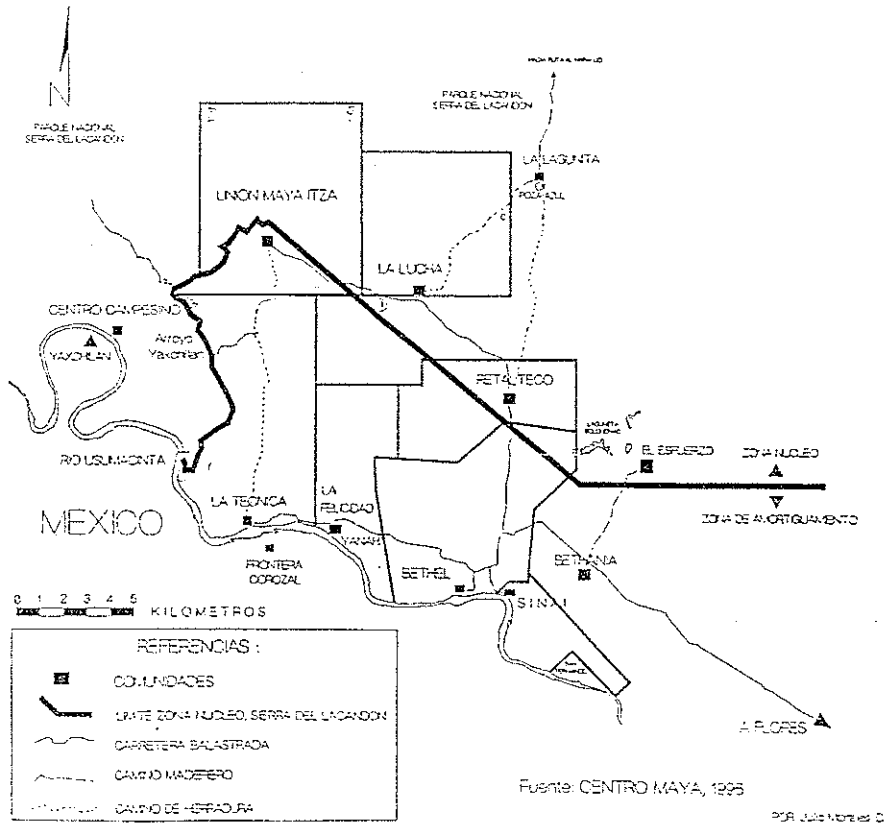
Cada una de las seis cooperativas contaron con su respectiva finca y con su número de registro en el INTA, Región VIII. La extensión territorial total que abarcan éstas es de 536.77 caballerías, con un promedio de 89.46 caballerías por finca, para cada organización.

Las adjudicaciones se llevaron a cabo cronológicamente, así: En 1976 se adjudicaron dos fincas, a las cooperativas siguientes: Monte Sinaí y Bethel R.L.; otras tres cooperativas fueron asistidas dos años más tarde, es decir en 1978 y son: La Técnica Agropecuaria, La Lucha y La Nueva Felicidad.

Y en abril de 1,995 se fundó la Cooperativa Unión Maya Itzá, como se aprecia en el cuadro tres, página 17.

Mapa 02

Localización de las cooperativas

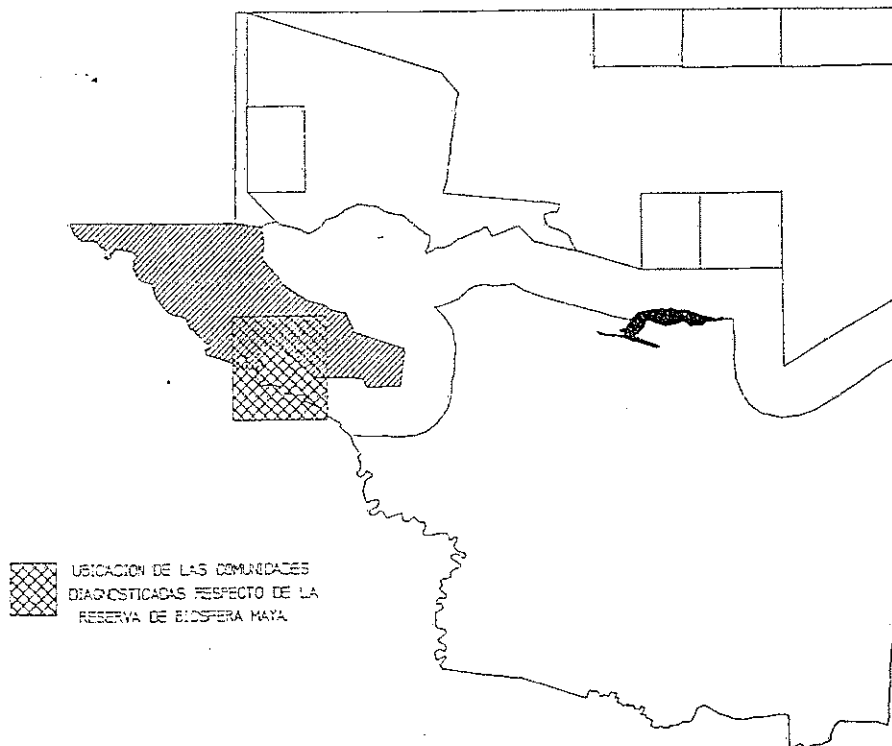


2.7. Distancias entre cooperativas y la cabecera municipal más cercana

En el cuadro cuatro, página 18 se detallan las distancias en kilómetros de cada una de las cooperativas, localizadas en la región mencionada a puntos o sitios importantes

como lo son: El Subín, que es donde entronca la carretera de terracería que conduce hacia la Cooperativa Bethel, así también, a la cabecera municipal de Sayaxché. El distanciamiento facilita el individualismo en el momento de la comercialización del producto.

Mapa 03
Ubicación de las cooperativas res
pecto a la Reserva de la Biosfera
Maya



Cuadro 3
Régimen de tenencia y situación
legal de las propiedades
hasta 1997

No. Cooperativa	Estado legal	Número parce.	Extensión super. (Caballerías)	Fecha adjudi. act.	Saldo Q.	Años plazo	Número asoci.
1. Monte Sinaí	Título	1013	23.22	28-11-76	2,552.68	05	24
2. Bethel R.L.	Título	1016	91.94	27-01-76	Cancelada	-	95
3. La Nueva Felicidad	Tenencia		30.00				
4. Técnica Agropecuaria	Título	1267	102.10	12-04-78	27,882.04	10	100
5. Unión Maya Itzá	Tenencia		202.39				218
6. La Lucha	Título	504	87.12	27-05-78	25,521.04	10	81

FUENTE: Departamento de Colonización, INTA, Región VIII, Petén.

2.8. Suelos

Según estudios realizados, "La mayor parte de los suelos pertenecen a la Serie Quinil. Sin embargo, pueden encontrarse asociados con suelos Chacalté. Estos suelos son profundos, bien drenados, textura arcillosa, niveles de fertilidad moderadamente bajos, lo cual limita su utilización para la agricultura y la ganadería. Los suelos superficiales tienen un alto contenido de arcilla de color café rojizo oscuro, de estructura granular, abundancia de raíces, 8.6% de materia orgánica, su potencial hidrógeno (pH) es de 7, con alto contenido de calcio e hidrógeno"(15:07). Los productores de Chile Verde están situados en la tercera zona fisiográfica, cuyas características principales son: a) Topografía plana con alturas de 150 a 200 msnm. b) No existen ras-

gos de un relieve de tipo Kárstico (Tipo de relieve de las regiones formadas por calizas y otras rocas calcáreas a causa de su permeabilidad) y, c) En esta planicie se localizan los suelos más apropiados para uso agrícola.

Cuadro 4
Distanciamiento de las cooperativas
a la cabecera municipal de Sayax-
ché, Bethel y El Subín

No.	Cooperativa o punto importante	A Sayaxché km	A Bethel km
1	Sayaxché	---/---	158/(92)
2	El Subín	---/(14)	--/(78)
3	Monte Sinaí	157/1(92)	1/(1)
4	Bethel	158/(92)	--/--
5	La Nueva Felicidad	168/10(92)	10/--
6	Técnica Agropecuaria	172/14(92)	14/--
7	La Lucha	158(16)/(102)	--/(16)
8	Unión Maya Itzá	165(21)/(104)	--/(20)

FUENTE: Proyecto CEAR-IIICA, Sayaxché, Petén.

REFERENCIAS: # = Vía fluvial
(#)= Vía terrestre
/ = Dos rutas

3. Asistencia técnica y servicios

3.1. Centro de repatriación

El 10 de abril de 1992, fue inaugurado el Centro de Recepción de Repatriados de Bethel, instalado por la CEAR con financiamiento parcial de la primera fase del Proyecto y tiene capacidad para albergar a 300 personas; cuenta con servicio de dormitorios, comedor, clínica, bodegas, sanitarios y otros. Este Centro ha sido diseñado cuidadosamente para la recepción, legalización de documentos y control sanitario de

los guatemaltecos que están repatriándose después de su largo período de refugio en territorio mexicano. El Centro, mantiene un servicio médico, aunque destinado solamente a vigilar la salubridad de los repatriados. Al finalizar el proceso de repatriación, el edificio será utilizado para otros usos comunitarios de la cooperativa en que está asentado.

3.2. Instituciones y servicios

Están presentes en la zona instituciones gubernamentales como el Ministerio de la Defensa, a través del destacamento militar asentado en Bethel. Así como la presencia del Instituto Nacional de Transformación Agraria -INTA-, cuya sede está en Santa Elena, Petén el que está encargado del manejo de la situación legal de las tierras asignadas a las cooperativas y del resto del patrimonio del Estado en el Departamento.

El Ministerio de Educación, atiende a las seis cooperativas, en el servicio educativo de nivel primario, especialmente en Bethel, donde se cuenta con educación básica.

La Comisión Nacional para la Atención de Repatriados, Desplazados y Refugiados -CEAR-, estableció una Oficina Regional con sede en Santa Elena, Petén, con cobertura en las áreas de las organizaciones campesinas en el Departamento, para asistir a la población desarraigada en las siguientes actividades: aspectos legales y jurídicos, servicio médico,



servicio social, departamento de tierras y un departamento de ingeniería civil.

Otra de las dependencias que presta servicios en la zona, es el Servicio Nacional de Erradicación de la Malaria del Ministerio de Salud Pública, que visita periódicamente a las diferentes comunidades para realizar aspersiones en las viviendas de los pobladores.

a) Estudios para el mejoramiento de variedades

La entidad encargada del fomento y producción de la semilla de generación, a partir de la cual se obtiene la semilla comercial; es una unidad específica del Instituto de Ciencias y Tecnología Agrícola -ICTA-, en la actualidad han dado énfasis en el mejoramiento proteico de las semillas, para alimentos básicos principalmente maíz, arroz y frijol.

Paralelo a las actividades del Instituto, el Departamento de Semillas, de la Dirección General de Servicios Agrícolas (DIGESA), es el encargado de supervisar la aplicación de las recomendaciones técnicas del ICTA, y dar asistencia técnica a los productores de semilla del sector privado.

b) Intermediación

Los que desempeñan esta función son las personas que tienen sus propios medios de transporte, quienes llegan a comprar el producto a precios no razonables en época de cosecha, para luego transportarlo al mercado que ofrece pre-

cios más atractivos. Cuando el productor no posee el medio de transporte para poder ofertar su producto en el mercado, se ve obligado a vender a los intermediarios de la región.

c) Crédito

El único banco del sistema que ha otorgado financiamiento para la producción agrícola, ha sido el entonces Banco Nacional de Desarrollo Agrícola, actualmente como Banrural. Debido al desconocimiento de planificación de parte de los socios, éstos solicitan cantidades no adecuadas y luego se ven en la necesidad de producir sólo para cumplir con el compromiso adquirido en el Banco.

4. Infraestructura

4.1. Transporte

El tipo de transporte que se necesita para trasladar un producto de un punto de producción a otro de consumo, está en función de la perecibilidad del mismo y la infraestructura de la región. En la región donde se encuentran las cooperativas analizadas, se pueden utilizar tres tipos de transporte para la comercialización: terrestre, fluvial y aéreo.

a) Terrestre

La red vial del Departamento, en gran parte es transitable todo el año. De los tres medios de transporte, éste es el más económico. En invierno este medio no es utilizado por los productores de Chile Verde, en el mapa cuatro, página 23 se observan las vías existentes en la región.



El productor necesariamente debe trasladar su producto obtenido, hacia el punto de venta y/o acopio, para ello debe hacer uso de un animal de carga o del propio esfuerzo humano, en caso de no existir una carretera o de carecer de otros medios. El embalaje debe proteger al producto para reducir los riesgos de postcosecha.

En los lugares de producción donde hay acceso para vehículos terrestres y la producción es menor, los más utilizados son los pick ups y camiones pequeños, que facilitan el transporte de la producción hacia el mercado local o regional.

Cuando se desea llevar el producto de un punto de acopio hacia un mercado distante, se necesitan de camiones grandes y el producto debe estar protegido. Si el gusto del mercado meta es obtener productos frescos, se deben utilizar "Los furgones o cajones de temperaturas controlada de siete a diez grados C"(18:54).

b) Fluvial

Este tipo de transporte es utilizado para llevar la producción de las cooperativas al mercado mejicano, los ríos de mayor uso son: Usumacinta y La Pasión. Frecuentemente se utilizan las lanchas con capacidad variada, que van desde diez hasta doscientos cincuenta quintales. Es un medio económico, pero más lento que el terrestre. En invierno es el único transporte disponible para los productores.

Mapa 04

Vías de acceso a las cooperativas



c) Aéreo

Si se desea llevar un producto valioso o perecedero de un continente a otro, necesariamente se debe de hacer uso de éste transporte. En la cooperativa Bethel se encuentra una pista de aterrizaje para avionetas y helicópteros, en el municipio de Sayaxché se encuentra una pista con capacidad superior a la mencionada y en Santa Elena, Petén; se encuentra el aeropuerto internacional, lo que hace viable la comercialización de productos perecederos con la capital



de la República y el resto del planeta. Este medio de transporte es el más rápido y tiene un costo elevado, por lo tanto no es utilizado por los productores de Chile Verde.

Cada medio de transporte requiere de embalajes propios y los precios son diferentes. En el análisis del transporte debe de considerarse los aspectos siguientes: **Acondicionamiento** se relaciona con la protección del producto, es decir, el embalaje y tipo de refrigeración que se necesita.

La capacidad está en función de la producción del centro de acopio o productor que se requerirá en la época de cosecha.

Costos de transporte, además del flete del producto se necesita conocer si se cuenta con los servicios que en un momento el transporte requiere, estos pueden ser: talleres, gasolineras, etc.

Flexibilidad, este factor se refiere al acceso del medio de transporte, que se requiere para el traslado del producto. Es común ver camiones pequeños y carros de palangana en las áreas cercanas a los centros de producción.

Infraestructura, son los caminos propiamente dichos, es decir, la red vial con que cuenta la región para llevar el producto a un punto de venta o mercado.

Rapidez y Alcance, es muy importante al movilizar un producto a un mercado de consumo, porque el consumidor demanda productos frescos y sanos.

Regularidad condiciona a la producción si el transporte no es constante en una región, si los productores necesitan el uso de éste y no lo pueden obtener, están condenados a la pérdida en la actividad, cuando se trata de productos perecederos.

4.2. Almacenamiento

No existe infraestructura para el acopio del chile verde, por lo que la producción es puesta a la venta en el momento de la cosecha. En época lluviosa es difícil cosechar o trasladar el producto de los centros de producción hasta el casco urbano de cada cooperativa, la humedad o el calor son factores perecederos del producto.

5. Planificación agrícola

Es importante señalar que la agricultura, es una actividad desarrollada en un ambiente de alto grado de incertidumbre y las fuentes más comunes de riesgo pueden ser: de producción, técnicos, de precio, financiero, políticas gubernamentales y conductas individuales. Para optimizar la comercialización en la agricultura se debe seguir los siguientes siete pasos:

a) ¿Qué producir?

i) Seleccionar el cultivo, de acuerdo a:

- El clima del lugar donde se va a sembrar.
- La información que se tiene sobre la exigencia del mercado.
- Los precios del mercado.

- El capital que se dispone para la producción.
- La infraestructura y servicios de la región.
- Experiencia de los agricultores en cuanto al cultivo.
- Resultados de pruebas del cultivo en la región.
- Los costos de producción.

b) ¿Cuánto producir?

i) Decidir la cantidad a producir, según:

- La cantidad de producto que necesitan los compradores del mercado.
- La capacidad de producir una cantidad mínima y obtener alguna ganancia.
- El tipo de transporte que se puede obtener, para llevar el producto al mercado.
- Las operaciones de postcosecha del producto.

c) ¿Cuándo producir?

i) Escoger la época de siembra, teniendo en consideración:

- Como se manifiestan los precios, durante los meses del año, para seleccionar las alternativas óptimas de venta.
- Conocer a los competidores que cosechan en determinada época, para saber en que meses conviene cosechar.

- La época en que se dan las mejores condiciones, para la producción del cultivo.

d) ¿Dónde vender?

i) Vender en el país o exportar, según el lugar:

- Si es en el país, tomar la decisión de vender a: intermediarios y/o empresas agroindustriales.
- Si se va a exportar, se puede vender a: broker y/o agroexportador del país.

ii) "Los cuatro parámetros básicos que guían a una empresa agrícola al escoger un nuevo mercado son:

- Rentabilidad;
- Desarrollo de ventas;
- Estabilidad frente a cambios ambientales; y
- Flexibilidad operacional."(4:153)

e) ¿A quién vender?

i) Seleccionar al cliente para la venta del producto, tomando en cuenta que:

- Esté registrado como comprador.
- Tener buenas referencias.
- Poseer capacidad y fuerza de ventas para el producto.
- Estar en disponibilidad y tener interés de trabajar con la organización.

- Estar de acuerdo en proveer la información sobre el mercado del producto.
- Proporcionar algún tipo de asistencia.

f) ¿En qué forma vender?

i) La forma en que se vende el producto en el mercado elegido, según la calidad: Variedad, tamaño, madurez, apariencia, fresco, seco o congelado, tipo de empaque: bolsa, caja, etc.

g) ¿Cómo mejorar las oportunidades de venta?

- i) No conformarse sólo con vender, gradualmente se debe lograr mejores mercados:
- Producir con calidad.
 - Usar empaques que protejan la calidad del producto.
 - El peso del producto tiene que ser exacto.
 - Que la calidad responda a la demanda del mercado.
 - Que el producto satisfaga a los gustos del cliente.

6. Alternativas de mercadeo

6.1. Sistemas de brokers

El mercadeo de un producto agrícola, bajo el sistema brokers requiere la utilización de agente de ventas, para la compra-venta de un bien agrícola. Se inicia cuando el productor desea que su producto sea colocado en un mercado

determinado, pero no cuenta con los recursos necesarios para dicha actividad, recurre a un agente y éste realiza todas las actividades necesarias para que el producto sea consumido. El Artículo 280 del Código de Comercio de Guatemala, dice "Agentes de comercio. Son agentes de comercio, aquellas personas que actúan de modo permanente, en relación con uno o varios principales, promoviendo contratos mercantiles o celebrándolos en nombre y por cuenta de aquéllos.

Los agentes comerciales pueden ser: a) **Dependientes**, si actúan por orden y cuenta del principal, forman parte de su empresa y están ligados a aquél por una relación de carácter laboral.

b) **Independientes**, si actúan por medio de su propia empresa y están ligados con el principal por un contrato mercantil, contrato de agencia."

Corredor es "Un mayorista que no toma posesión de los bienes y cuya función consiste en reunir a los compradores y vendedores y asistir a la negociación"(11:412).

Agente es "Un mayorista que representa a compradores o vendedores de manera más o menos permanente, realiza sólo algunas funciones y no toma posesión de las mercancías"(11:412)

6.2. Ventas a futuro

Es una alternativa de mercadeo agropecuario, que consiste en la negociación de un bien que se entrega en el



futuro, donde el productor acepta el precio de su cosecha y el comprador acepta una fecha de entrega, especificando las características del producto y la calidad que estaría dispuesto a recibir. Esto puede ocurrir de dos formas:

a) Verbal

Es la comercialización donde vendedor y comprador pactan la fecha de entrega del bien, sin necesidad de utilizar un documento contractual, es decir, con la simple manifestación verbal.

b) Contractual

Esto ocurre cuando las partes interesadas, necesariamente hacen uso de un documento contractual para la fijación de fecha de entrega del producto. Es importante mencionar, que en ésta modalidad puede hacerse uso del mecanismo que ofrece la Bolsa Agrícola Nacional, en sus mercados de Entrega a Plazos y Diferidos.

i) Documentación

Los documentos usados por la Bolsa para la comercialización de un bien, se adjuntan en la parte de Anexos y son: Liquidación del puesto cliente vendedor, Liquidación del puesto cliente comprador, Mandato firme de inscripción de operaciones, Contrato de compraventa y Liquidación.

6.2.1. ¿Qué es bolsa de productos agropecuarios?

La Bolsa de Productos Agropecuarios constituye un mecanismo que permite realizar transacciones de pro-

ductos de origen y destino agropecuario. Provee un marco visible donde los miembros pueden efectuar sus negociaciones en el Mercado de Disponibles, sujetos a las normas y reglamentos de la Bolsa. El propósito fundamental de la Bolsa Agrícola Nacional, es convertirse en un centro recolector de información para ponerla a disposición de los compradores y vendedores que acuden a su recinto a descubrir el precio de sus productos en una competencia natural. Esta actividad la lleva a cabo con el apoyo de servicios tales como: normalización, información de mercados, almacenamiento y financiamiento. Las transacciones en la Bolsa deben de efectuarse por medio de un corredor, miembro de un puesto de bolsa autorizado.

6.2.2. Tipos de mercados

De acuerdo a la clasificación de los mercados realizados por la Bolsa Agrícola Nacional, existen dos tipos: **Disponible** Es una opción que ofrece la Bolsa a compradores y vendedores para que en libre competencia, descubran el precio de un producto que físicamente se encuentra en el mercado. En éste se realizan transacciones de entrega inmediata y se establece en forma simultánea precio y propiedad de los productos transados.

En el momento de la investigación la Bolsa Agrícola Nacional, ofrece los servicios de comercialización de los productos agropecuarios a nivel centroamericano, que tienen una demanda mundial y tiene clasificado los mercados, según el tiempo de entrega del producto de la siguiente forma:



a) Entrega inmediata

Es la comercialización que se realiza de un producto agropecuario, cuyas condiciones de entrega y aceptación física, se hace necesario dentro de uno a siete días máximo firmado el documento de compra-venta por las partes interesadas.

b) A plazos

Es la transacción de una mercancía a través de la Bolsa Agrícola Nacional, donde vendedor y comprador en forma voluntaria pactan la entrega y aceptación física del producto, en un plazo no menor de ocho días y no mayor de noventa días.

c) Diferido

Es el mercadeo de un producto agrícola, donde las partes, oferente y demandante acuerdan la entrega y aceptación física del producto en un período, mínimo de ocho días y máximo de ciento ochenta días después del pacto.

FUTUROS Es una alternativa de comercialización en la que participan comerciantes-financistas que pretenden predecir los precios y obtener una ganancia de su movimiento futuro, así como productores, industriales, comerciantes, almacenadores, acopiadores y exportadores que buscan cubrir el riesgo de un cambio de precios cuando se adquiere un bien. Para formalizar los acuerdos se utiliza el Contrato de Futuros, que es un compromiso legalmente obligatorio para entregar o

aceptar una cantidad y calidad fija de un producto a un precio acordado.

7. Acopio

Es "la función física de reunir la producción, procedente de las distintas unidades, haciendo lotes homogéneos para facilitar el transporte y otras funciones de la comercialización."(14:148). "Si hay instalaciones, se puede decir que un centro de acopio es una construcción en el área rural que permite reunir el producto de varios agricultores para alcanzar un volumen comercial de operación, en el cual se realiza la preparación del producto para su transporte y venta en las mejores condiciones posibles".(14:150)

7.1. Transformación del producto

El Chile Verde puede ser almacenado para esperar una ventana de mercado (época de precios altos) o semiprocesarlos, que consiste en: limpiar, clasificar, tratar y empaquetar, para su posterior venta a plantas procesadoras o mayoristas de otras regiones.

Utilizando un sistema contractual con las fábricas procesadoras de Chile Verde, es decir, el producto es utilizado como materia prima para la elaboración de salsas picantes, su conservación es posible de la forma siguiente: Clasificación y limpieza del producto, lavado del producto, trituración del producto a través de un molino de nixtamal. Utilizando los

ingredientes siguientes: sal y ácido acético (vinagre), bolsas plásticas, toneles de plástico (50 gl).

La cantidad de sal y ácido acético lo proporcionará la planta procesadora, según muestras y pruebas de Chile Verde a procesar. Con este semiproceso se optimiza la producción y es posible su conservación durante un año.

8. Venta

La venta es el acto donde el productor traspasa un bien a un comprador, a un precio determinado y el demandante acepta pagar el precio fijado de dicho bien. Esta actividad plantea las siguientes interrogantes:

a) ¿Cómo? Se refiere a la presentación física del producto que se desea vender, puede ser chile entero verde o maduro y seco entero o molido. Se analiza todo lo relacionado con el empaque, embalaje, transporte, logo, costos, etc.

b) ¿Dónde? La respuesta de la interrogante está en función del mercado meta u oferta disponible en la época de cosecha, que pueden ser: Plantas procesadoras, exportadores o mayoristas de la región. Un factor determinante es la disponibilidad y accesibilidad de los medios de locomoción para trasladar el producto.

c) ¿A que precio vender? Si la venta se realiza hacia un mercado internacional, se deben contemplar los costos, seguros y fletes (CIF); el Artículo 700, del Código de Comercio de Guatemala, dice "Obligaciones del vendedor. El vendedor, en la compraventa CIF, se entenderá obligado: i) A contratar y pagar el transporte en los términos convenidos y a obtener del porteador, mediante el pago del flete, el conocimiento del embarque o la carta del porte respectivo. ii) A tomar y pagar un seguro por el valor total de la cosa objeto del contrato, a favor del comprador o de la persona por éste indicada, que cubra los riesgos convenidos a falta del convenio, los usuales y a obtener del asegurador la póliza o certificado correspondiente. iii) A entregar al comprador o a la persona que éste consigne, los documentos a que este artículo se refiere."

Si el mercado es local, los costos y fletes se analizan, es decir, el precio estará en función de la distancia y el medio que requiere el producto para llegar al mercado, para su consumo o procesamiento. Lo usual en el medio, son los costos de entrega de la mercancía en bodega del comprador.

8.1. Real

Es cuando el comprador asume todas las responsabilidades de la compra y los riesgos de la manipulación de la mercancía para su posterior venta.

8.2. A consignación

Cuando los productos presentan un alto grado de perecibilidad, como lo son las frutas y hortalizas, las tiendas o supermercados no aceptan realizar una compra real. Estos reciben el producto a consignación para su venta, cobrando una cuota por su servicio, basándose en el importe de la venta o en la cantidad. El agente puede tener posesión física del producto pero no el título legal.

Existen otras formas de venta, que son: Las ventas por corredor, por subasta y por especulación. Estos sistemas de venta requieren que las cooperativas tengan un alto grado de desarrollo organizacional y capacidad de producción.

9. Protección al productor y consumidor

9.1. Contingentes arancelarios

Contingentes (cantidades) Arancelarios que se aplica a una reducida cantidad de productos agrícolas. Los maneja la Unidad de Administración de Contingentes Arancelarios - UDACA-, que pertenece al Ministerio de Economía; esta Unidad permite la importación de una cantidad limitada de un producto, previo al estudio correspondiente realizado por un comité ad hoc, que se encarga de negociar con las partes interesadas en el país y con el país exportador, a una tasa de arancel preferencial, por lo general, es inferior a la tasa fijada en los Derechos Arancelarios de Importación -DAI-, que es publicado cada cierto período en el Sistema Arancelario Centroame-

ricano -SAC-. Si existe necesidad de importar Chile Verde, al verificar la SAC se encuentra publicado de la forma como se aprecia en el cuadro cinco.

Si el gobierno negocia la importación de toneladas métricas a una tasa del 2%, si un demandante lo importa el producto sin el permiso correspondiente, debe pagar la tasa del 15%. Las condiciones que se observa en la negociación del producto son: Existe la necesidad, no ser época de cosecha, que sea exclusivo para materia prima, precio favorable, etc. Existe una tendencia a eliminar los aranceles de exportación e importación, se espera para la mayoría de los productos el año 2,000 y para una minoría el 2,005.

10. Sistema de pago

En la agricultura se utilizan con frecuencia cuatro sistemas de pago, que se mencionan de acuerdo a la práctica de los productores:

Cuadro 5
Arancel aplicado al chile

Código	Descripción	DAI % sobre costo CIF
0709.60	Frutos de los géneros capsicum o pimientos	
0709.60.10	Pimientos (chiles) Dulces	15
0709.60.20	Chile Tabasco (capsicum frutescens L.)	15
0709.60.90	Otros	15

Fuente: Arancel Centroamericano, SIECA, (19:07-03).

10.1. Anticipado

Sistema de pago preferido por los agricultores, cuando no disponen del capital necesario para sufragar los gastos que genera la producción del Chile Verde. En este caso, el comprador fija el precio del producto, según el comportamiento del precio del mismo, en la época de cosecha inmediata anterior al momento de la transacción.

10.2. Contra entrega

Es el pago que se percibe en el momento de la entrega física del producto. para realizar esta actividad, necesariamente se recibe dinero y/o se auxilia de los medios de pagos que son utilizados: Letra de Cambio o Cheques cuando la transacción se realiza en el país, los cheques pueden ser: Cheques Certificados y de Caja.

10.3. Trámite de cheque

Este sistema utiliza el crédito, por lo general es de ocho a quince días máximo, después de la entrega física del producto.

10.4. Crédito

Este sistema es utilizado cuando la oferta supera a la demanda, usualmente existe un sólo demandante del producto en el mercado (monopsonio o monopolio de demanda), utilizan los términos de treinta, sesenta y noventa días plazo para hacer efectivo el precio de la compra-venta.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

A. Producción

1. Actividades productivas

Debido a la vocación del suelo donde se encuentran las cooperativas, se hace mención de las actividades productivas más sobresalientes en la escala de producción comercial: Maíz, Frijol, Arroz, Pepitoria y Chile Verde.

El cultivo del Chile Verde es de mucha importancia económica para las cooperativas estudiadas, después del maíz y frijol, es el cultivo más rentable, además de tener mercado todos los años, aunque no lo practican todas las cooperativas, tiene un buen potencial para el futuro de la región.

1.1. Chile (género *Capsicum*) también conocidos como Paprika o Pimienta de Cayena

a) Botánica y fisiología del producto

"El Chile es una solanácea del género *Capsicum* sp, con seis especies principales y diez especies secundarias; es una planta anual, herbácea, de crecimiento determinado. Su sistema radicular es pivotante con numerosas raíces adventicias sobre el hipocotilo, alcanzando una profundidad de 70 a 120 cm; la altura de las plantas varía de 0.30 a 1.0 m según las variedades, las flores son blancas con cinco pé-

talos soldados y cinco sépalos soldados entre sí, son además irregulares y aparecen en la axila de las hojas contándose una flor por nudo, pendiente o erguida. La flor del pimiento es frágil, las hojas tienen un peciolo grande y un limbo obovado o lanceolado. El fruto es una baya generalmente verde o roja en su madurez y es rico en vitaminas A y C, Tiamina y Riboflamina. Las semillas son aplastadas y lisas, pudiendo contarse de 150 a 200 por gramo, ricas en aceite, conservan su poder germinatorio durante tres o cuatro años"(3:09); el picor del fruto se debe a la presencia del alcaloide capsantina.

Tiene diferentes usos en la industria y en la preparación de comidas, "tolera temperaturas que oscilan entre 20 y 35°C, precipitaciones pluviales de 550 a 1,300 mm proporcionalmente distribuidos. Se cultivan bien en suelos, de preferencia arenosos, francos, fértiles y profundos con pH de 5.5 a 7.00; el cultivo prospera bien en climas cálidos y templados comprendidos entre 0 y 4,000 psnm"(13:179).

b) Análisis bromatológico

"En su relación al contenido de cenizas, el rango de variación es de 10.1% y las medias con valores de 15.2 y 10.0%; son los más altos, corresponden respectivamente a los cultivares 750-3 Chile Cobanero y 599 Ik; en tanto que las medias más bajas cuyos valores son: 5.1 y 5.4% corresponden a los cultivares 564 Habanero Amarillo, 631 Chiltepe y 629 Cola de Alacrán.

En cuanto al contenido de calorías, se presenta con un rango de variación de 1.6 kilo-calorías/gramo, siendo el cultivar 571 Chile Pico de Gallina que contiene la media superior de 6.5 kilo-calorías/gramos y el cultivar 575 Chile Largo el de la media inferior de 4.9 kilo-calorías/gramos.

Para el contenido de % de fibra, el rango de variación posee un valor de 17.4% y los cultivares 571 Chile Pico de Gallina, 543 Diente de Perro y 584 Chiltepe, poseen las medias más altas de 24.6, 20.5 y 18.8%, mientras que las medias más bajas las encontramos con un valor de 7.2, 7.4 y 7.5 para los cultivares 588 Chile Jalapeño, 777 Chile Redondo y 604 Chile Serrano respectivamente.

Respecto al contenido de Carotenos (Provitamina A), el rango de variación es de 41.6 miligramos, presentando el cultivar 524-3, comúnmente llamado Chile Cobanero, la media más alta 44.9 miligramos, variable bastante significativa en relación con los cultivares 571 Pico de Gallina, 750-1 Chile Cobanero, 741 Chile Cobanero que presentaron las medias más bajas de 3.3, 3.4 y 5.9 respectivamente. En lo referente al porcentaje de materia seca, existe un rango de variación de 46% y los cultivares con medias mayores son: 564 Chile Habanero Amarillo y 569 Chile Habanero Amarillo con media de 89.0% mientras que los cultivares con medias mas pequeñas son: 787 Chile Chiltepe con media de 43%, 584 Chiltepe con media de 55% y 571 Chile Pico de Gallina con media de 59%.



Sobre el contenido de Acido Ascórbico (Vitamina C) en miligramos, los mayores rangos lo presentan los cultivares: 604 Chile Serrano con media de 2,058.03 mg, 569 Chile Habanero Amarillo con media de 1,863.11 mg y 564 Chile Habanero Amarillo con media de 1,837.01 mg; las menores medias las presentan los cultivares 787 Chile Chiltepe con valores de 36.62 mg, 584 Chile Chiltepe con media de 58.16 siendo el rango de variación para éste caso de 2,021.41 mg".(3:50) Véase Cuadro de ingredientes del chile de 42 cultivares, en la sección de Anexos.

c) Preparación del terreno

Las labores de preparación del terreno para el cultivo se hacen en forma manual, haciendo uso del control mecánico (machete) y control químico (Paraquat) rozando guamilos o cañadas. Posteriormente quemar, quedando el suelo limpio; esperan que la maleza germina en el suelo preparado y realizan una fumigación con el herbicida mencionado, quedando el suelo libre de malezas, posteriormente siembran el cultivo.

d) Siembra

La siembra la realizan en los meses de octubre a noviembre, utilizando el sistema directo, es decir, en forma manual, con la punta del machete se deposita la semilla en el suelo, en éste lugar crecerá y producirá la planta. La distancia entre surco es de 0.75 metros y sobre postura 0.50

metros en suelos aluviales, en las riberas del río Usumacinta.

e) Variedades

Los tipos de Chile Verde que se cultivan para el mercado son: Jalapeño M. y Serrano. Las variedades son criollas, los agricultores en la producción seleccionan y guardan su propia semilla año tras año, lo que reduce un poco los costos con respecto al valor de la semilla, si ésta se compra en forma certificada en los agroservicios.

Las características de las variedades de Chile Verde tipo picante, para el mercado son: "Jalapeño M.: Fruto de 8 * 4 centímetros, con punta en su parte apical, de color verde oscuro, con paredes delgadas, se cosecha entre los 70 a 75 días luego del trasplante.

Jalapeño Tam Mild: Chile más brillante que el anterior se cosecha entre los 65 y los 70 días. Terminado en punta suave, con longitudes de 6 * 4 centímetros. De color verde, mediano y paredes delgadas"(13:183).

Existen otras variedades que no se cultivan en la región como: Tabasco, Bonanza, Blanca, Chava, Tropical Ilazú y Trompa de buey. El cultivo de estas variedades está en función de la demanda del mercado. Una variedad que es cultivada en la región, es el Chile Habanero, por su color amarillo no es analizada.



f) Control fitosanitario

El cultivo del Chile es afectado por algunas enfermedades fungosas, de origen viral y plagas insectiles. Para el control de insectos como la Mosca Blanca (*Bemisia tabaci*), es un pequeño insecto de cuerpo amarillo pálido y alas blancas, sus alas cubren casi todos el cuerpo, el color predominante es blanco. Su actividad principal, es el de transmitir virus de plantas enfermas a plantas sanas. El Picudo (*Anthonomus eugenii*), es una plaga de mayor importancia en los cultivares del Chile, afectando en estado de larva y adulto. Es un insecto de color negro y de dos a tres milímetros de largo, deposita los huevos en las flores, donde las larvas luego causan daños, inclusive en los frutos. Las larvas son de color crema, con la cabeza de color café claro y miden 1.6 mm de largo. El ataque de este insecto provoca la caída de flores y frutos, los agricultores utilizan insecticidas sistémicos, como Tamarón y Metasistox. La enfermedad conocida por los productores como Acolochamiento de las hojas, es un mosaico producido por un virus, que es transmitido por la Mosca Blanca. Esta enfermedad de origen viral, es la de mayor impacto en el rendimiento de la producción. Es oportuno mencionar que la infección o procedencia de las virosis asociada con la Mosca Blanca, es irregular en todos los años.

Otras enfermedades que atacan al cultivar de Chile Verde, según el Manual de SuperB se mencionan las siguientes:

Plagas del suelo: Se encuentran la Gallina Ciega (*Phyllophaga* sp, *Melolontha* sp), Gusano Nochero (*Agrotis* sp, *Feltia* sp), Gusano Alambre (*Agriotes* sp) y Nematodos (*Platylenchus* sp, *Meloidogyne* sp). Se combate utilizando Counter o Furadan al 5% por manzana.

Hongos: Enfermedades ocasionados por los hongos del suelo perteneciente a los géneros *Fusarium* (fusariosis), *Phytophthora* (mildius), *Pythium* y *Rhizoctonia*. Se observa a nivel de semilleros y son identificados como Mal del Semillero, Ahogamiento y Pata Seca. Las plántulas presentan un marchitamiento rápido pudrición en las semillas y cuello de las matitas. Es controlada con Banrot o la mezcla de Previcur más Carbendazim.

Plagas foliares: Pueden afectar larvas de las especies *Prodenia*, *Heliothis*, *Spodotera*, *Agromyza* y *Liriomyza*. Así como, tortuguillas de especie *Diabrotica*, Pulgon y Chicharritas.

Tizón Temprano (*Alternaria solani*) Enfermedad que se desarrolla, más en los climas cálidos y secos. Produce manchas negra circulares en las hojas, tallos y frutos; ocasiona la caída de flores y frutos. Aplicando Zineb, Captan, Agrimycin-500, Clortosip o Ridomil se controla esta enfermedad.

Antracnosis del chile (*Colletotrichum capsici*) Se presenta en forma de manchas circulares hundidas, tanto en frutos ver-

des como maduros. Su control es posible con la utilización de Campion, Clortosio y Agrimycin-500.

Marchitez Bacteriana (*Pseudomonas solanacearum*) Se presenta una falta de desarrollo, marchitez, ennegrecimiento de los tejidos vasculares, lesiones oscuras o rajaduras en tallos y frutos.

g) Cosecha

La cosecha se realiza cuando el fruto está sazón (color verde amarillento), dejándole una porción del pedúnculo, realizando esta actividad en los meses de febrero a marzo, efectuando tres cortes en la temporada, el rendimiento promedio es de 10.9 t/ha, equivalente a 480 arpillas. El término arpilla es una medida de origen mexicano, que equivale a 50 libras.

1.2. Requisitos de calidad necesarios para la comercialización

La calidad, es la acumulación de atributos que debe reunir un producto al estar en el mercado, cuando los consumidores lo requieren. "Los países desarrollados usualmente especifican los estándares mínimos que necesitan. La Institución Británica de Estándares, especifica que los chiles secos, enteros o molidos, no deben contener más del 11% de humedad, 10% de ceniza total y 1.6% máximo de ceniza insoluble en ácido hidroclicórico. Los chiles varían ampliamente en su

capacidad picante, la cual es comúnmente medida en unidades Scoville" (18:150)

El comercio internacional del Chile Verde, requiere de varios atributos que el productor debe conocer, tales como: Apariencia visual tamaño, forma, color, brillo, defectos morfológicos, físicos y patológicos.

Textura: firmeza, dureza, suavidad, frescura, succulencia, humedad, resistencia y fibrosidad.

Sabor: dulzura, acidez, astringencia, amargura y aroma.

Valor nutritivo: carbohidratos, proteínas, lípidos, vitaminas, minerales y, **Seguridad:** presencia de toxinas naturales, contaminaciones, residuos de agroquímicos, micotoxinas, contaminantes microbiológicos.

2. Capacidad y estructura de costos de producción

2.1. Capacidad

Cada productor debe tener presente, que su capacidad está en función de los recursos: físicos, financieros y humanos.

a) Físicos

Integrados por la extensión del terreno que se necesita, el cual debe ser apto para el cultivo, así como la maquinaria con que cuentan. Se presenta en el cuadro seis,



página 48 los rubros que lo integran, estos elementos, no integran la Estructura de Costos, que posteriormente se presenta en la página 53. En razón de la ausencia de los datos, se asume, que cada jornal de trabajo pagado, el contratado proporciona sus herramientas de trabajo.

b) Financieros

Es el monto del capital necesario para poder sufragar los gastos que son generados en la producción de una manzana de Chile Verde, se aprecian en el cuadro siete, página 49.

Cuadro 6
Recursos físicos

Descripción	Costo Q.	Total Q.
Bomba para fumigar	350.00	350.00
Machete	20.00	20.00
Lima	9.00	9.00
Azadón	32.00	32.00
Hacha	45.00	45.00

Fuente: Elaboración propia con base en investigación realizada en ferreterías y agroservicios.

Para poder aumentar la producción de Chile Verde en la región, existen tres mecanismos básicos: i) Aumento de la extensión de tierra a cultivar, ii) Utilizar insumos biológicos y, iii) Inversión en maquinaria y equipos.

c) Humanos

Se refiere a la cantidad de personas, que se necesita para cultivar una manzana de Chile Verde y la comercialización del producto. En el cuadro ocho, página 50 se ilustran los componentes de éste recurso.

2.2. Materia prima y materiales

La materia prima necesaria para la producción de Chile Verde, está integrada de la forma como se indica en los cuadros seis y siete. En algunos centros de producción son necesarios otros recursos, dependiendo de varios factores que pueden ser: Topografía, mecanización del terreno, humedad y capital.

Cuadro 7
Materia prima

Descripción	Unidad de medida	Cantidad por Manzana	Costo Q.
Total			1,768.00
Semilla	kilogramo	1	230.00
Insecticidas	litro	5	358.00
Fungicidas	kilogramo	4	320.00
Fertilizantes	quintal	10	860.00

Fuente: Elaboración propia con base en investigación realizada en las cooperativas.

2.3. Mano de obra

En este rubro se clasifican los jornales directos (día-hombre), necesarios para producir una manzana de Chile Verde, que está integrado como se puede apreciar en el cuadro ocho, página 50. La cantidad de mano de obra que se requiere

para producir una manzana de Chile Verde, se reduce al utilizar tecnología en las tareas (maquinaria).

2.4. Gastos de comercialización

Está integrado por los gastos que se originan de las actividades, al vender la producción de Chile Verde. En el cuadro nueve, página 52 se aprecian los rubros que se pueden incurrir, dependiendo del tipo de transacción que se haga. Para el caso de los productores de Chile Verde, el único rubro que generan es el transporte; los siguientes gastos no lo generan y con esto se justifican las columnas Costo y Total Q. que aparecen en blanco.

Cuadro 8
Recursos humanos

Descripción	Días jornales	Costo Q.	Total Q.
Total			6,520.00
Preparación del terreno	16	30	480.00
Siembra	8	30	240.00
Limpias	32	30	960.00
Fertilizaciones	12	30	360.00
Control fitosanitarios	64	30	1,920.00
Cosecha (quintales)	160	16	2,560.00

Fuente: Elaboración propia con base en investigación realizada en las cooperativas.

2.5. Punto de equilibrio

Esta herramienta es de suma importancia en la agricultura, haciendo uso de la Estructura de Costos, página 53 se puede proyectar las cantidades de quintales a producir por manzana, "utilizando la fórmula siguiente:"(10:85)

$$\text{CANTIDAD} = \frac{\text{Costo Total}}{\text{Precio del producto}}$$

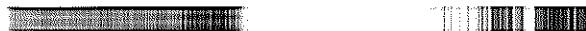
Si el precio mínimo de venta es de Q.90.00 por quintal y se incurre en un costo total de Q.10,698.20 más Q.7,150.00 que corresponde al capital financiado; la cantidad de quintales que se proyecta por manzana, al sustituir los valores en la fórmula siguiente, se tiene:

$$\text{Cantidad} = \frac{\text{Q.10,698.20} + \text{Q.7,150.00}}{\text{Q.90.00}} = \frac{29747}{150} = 198.313 \text{ q.}$$

El resultado obtenido significa, que el productor deberá esperar una producción de 198.31 quintales por manzana cultivada, ya que con dicha cantidad puede cubrir los compromisos de pagos. Cuando los precios fluctúan, en la planificación de la producción, es necesario conocer el precio mínimo que debe aceptarse para la venta por quintal de producto cosechado. "Para obtener el precio mínimo presupuestado, se hace necesario utilizar la siguiente fórmula:"(10:85)

$$\text{Precio} = \frac{\text{Costo Total}}{\text{Quintales por manzana}}$$

Al sustituir los valores se tiene:



Cuadro 9

Gastos de comercialización

Descripción	Unidad de medida	Costo Q.	Total Q.
Transporte	quintal	3	480.00
Envase	cajas		
Muestras	libras		
Publicidad	segundos		
Viáticos	Q/día		
Seguro	contrato		

Fuente: Elaboración propia con base en investigación realizada en las cooperativas.

$$\text{Precio} = \frac{\text{Q.}10,698.20 + \text{Q.}7,150.00}{160 \text{ quintales}} = \text{Q.}111.55$$

El resultado anterior significa, que el productor al tener un rendimiento de 160 quintales de Chile Verde por manzana e incurre en un costo de producción de Q.17,848.20; el precio mínimo de venta por cada quintal de Chile Verde es de Q.111.55; es decir, su costo de producción se obtiene con la fórmula utilizada. Ambos resultados ayudan en la toma de decisiones, en las diferentes áreas de la empresa agrícola.

En la página 53 se presenta una Estructura de Costos, de los rubros que pueden intervenir en la producción de una manzana (0.6974 hectáreas) de Chile Verde, cuya información fue obtenida en los centros de producción. Una manzana es igual a 16 cuerdas y una cuerda es igual 1,600 varas cuadradas.

ESTRUCTURA DE COSTOS

PRODUCTO: CHILE VERDE

DESCRIPCION	CANTIDAD/UN	COSTO	TOTAL	RUBRO	TOTAL
I. COSTOS DIRECTOS					Q.8,388.00
A. ARRENDAMIENTO	1	Q.100.00	Q.100.00	Q.100.00	
B. MANO DE OBRA				Q.8,520.00	
PREPARACION DEL SUELO					
Preparacion del terreno	18	Q.30.00	Q.480.00		
Siembra	8	Q.30.00	Q.240.00		
Limpiaes	32	Q.30.00	Q.960.00		
Fertilizaciones	12	Q.30.00	Q.360.00		
Control fitosanitario	84	Q.30.00	Q.1,920.00		
Cosecha	180	Q.18.00	Q.2,580.00		
C. COMPRA DE INSUMOS				Q.1,768.00	
SEMILLAS					
Variedad (kg)	1	Q.230.00	Q.230.00		
INSECTICIDAS					
Ambush (L)	2	Q.80.00	Q.160.00		
Baytroid (L)	2	Q.85.00	Q.170.00		
Confidor (L)	1	Q.28.00	Q.28.00		
FUNGICIDAS					
Antraool (kg)	2	Q.80.00	Q.160.00		
Dithane M-45 (kg)	2	Q.80.00	Q.160.00		
FERTILIZANTES					
20-20-00 (q)	3	Q.110.00	Q.330.00		
15-15-15 (q)	2	Q.110.00	Q.220.00		
Urea (q)	2	Q.110.00	Q.220.00		
Foliar (L)	3	Q.30.00	Q.90.00		
II. COSTOS INDIRECTOS				Q.2,310.20	Q.2,310.20
GASTOS DE OPERACION					
VENTA					
Transporte (q)	180	Q.3.00	Q.480.00		
ADMINISTRACION					
Administrativos (10%)			Q.838.80		
Imprevistos (5%)			Q.419.40		
FINANCIEROS					
Intereses 18% (6 meses Q.7,150.00)			Q.572.00		
COSTO TOTAL					Q.10,698.20
III. INGRESO POR VENTA					
Venta (quintales)	180	Q.80.00	Q.14,400.00		Q.14,400.00
IV. INGRESO NETO					Q.3,701.80
V. RENTABILIDAD (Ingreso Neto / Costo Total)					34.60

3. Producción de Chile Verde

Las cooperativas objeto de estudio, que actualmente cultivan el Chile Verde, de la variedad Jalapeño M, son cuatro de las seis analizadas; las cantidades en manzanas cultivadas se presenta a continuación:

Cuadro 10

Producción de Chile Verde, año 1997

Cooperativa	Extensión ca	Cul - t i v o m z	Rend i - miento q	Produc - ción q
Total	248.90	70.50	-	11,280
La Técnica Agropecua- ria	102.00	31.50	160.00	5,040
La Nueva Fe- licidad	30.00	9.00	160.00	1,440
Bethel	93.67	19.00	160.00	3,040
Monte Sinaí	23.23	11.00	160.00	1,760
La Lucha	---	---	---	0
Unión Maya Itzá	---	---	---	0

Fuente: Elaboración propia, con base a la información obtenida en la investigación de campo.

En el presente cuadro se observa que las cooperativas analizadas, dos de ellas, sus socios no cultivan el Chile Verde; factor que se debe a la altitud donde se encuentran ubicados los terrenos y la falta de interés por parte de los socios hacia dicho producto.

3.1. Análisis del precio del producto

Para el período vegetativo analizado existe una extensión cultivada de 70.50 manzanas, como se puede apreciar en el cuadro diez, página 54 con una producción de 11,280 quintales, a un precio de venta de Q.90.00 por quintal; que produjo un ingreso de Q.1,015,200.00. El rendimiento por manzana es de 160.00 quintales, haciendo uso del total del costo que aparece en la Estructura de Costos, página 53 más el capital financiado, la inversión fue de Q.1,258,298.10; en ese año se incurrió en una pérdida de Q.243,098.10; lo que indica que el precio de venta no fue el adecuado.

B. Comercialización del producto

1. Comercialización

"Es un mecanismo primario que coordina la producción, distribución y consumo"(14:16)

1.1. Presentación

Se refiere a la parte física del Chile Verde a comercializar. El producto al salir de la unidad de producción, se encuentra fresco e íntegro, sin clasificación de tamaño y con cierto grado de impureza. Para el transporte se hace necesario utilizar costales (receptáculo de forma rectangular abierto por arriba, elaborado de fibras de maguey), en estas condiciones de manipulación se incrementa el grado de riesgo de deterioro.

Existen dos alternativas de presentación del Chile Verde para ser comercializado:

a) Comercializar el Chile Verde entero

Consiste en buscar el mejor mercado para el producto disponible en época de cosecha, el producto conserve su frescura y pigmentación, por lo general, el Chile Verde es utilizado como alimento, pero su uso principal, en países desarrollados, es como especia para dar sabor a la comida o curtidos. En este tipo de venta, el proceso de Mercadotecnia ("Es aquella actividad humana dirigida a satisfacer necesidades, carencias y deseos a través de procesos de intercambio"- (08:07)). inicia simultáneamente con la planificación de la producción. En época de cosecha se requiere que las partes involucradas en el proceso, estén sincronizado en cuanto a la actividad que le corresponde desarrollar.

b) Comercializar el Chile en polvo

Esta actividad consiste en "El fruto es secado, lavado en agua bien limpia, son secados de nuevo y luego se muelen para producir un polvo que se pasa a través de una tela mesh. El polvo menos picante es producido extrayendo las semillas antes de molerlos"(18:152). Los países desarrollados que importan este tipo de producto, aplican rígidas normas fitosanitarias, especialmente referidas a la contaminación bacteriana en especias procesadas y prohíben la aplicación de ciertos químicos.

1.2. Mercado

Mercado es "un conjunto de compradores reales o potenciales de un producto"(11:09), con la anterior definición la producción de Chile Verde, es vendido en su totalidad a los intermediarios de las poblaciones de Benemérito de las Américas y Echeverría, Ocosingo, Chiapas, México; para luego llevarlos a los centros de abasto o mercado de mayoreo de Puebla. Estos intermediarios, interesados en la producción del Chile Verde, facilitan a todos los productores de este cultivo, las arpillas (cajas de plástico) de diferentes volúmenes, necesarias para manipular la producción en forma adecuada, eliminando los riesgos de deterioro físico del producto durante la manipulación postcosecha.

1.3. Necesidad de mercados alternos

En el medio existen dos tipos de mercado que son: Doméstico e Internacional. Las condiciones del mercado Doméstico son cambiantes, es decir, cuando la demanda supera a la oferta, el precio del Chile Verde es alto; si la oferta supera a la demanda, el precio sufre un descenso. Las condiciones del mercado Internacional son reguladas por variables externas al mismo (precio del petróleo, sequías, dólar, guerras, etc.); es más estable que el Doméstico, regula el comportamiento de éste. Como una estrategia de comercialización es necesario tener presencia en éstos, ya que en ambos, se manifiestan la oferta y demanda.

a) **Oferta**

"Por oferta se entiende la relación que muestran las distintas cantidades de una mercancía, que los vendedores estarían dispuestos a, y podrían, poner a la venta a precios alternativos posibles durante un período dado de tiempo, permaneciendo constantes las demás cosas."(14:52)

b) **Demanda**

"Se define como una relación que muestra distintas cantidades de una mercancía que los compradores desearían y serían capaces de adquirir a precios alternativos posibles, durante un período dado de tiempo, suponiendo que todas las demás cosas permanecen constantes"(14:50)

1.4. Clasificación

Los mercados pueden clasificarse por su tipo, atendiendo por lo menos a seis conceptos diferentes; estos son:

a) **Grupo de productos involucrados**

Se encuentra ligado a las costumbres de los productores del mismo lugar, existen productos que son exclusivos de una región, como el Xate y la Pimienta.

b) **Area cubierta**

Esta relación es exclusivamente al territorio cubierto, es decir, que existen productos que se producen y se consumen en una sola localidad, cuando la producción y el consumo se da en una región o departamento, se denomina Re-

gional; cuando los productores envían una porción de su cosecha a la capital se dice que se tiene un mercado Nacional y cuando la transacción se realiza en el extranjero se dice que es un mercado Mundial.

c) Tiempo

El Chile Verde es un producto perecedero, el cual requiere un tratamiento para lograr prolongar su utilidad. El factor tiempo de mercado, es de suma importancia para las cotizaciones de precios, un sólo precio puede durar únicamente en el momento de una operación de compraventa y/o durante días, semanas, meses, si se trata de una economía desarrollada.

d) Nivel de operaciones

El productor y los intermediarios que participan en un canal de comercialización, realizan diversas actividades para que el Chile Verde pueda ser vendido al consumidor final en óptimas condiciones. Las operaciones necesarias que realizan los participantes, están en función del nivel del canal utilizado para la comercialización; a mayor canal, se requiere más actividades de transformación del producto.

e) Grado de competencia

Se refiere a la cantidad de participantes en la oferta y la demanda del Chile Verde, frecuentemente, se observan muchos oferentes y pocos demandantes del producto Chile Verde y por ello se considera un mercado competitivo. En

la agricultura es diferente a la industria por dos razones: i) Aspectos climatológicos y ii) Cuando el precio sube, el año siguiente todos quieren sembrar Chile Verde y el precio baja.

f) Tipo de intercambio

Cada mercado tiene su propio tipo de intercambio, dentro de las actividades de transacción están: Los trueques (cambio de un producto por otro), Intercambio (se otorga un producto por dinero) y Financiamiento (proveer los fondos necesarios para la producción de un producto). Los préstamos, garantías y consignación, son prácticas de algunos productos no perecederos, para esta actividad la consignación es viable.

1.5. Mercado latente

Se investigaron los mercados donde no se efectúan las transacciones del Chile Verde, determinándose, la cabecera municipal de Sayaxché, parcelamiento El Retalteco y Las Cruces, municipio La Libertad, Petén.

Para los productores de Chile Verde, en Guatemala existe el mercado de productos agrícolas ubicado en la Terminal de Buses de la zona cuatro. Este Centro de mayoreo es visitado por oferentes y demandantes locales y salvadoreños. Los productores de la región del altiplano y de la meseta central, son los oferentes potenciales, el precio del producto es impuesto por los intermediarios mayoristas.

La función del mayoreo de la Terminal, es la de establecer los precios de referencia para los distintos puntos de compra-venta en la ciudad capital. El Chile Verde picante, en la ciudad de Guatemala, tiene dos tipos de mercados:

a) Fábricas

Está constituido por las fábricas, que utilizan como materia prima el Chile Verde. Este tipo de mercado tiene como finalidad, obtener un producto terminado, que es la salsa de chile picante en diversas presentaciones. Los requisitos de calidad son más flexibles, tales como: Limpieza del producto, pedúnculo entero, integridad, color uniforme, diversidad del tamaño, picor y frescura.

b) Envasadores

Está integrado por las empresas de tamaño pequeño y mediano, que se dedican al envasado de chile en diversas presentaciones. Por lo general requieren menos cantidad de materia prima que el mercado antes mencionado. Los requisitos de calidad son más rígidos, tales como: Frescura, tamaño grande y estándar, libre de impurezas, pedúnculo integro, solidez, color esbelto y uniforme, picor e integridad.

Existe otro segmento de mercado del Chile Verde, el cual lo integran los demandantes menores y los del extranjero. La demanda para el consumo familiar es variada, pero constante

en cantidades pequeñas y los requisitos de calidad son similares a los del mercado de las fábricas. La demanda de El Salvador tiene lugar los martes y jueves de cada semana, los requisitos de calidad son semejantes a los del mercado de envasadores.

1.6. Causas de la carencia de mercados

A manera de resumen se enumera y explican de forma sucinta las principales causas de la no utilización de mercados alternos y/o la falta de un mercado nacional para la región analizada, para poder comercializar el Chile Verde:

a) Estructura organizacional

El débil desarrollo organizacional de las cooperativas contribuye a la carencia de una logística distributiva del Chile Verde, para obtener los mejores precios; éste factor fomenta una conducta individualista en el momento de la venta del producto.

b) Promoción y divulgación del producto

La falta de un departamento de comercialización en las cooperativas que se encargue de la promoción y divulgación del producto en los mercados existentes, especialmente en el mayoreo de la Terminal de Buses en la zona cuatro y fábricas que requieren el producto como materia prima.

c) Demanda del mercado mexicano

La demanda del producto en el mercado mejicano es constante en el transcurso de todo el año y en virtud que su ubicación es la más inmediata de cualquier mercado, incide en que los productores nacionales, no busquen otras opciones de mercado.

d) Transporte utilizado

La falta de acopio y medios de transporte adecuados por parte de los productores, obliga a la utilización de lanchas en el río Usumacinta como el único medio de locomoción. Trasladar el Chile Verde al Centro de mayoreo de la zona cuatro, al productor le significa pagar un costo de Q.25.00 por quintal, que es superior a los Q.3.00 que se paga por hacer llegar el producto al mercado mexicano.

e) Precio del producto

El precio que ofrece el mercado adyacente al área de producción es más atractivo y constante en la época de cosecha, el mercado nacional manipula un precio que es regulado por el mercado mejicano.

f) Infraestructura disponible

No existe una red vial de carreteras en las cooperativas para trasladar el producto hacia los mercados nacionales, el único acceso terrestre existente es intransitable por la estación lluviosa que impera en el lugar; con lo

anterior se evidencia una falta de interés de los intermediarios nacionales hacia los centros de producción de la región en época de cosecha.

1.7. Precio

Es la "cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o suma de los valores que el consumidor intercambia por el beneficio de tener o usar el producto o servicio"(11:310). Para establecer el precio del producto, vendedores y compradores utilizan el mecanismo del regateo. El equilibrio entre las dos partes está en función del precio del día y el factor decisivo, es la demanda del mismo. En época de cosecha el precio manifiesta un precio no atractivo, contrariamente ocurre en la época de escasez, período que el precio del chile jalapeño es muy alto. El comportamiento del precio por quintal del Chile Verde durante 1997, se puede observar en el cuadro once, página 65.

Los meses que el Chile Verde registra los precios más altos en el mercado nacional, se aprecian en el cuadro once, página 65, lo cual coincide con la época lluviosa en el país, meses que al productor de chile no le es rentable cosechar. Cuando el producto está mojado, su precio es bajo y no tiene demandante; el tiempo de almacenamiento es de un día como máximo, en época seca el tiempo de depósito es de tres días promedio.

Cuadro 11
Comportamiento de precios
del Chile Verde

Precio Q.	MESES											
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
	105	120	120	130	200	250	300	120	120	300	300	300

Fuente: Elaboración propia, según encuesta realizada en el Mayoreo de la terminal de buses, zona 4.

2. Canales de distribución

Se define como "El conjunto de empresas e individuos que tienen propiedad, o intervienen en la transferencia de dicha propiedad, sobre un bien o servicio conforme pasa del productor al consumidor o usuario industrial"(11:357).

Los canales utilizan varios intermediarios "Son grupos independientes que se encargan de transferir el producto del fabricante al consumidor, obteniendo por ello una utilidad y proporcionando al comprador diversos servicios"(08:216), los que se identifican en la comercialización del producto Chile Verde se presentan en la gráfica 01, página 66.

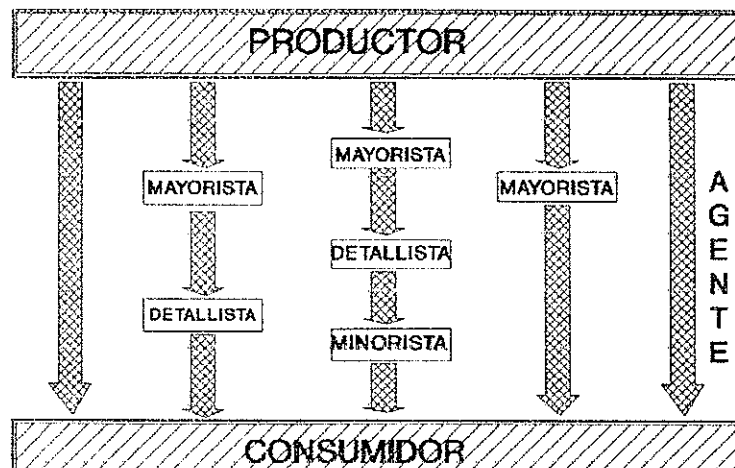
Como se apreciará en la gráfica mencionada, existen cuatro canales de distribución física del Chile Verde en el mercado nacional. En el canal directo de productor a consumidor no es funcional, debido a que el productor por excelencia no es vendedor; en la práctica lo realizan los pequeños productores, que se localizan cerca de un mercado de consumo.

Los siguientes tres canales, el Chile Verde necesariamente pasa a ser propiedad de los intermediarios, de esta forma el precio del producto se incrementa al pasar de un nivel a otro; lo que indica, que a mayor nivel, el consumidor adquiere el producto a un precio más elevado.

El último canal directo que pertenece a la propuesta, utiliza agente de ventas que puede ser contratado de parte de los productores, con la finalidad de superar el problema del primer canal e incrementar los beneficios de los mismos.

Gráfica 01

Canales de distribución del Chile Verde



Fuente: Elaboración propia con base en los datos de la investigación

A continuación se presentan las definiciones de cada intermediario.

2.1. Mayorista

Es un intermediario con una solvencia económica aceptable, que le permite comprar grandes volúmenes de productos del fabricante o productor, que cuenta con infraestructura apropiada para el acopio de las mercancías. Existen dos tipos de mayoristas:

a) Mayorista de producción

Compra los productos de los agricultores y acopiadores, busca las salidas de venta tales como las fábricas y los mayoristas urbanos que necesitan aquellos artículos. Su objetivo es la venta de las cosechas en el área de producción.

b) Mayorista de consumo

Funciona principalmente como un surtidor de detallistas; su meta es la obtención de la mercancía demandada por sus clientes, por eso, busca la calidad y cantidad requerida por los mayoristas en el campo, los fabricantes y los acopiadores.

2.2. Detallista

Es la persona que realiza un complejo de operaciones y actividades diversas y numerosas, para satisfacer las necesidades del ama de casa. Dedicar su negocio al servicio de los clientes.

2.3. Minorista

Es la persona que distribuye cantidades mínimas de un producto, que se demanda en un sector determinado, generalmente carece de infraestructura, utiliza los mercados cantonales o carretas para la venta de los mismos.

3. Márgenes de comercialización

Se refiere a la diferencia que paga el consumidor por un producto y el precio percibido por el agricultor.

3.1. Margen bruto

El margen bruto "se calcula siempre en relación con el precio pagado por el último consumidor y el precio recibido por el agricultor, y se expresa en porcentajes"(14:216). No se consideran los gastos de carga y descarga, transporte, almacenamiento, arbitrios municipales y empaque.

$$MB = \frac{\text{Precio del consumidor} - \text{precio del agricultor}}{\text{Precio del consumidor}} * 100$$

Utilizando la fórmula anterior, en un caso hipotético donde el productor vende un quintal de Chile Verde a Q.90.00 y el consumidor final lo adquiere a Q.120.00; al sustituir los valores, se tiene:

$$MB = \frac{120.00 - 90.00}{120.00} * 100 = 25\%$$

El Margen Bruto de comercialización es del 25%; es decir, por cada quetzal que invierte el consumidor final en la

compra del Chile Verde, veinticinco centavos pertenecen a los gastos de comercialización y setenta y cinco centavos pertenecen al productor. Al existir varios canales en la distribución del producto, el uso de la fórmula sufre una pequeña variación, que consiste en: El primer precio del consumidor que aparece en la fórmula, es sustituido por el precio de venta del canal y el precio del agricultor es sustituido por el precio costo del canal; el resultado se multiplica por cien.

3.2. Margen neto

"Es el porcentaje sobre el precio final que percibe la intermediación como beneficio neto, al deducir los costos de mercadeo."(14:217) Se determina utilizando la fórmula siguiente:

$$\text{MNC} = \frac{\text{Margen Bruto} - \text{Costo de Mercadeo}}{\text{Precio pagado por el consumidor}} * 100$$

Al utilizar la fórmula del MB, se ha determinado que por cada quintal comprado, Q.30.00 (120 - 90) pertenecen al margen bruto de la intermediación, si el nivel del canal incurre en gastos que ascienden a Q.15.00 por quintal, al sustituir los datos, se tiene:

$$\text{MNC} = \frac{30.00 - 15.00}{120.00} * 100 = 12.5\%$$

La finalidad de calcular los márgenes de comercialización, obedece a la necesidad de conocer la cantidad mínima requerida para el riesgo, y para sufragar el costo del mer-

caedo del producto y se le adiciona la cantidad del beneficio del canal.

C. Financiamiento

1. Requerimiento de recursos financieros

El desarrollo agrícola actual en la región, se efectúa con los propios recursos económicos de los productores, al efectuarse la investigación, ninguna institución financiera ha hecho presencia en la zona para apoyar las actividades agropecuarias del área.

Se exceptúan los casos particulares en donde la Comisión Nacional para la Atención de Repatriados, Desplazados y Refugiados -CEAR-, ha otorgado ayuda económica y algunos insumos de emergencia a los repatriados al momento de su reinserción a su antigua zona de vida, para contar con un auxilio básico, en tanto alcancen iniciar el proceso de las actividades agropecuarias que les permitan generar una producción sostenible para la subsistencia.

Como se aprecia en la Estructura de Costos, página 53 la producción de Chile Verde requiere de varios insumos, principalmente productos agroquímicos, esto quiere decir, que es imperativo la disponibilidad de recursos financieros en todo el proceso productivo; al incrementar el área de producción y obtener un producto de calidad, esto es posible sólo con un financiamiento.

CAPÍTULO III

PROPUESTA: ORGANIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CHILE VERDE

A. Modelo de organización

1. Empresa de acopio y comercialización

1.1. Modelo de organización

Un modelo, es la simplificación e idealización de la realidad y debe ser representativa de todos aquellos aspectos que en el intervienen. "Un modelo normativo, en ocasiones se denomina modelo de optimización, es prescriptivo porque señala el curso de acción que el administrador (quien toma las decisiones) debe seguir para alcanzar un objetivo definido"(5:7)

El modelo para la comercialización del Chile Verde que se produce en la región objeto de estudio, se propone una Cooperativa Detallista, que permite agrupar a los productores actuales y futuros de la zona, para obtener una superación organizada y calidad del producto; para competir en el mercado de los países desarrollados.

1.2. Estructura

Los factores que influyen en determinar el tipo de estructura empresarial son: Tamaño de la organización, estrategia, tecnología, entorno y control del poder.

La estructura permite facilitar la coordinación de actividades y controlar los actos de los miembros de una organización, de acuerdo al grado de complejidad, formalismo y centralismo.

Para un centro de acopio en formación, se recomienda utilizar una estructura lineal, que es conocida también como estructura escalar. Esta estructura permite mantener una línea clara de autoridad, desde el nivel más alto hasta el más bajo de la organización y responsabiliza a cada miembro de la empresa, sólo frente a un superior. Como se puede apreciar en la gráfica dos, página 73.

1.2.1. Funciones principales

A continuación se describen las principales funciones de la estructura organizacional propuesta.

a) Asamblea General de Asociados

Es el ente supremo de la cooperativa; de sus reuniones ordinarias y extraordinarias emanan las decisiones de conformidad con su régimen normativo, exige a los demás órganos de la asociación el cumplimiento de sus políticas y directrices.

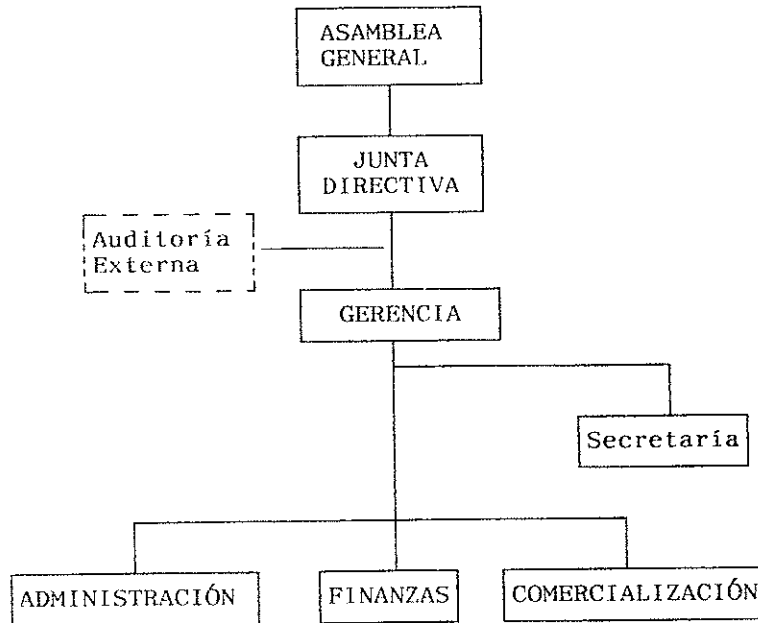
b) Junta Directiva

Es el órgano superior, su función principal es de dirección y administración de la cooperativa. Dicta las políticas generales para su cumplimiento, es electa en

Asamblea General de Asociados por un período de dos años, está integrada por cinco miembros.

Gráfica 2

**Modelo de organización propuesta
del centro de acopio**



c) Auditoría Externa

Su función principal es la de fiscalizar las operaciones contables, financieras y administrativas, informando a la Junta Directiva de su actuación. Su presencia está limitada a solicitud de la Junta Directiva o por disposición del Instituto Nacional de Cooperativas -INACOP-, en cualquier tiempo.

d) Gerencia

Este órgano es el responsable de la planificación, organización, integración, dirección y control de las actividades de la cooperativa detallista, con base a los lineamientos, objetivos y políticas de la organización. Su titular es el representante legal de la cooperativa, tiene como función principal la dirección y ejecución de las políticas de la Junta Directiva. Debe velar porque la administración y la información contable, financiera y mercadológica sean oportunas y confiables. El nombramiento y remoción al cargo es competencia de la Junta Directiva.

e) Departamento de Administración

Dirige, coordina, supervisa y controla las funciones administrativas, recurso humano y técnico bajo su mando, debe incluir las funciones que en el futuro se consideraran necesarias.

f) Departamento de Finanzas

Es la unidad administrativa de la cooperativa, cuya función principal es la administración financiera, determina: presupuestos, programación de créditos bancarios, impuestos, flujo de efectivo, costos, estados financieros y evaluación de los proyectos de los socios. Debe mantener la información en forma actualizada, oportuna, confiable, exacta, válida y correcta.

g) Departamento de Comercialización

Su función principal es la de administrar los recursos financieros de la cooperativa, a través de las compras de los artículos para el consumo, insumos, materiales y tecnología para la producción; debe obtener los mejores precios en el mercado para los productos, así como llevar el registro, control, almacenamiento y despacho de todos los artículos, suministros y productos de la cooperativa. Deberá promover el producto, invitando a los clientes a que visiten el área de producción; divulgará la producción existente, en los mercados que se consideran atractivos, enviándoles registros, fotografías de la misma o muestras.

1.3. Sistema de funcionamiento

El propósito del centro de acopio, es ayudar a sus miembros a obtener mayores ingresos, obtener precios netos atractivos por los productos vendidos de los miembros, proveyéndolos de fertilizantes, semillas y otros insumos agrícolas a más bajos precios u otorgándoles servicios a costos inferiores, que se ofrece en el mercado.

1.3.1. Funciones del Centro de Acopio

"a) De transacción: Venta, compra, alquiler, préstamo, garantía y consignación.

b) Físicas: Transporte, manipuleo, almacenaje, procesamiento y empaque y estandarización.

c) Facilitantes: Financiamiento, seguros, investigación de mercados, promoción, información y noticias comerciales"(4:173)

1.4. Requisitos legales

Los requisitos legales que la empresa de acopio debe cumplir, para desarrollarse en la comercialización, son:

a) Estar inscrito en el Registro de Cooperativas del Instituto Nacional de Cooperativas (INACOP).

b) Estar inscrito en el Registro Mercantil.

i) Para la solicitud de inscripción:

- Presentar formulario de solicitud de Sociedad Mercantil.

- Adjuntar fotocopia legalizada del testimonio de la escritura constitutiva de la sociedad.

- Presentar el comprobante de pago por derecho de inscripción, según Arancel del Registro Mercantil (DRI-1), este pago se calcula sobre el capital autorizado.

ii) Para la inscripción definitiva:

- Presentar fotocopia del nombramiento del representante legal, debidamente razonado por el Registro.

- Presentar Testimonio o testimonios de la escritura de constitución y ampliación, si lo tuviese.

- Comprar un timbre fiscal de ley, para adherir a la Patente de Sociedad que el Registro emite, así co-

mo el timbre o timbres fiscales que se adhieren a o los testimonios.

c) Estar inscrito en el Ministerio de Finanzas.

Llenar los formularios DRI-RTU-01, DRISR-07

d) Estar inscrito en la Ventanilla Unica del Ministerio de Economía.

i) Como exportador

- El trámite debe efectuarlo el representante legal de la persona jurídica o colectiva, acreditando debidamente la personería con que actúa.

- Debe presentar fotocopia de la escritura constitutiva de la persona jurídica o colectiva de que se trate.

- Debe acompañar fotocopia de la Patente de Comercio y de la Patente de Sociedad.

- Debe presentar fotocopia de la constancia de inscripción en el Registro Tributario Unificado.

B. Comercialización propuesta

1. Organización del sistema

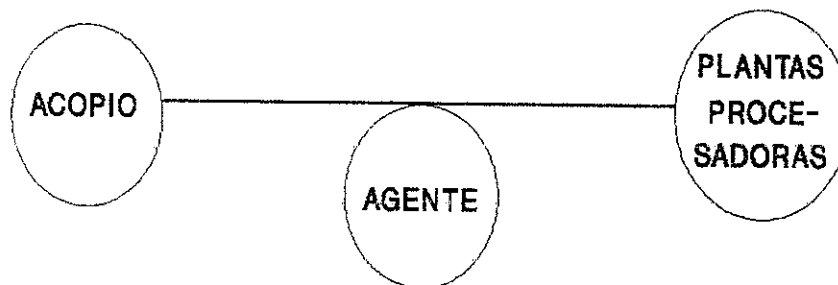
La organización del sistema está en función de la misión y metas del centro de acopio, para poder cumplir lo antes descrito, se propone un modelo de comercialización en la gráfica tres, página 78.

1



Gráfica 03

Modelo de comercialización del Chile Verde



2. Central de acopio y comercialización

2.1. Funcionamiento y administración

La Central de Acopio será la encargada de recolectar toda la producción de sus cooperativas miembros y/o productores no miembros de la región. Elegir compradores para cada producto y éstos pueden estar en el país o en el extranjero, mantendrá una comunicación fluida con las fábricas, exportadores y embajadas de los países, donde el comercio es viable.

La información de precios y calidades, le servirá para la programación de futuros periodos vegetativos del producto.

Comprará los insumos necesarios y contratará a los posibles productores.

La administración del Centro de Acopio la ejercerá un profesional, el Consejo de Administración lo integrará un miembro de cada cooperativa afiliada, elegido democráticamente por los socios de las cooperativas, según el perfil del puesto y las necesidades del Centro.

2.2. Logística de comercialización

El departamento de Comercialización se encargará de la planificación de la producción para un período vegetativo, facilitando:

a) Insumos

Será el responsable de adquirir y proporcionar los insumos, las herramientas y aperos de labranza que sean necesarios para la producción. Para lo anterior se fundamentará en las solicitudes de créditos de cada socio.

b) Embalaje y transporte

Indicará a los productores el tipo de embalaje que requiere el producto para su traslado hacia el mercado, según la presentación del producto para su venta; fijará el lugar, fecha y hora para la concentración del producto para su envío. El tipo de transporte de acuerdo a la infraestructura de cada centro de producción, siendo indispensable analizar el costo y la capacidad de éste.

c) Precio

La comercialización del Chile Verde se realizará en el mercado, que en época de la producción proponga el mejor precio para el producto, según cotizaciones previas; considerando el margen de ganancia que se desea obtener en la venta del producto. Los factores que se deberán tomar en cuenta para el mercado son: el precio y la distancia que existe entre el centro de producción y el mercado. Haciendo uso del modelo, página 78 al utilizar un canal de comercialización directo entre productor y consumidor, que tiene por finalidad, obtener la máxima ganancia posible; utilizando para dicha actividad agente de ventas.

2.3. Financiamiento

El departamento de Finanzas se encargará de los registros para la gestión, administración y reintegro de los fondos, que se necesitará en la producción y comercialización del Chile Verde, de la forma siguiente:

a) Solicitudes

Proporcionará la información y documentación necesaria para el otorgamiento y la forma de reintegro de los préstamos a los socios.

b) Entrega

El financiamiento lo recibirán los socios de una forma asistida, es decir, supervisar de parte del centro de acopio la aplicación del destino de los fondos para los

cuales fueron solicitados, según las necesidades de la fase de producción y comercialización.

c) Reintegro

Se indicará a cada socio la cuota del financiamiento que deberá cancelar en cada corte, reteniendo el centro una cantidad proporcional y razonable al monto de las ventas del mismo.

2.4. Asistencia técnica

El departamento de Administración será además, el responsable de velar por la superación de los miembros, en las siguientes áreas:

a) Educación

Gestionar ante las autoridades del Centro, los cursos, seminarios y becas para sus socios o familiares de éstos, para el mejor desenvolvimiento del Centro.

b) Tecnológico

Hacer los requerimientos de nuevas técnicas de producción, el uso de maquinarias y tecnologías, variedades a producir y estudios de mejoras en el cultivo del producto.

c) Infraestructura

Realizar los estudios de la factibilidad de la creación de cuartos fríos para la conservación del producto, construcciones e instalaciones para el acopio y comercializa-



ción de productos semiprocesados. El Chile Verde es un producto muy perecedero, que hace necesario el uso de un sistema de acopio refrigerado que permita conservar su estado natural y de esta forma prolongar su vida útil, es importante mencionar, que cualquier producto que reciba un almacenamiento en frío y después es pasado a temperaturas ambientales, cambia de pigmentación en su estado natural.

Solicitar ayuda para la construcción de carreteras o mantenimiento de las mismas, para facilitar el traslado del producto hacia el mercado de consumo; analizar las ventajas de comprar o alquilar medios de transporte para la producción.

2.5. Reinversión de capitales

Finalizadas las actividades en el modelo de comercialización, es decir, si retorna capital a los productores; que puede ser un capital superior al invertido en el proceso de producción y comercialización del producto, para este caso hay posibilidad de reinversión de capital, que puede estar orientado a la expansión de la cantidad del área a cultivar, adquirir tecnología para el cultivo, modificar las instalaciones del Centro de Acopio y/o fomentar el cultivo de otro producto. La reinversión no es posible, si al final de las actividades en el modelo de comercialización, se obtiene un capital menor o igual al invertido.

C. Perspectivas

1. Corto plazo

1.1. Organización de productores

Un factor necesario es la unificación de los objetivos de los productores de Chile Verde. Un solo productor no posee las condiciones necesarias para exportar su producción y cumplir con las exigencias del mercado, que son imprescindibles para penetrar y mantenerse en un mercado extranjero exigente.

Una forma de organizar a los pequeños productores de una región en particular, es concientizando de la necesidad de agruparse en una cooperativa, que será la encargada de proveer toda la información necesaria para la producción y mercadeo de los productos agrícolas de sus asociados.

La ubicación geográfica de la Cooperativa donde se considera establecer el centro de acopio, estará en función de los factores elementales, tales como: carretera, agua, energía eléctrica, teléfono y servicios; para la presente propuesta le corresponde a la cooperativa Bethel.

1.2. Asistencia técnica

Es un factor de mucha importancia para elevar el nivel de la calidad del producto, para el mercado local y extranjero, en el país funcionan instituciones, que proporcionan asistencia técnicas, tales como: Instituto Técnico de Capacitación y Productividad -INTECAP-, en las áreas de: co-

mercionalización, almacenamiento, manejo de bodegas, carpintería, etc., Dirección General de Servicios Agrícolas (DIGESA), para los recursos naturales renovables; Instituto de Ciencia y Tecnología Agrícola -ICTA-, para mejorar las semillas y variedades; Instituto Nacional de Cooperativas -INACOP-, en las áreas administrativas y financieras de una cooperativa; Universidad de San Carlos de Guatemala -USAC-, en las Facultades y Escuelas donde existe Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) y Práctica Profesional Supervisada (PPS) de los Centros Universitarios; Instituto de Nutrición de Centroamérica y Panamá -INCAP-, para los estudios de contenido proteico y vitamínicos de los granos, frutos y semillas; Banco de Desarrollo Rural -BANRURAL-, todo lo relacionado con el crédito agropecuario; y Asociación Gremial de Exportadores de Productos No Tradicionales -AGEXFRONT-, con la información de los mercados internacionales y comportamiento de los precios.

1.3. Sistema de acopio

Los factores considerados para un acopio, son: Perecibilidad del producto, dispersión de los productores y estacionalidad de la producción. Si el Chile Verde se comercializa entero y fresco, se requiere de un cuarto frío para poderlo conservar, de lo contrario no es viable su acopio por varios días, en este caso, el acopiador debe coordinar el transporte adecuado para la producción. Si el producto recibe un tratamiento, tales como: Clasificación, lavado, empaquetado, etiquetado, etcétera; se debe disponer de la mano de

obra que se necesita para estas actividades. Esto sólo es posible, si se establecen contratos con empresas envasadoras y/o plantas procesadoras del Chile Verde, para proporcionar el apoyo logístico, que pueden ser: envase, fórmula, empaque, transporte, etc.; es decir, fomentar la agroindustria en el Departamento.

1.4. Comercialización (contratos anuales por volumen)

Una de las formas de reducir los riesgos en la comercialización de los productos perecederos, es la celebración de contratos con los clientes interesados en los productos para un período determinado, que puede ser un período vegetativo, un año u otro factor de tiempo que resulte práctico y beneficioso para los agricultores.

En las cláusulas se fijarán la forma de entrega, responsable del despacho y recepción de la mercancía, tiempo, cantidad, calidad, forma de pago, otros beneficios para las partes, forma de responder en caso de fluctuación del precio en el mercado.

2. Mediano plazo

2.1. Tecnologías en el cultivo

Actualmente los productores de Chile no utilizan la tecnología para el cultivo del producto, al mecanizar los suelos elevan su productividad. La tendencia mundial del uso de la tecnología, se orienta a la utilización de abonos orgánicos e insecticidas biológicos o lo que se llama agricultura

sostenible; que da origen a una mercadotecnia social "Es el diseño, instrumentación y control de programas tendientes a hacer más aceptable una idea, causa o práctica social en el grupo meta"(8:554).

2.2. Mercados internacionales

La comercialización mundial del chile, se da en producto seco, es preferido el que está secado mecánicamente, pues está menos contaminado de tierra, mohos u otros cuerpos extraños, si se ha almacenado por mucho tiempo el producto pierde su mercado, es necesario mantener la información de los mercados a cubrir, si es viable el procesamiento del producto y el periodo de la comercialización.

"Los mayores importadores de chile son los países asiáticos Malasia, Corea y Japón"(18:152) seguidos de los Estados Unidos de América y Europa.

Un consumidor industrial de un país desarrollado, solamente acepta la transacción de un producto con un productor, si éste le garantiza el envío en los tiempos programados y las calidades requeridas. Previo al establecimiento de las relaciones comerciales, es necesario enviar muestras, que contengan todos los datos de la producción y la programación de entrega. Por lo anteriormente expuesto se evidencia la dificultad de ingresar a los mercados internacionales, donde una de las barreras es la calidad del producto.

Cuando una empresa agrícola desea iniciar sus actividades de exportación, debe considerar las "etapas de una estrategia de marketing internacional: a) Selección del mercado a desarrollar, b) Evaluación de sus características actuales: competencia, preferencia, hábitos, estructura y consumo, c) Definición estratégica de penetración, d) Fijación de objetivos de mercado, e) Diseño de mezcla comercial, f) Evaluación periódica de resultado y, g) Replanteo de objetivos y/o mezcla comercial."(4:149)

3. Largo plazo

3.1. Líneas de crédito en el sistema financiero nacional

El financiamiento al sector agrícola, es de mucha importancia, para obtener los insumos necesarios para la producción. Actualmente, el único Banco que ha proporcionado tal servicio ha sido el Banco Nacional de Desarrollo Agrícola -BANDESA-, que con la ley que reforma el Decreto 99-70 del Congreso de la República, se constituyó el Banco de Desarrollo Rural -Banrural-, según "Artículo 1. Transformación. El Banco Nacional de Desarrollo Agrícola (BANDESA), conservando su personalidad jurídica, se transforma en un Banco de capital mixto, con participación multisectorial, al que en la presente ley se le designa como el Banco, el que se organizará en forma de Sociedad Anónima con arreglo a la Legislación general de la República y cuyo nombre comercial será Banco de Desarrollo Rural, que podrá abreviarse como BANRURAL"(7:01);

la liberación de las tasas que cobran las diferentes entidades del sistema; se puede contrarrestar haciendo uso del fideicomiso, disponible en el Banco de Desarrollo Rural como Crédito Rural. La tasa de interés activa que cobran para éste tipo de financiamiento, es inferior a la tasa de créditos otorgados con fondos propios.

Conclusiones y recomendaciones

A. Conclusiones

1. La aplicación de un Modelo de Comercialización del Chile Verde en las seis cooperativas analizadas, requiere conocimientos generales de administración; pero se detectó que los socios que integran las cooperativas, carecen de una formación académica adecuada para dicha actividad.
2. No todos los suelos de las cooperativas son los más aptos para el cultivo del Chile Verde, la distancia y la infraestructura frenan el desarrollo productivo de las cooperativas.
3. El mercadeo del Chile Verde requiere de una buena planificación, la ausencia de ésta permite que los productores realicen dicha actividad en forma individual, pues este factor beneficia a los intermediarios en la fijación del precio, en época de cosecha.
4. La ausencia de financiamiento para la producción del Chile Verde reduce las cantidades de las áreas a cultivar, la ubicación de cuatro cooperativas en las riberas del río Usamacinta, permite la utilización de técnicas de riego para incrementar la producción.

5. Los socios de las cooperativas son usuarios potenciales de los préstamos que otorga BANRURAL, es imperativo que el INACOOOP proporcione asistencia técnica, para que los socios obtengan una supervisión de la inversión de los recursos y optimizar el uso de éstos.

6. Para poder utilizar el servicio financiero del mencionado Banco, una de las condiciones para otorgar préstamos, es la garantía hipotecaria. Para poder resolver este problema, es necesario que las cooperativas solventen su situación legal ante el INTA.

7. El mercado latente de la ciudad de Guatemala, al productor le significa Q.25.00 por quintal, en concepto de flete. La ausencia de una logística distributiva, hace que el mercado en mención no es frecuentado por los productores.

8. Por su importancia, el modelo se fundamenta en la evaluación de la estructura organizacional de las cooperativas; del control y de las actividades mercadológicas; localización de áreas o puntos críticos de producción y de la determinación de utilidades en la comercialización.

9. Como un instrumento administrativo, que permite a las Juntas Directivas de las cooperativas un acercamiento hacia las diferentes áreas de las organizaciones, observando con mayor objetividad el cumplimiento de la planificación agrícola, para las decisiones correspondientes.

B. Recomendaciones

1. Que las cooperativas soliciten al Instituto Nacional de Cooperativas la asesoría en las áreas de administración, mercadeo y finanzas y/o la autorización de contratar a un profesional para la administración de las mismas.
2. Que los productores utilicen semillas híbridas, insumos orgánicos para elevar la producción y protección del medio ambiente. Dar mantenimiento a las carreteras existentes y construir donde no existe, para facilitar la comercialización.
3. Los socios de las cooperativas deben considerar la creación de un departamento de Comercialización, para la coordinación, planificación y mercadeo del Chile Verde.
4. Con el objeto de brindar acceso al financiamiento, el Modelo debe de gestionar créditos, administrar y supervisar los fondos de fideicomisos que proporciona Banrural.
5. El manejo de los fondos lo realizará el departamento de Finanzas por medio de entregas graduales, bajo el sistema supervisado, eliminando requisitos, como la reciprocidad en el reintegro del financiamiento.
6. Es indispensable que el Gobierno, a través del INTA vele por el cumplimiento de los pagos pendientes de las fincas

asignadas y, posteriormente, con los correspondientes títulos de propiedad, específicamente para las cooperativas con tenencias de tierras.

7. El departamento de Comercialización debe diseñar una logística distributiva de la producción en función del precio, negociará con las plantas procesadoras para asegurar la venta de toda la producción.

8. Es indispensable que las instituciones involucradas con el sector cooperativo, faciliten a los productores de Chile Verde programas de asesoramiento, principalmente técnicos.

9. El mercadeo internacional del Chile Verde, necesita un alto grado de desarrollo organizacional de parte de los productores. Se sugiere a las Juntas Directivas de las mismas, que soliciten las ayudas pertinentes para la aplicación de las recomendaciones de esta tesis.

Bibliografía

1. Agenda para el desarrollo de la agricultura sostenible y de los recursos naturales de Petén. Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación (MAGA), 1994, 18 p.
2. Alianza Cooperativa Internacional (ACI)
Manchester, Inglaterra, 23 de Septiembre de 19956
3. Avila Quiroa, Juan E. Caracterización agromorfológica y bromotológica de 42 cultivares de Chile (*capsicum spp.*) nativos de Guatemala, en el valle de la Fragua, Zacapa, 1984. Tesis de Ingeniero Agrónomo, Facultad de Agronomía, Universidad de San Carlos de Guatemala. 1986
4. Colaiacovo, Juan Luis. Exportación, comercialización y administración internacional CICOM-OEA, Editorial Cabi-cieri Ltda. Río de Janeiro, Brasil 1983, 269 p.
5. Davis, K. Roscoe/Mackeown, Patrick G. Modelos cuantitativos para administradores, Grupo Editorial Iberoamericana, D.F. México 1986. 758 p.
6. Diagnóstico rural participativo de nueve comunidades del río Usumacinta, La Libertad, Petén., Proyecto Centro Maya subregión de Bethel, La Libertad, Petén 1996.
7. Diario de Centroamérica. Decreto No. 57-97 que reforma el Decreto 99-70 del Congreso de la República de Guatemala, Ley de Transformación del Banco Nacional de Desarrollo Agrícola (BANDESA). Tomo CCLVII, número 3, 31 de julio de 1997.
8. Fischer, Laura. Mercadotecnia, Editorial McGraw-Hill Interamericana de México, Segunda Edición, México 1996, 458 p.
9. Haag, Herman M./Soto Angli, José. El mercadeo de los productos agropecuarios. Editorial Limusa, Séptima reimpresión, septiembre de 1996, México. 458 p.
10. Kay, Ronald D. Administración agrícola y ganadera, planeación, control e implementación, Cía. Editorial Continental, S. A., Sexta impresión, abril de 1989, México.
11. Kotler, Philip / Armstrong, Gary. Fundamentos de mercadotecnia. Segunda Edición, Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, S. A., México 1991, 654 p.

12. **Ley General de Cooperativas.** Decreto Número 82-78 y su Reglamento, Acuerdo Gubernativo Número M. de E. 7-79.
13. **Manual agrícola SuperB.** Editorial Productos SuperB Agrícola, S. A. Guatemala.
14. **Mendoza, Gilberto.** **Compendio de mercadeo de productos agropecuarios,** IICA, Serie de libros y materiales educativos No. 82, San José, Costa Rica 1987. 343 p.
15. **Morales Cancinos, Julio César.** **Diagnóstico del potencial maderero de una sección del bosque de la cooperativa bethel,** La Libertad, Petén, Facultad de Agronomía, Universidad de San Carlos de Guatemala, julio 1994.
16. **Océano Uno.** **Diccionario Enciclopédico ilustrado** Colombia, Edición 1990
17. **PROBOPETEN.** **Sondeo socioeconómico de diez cooperativas agrícolas de los ríos La Pasión y Usumacinta,** Petén, Guatemala. 1994, 34 p.
18. **Robbins, Peter.** **Productos agrícolas de países en desarrollo y sus mercados,** CIDECA (Consejo para el desarrollo de Centroamérica), Guatemala, enero de 1997.
19. **Secretaría Permanente del Tratado General de Integración Económica Centroamericana -SIECA-** **Arancel centroamericano de importación,** Editorial Enseñanzas Técnicas Centroamericanas, 1997.
20. **Simmons, Charles. et al 1959.** **"Clasificación de reconocimiento de los suelos de la república de Guatemala".** Trad. Pedro Tirado-Sulsona. Editorial José Pineda Ibarra. Guatemala. 1,000 p.

ANEXOS

|

1



BOLETA DE ENCUESTA A COOPERATIVAS

A continuación encontrará una serie de preguntas relacionadas al Estudio de Tesis UN MODELO DE COMERCIALIZACIÓN DEL CHILE VERDE, previo a optar el Título de Administrador de Empresas, en el grado de Licenciado.

NOMBRE DE LA COOPERATIVA: _____

I. TIERRA DEDICADA AL CULTIVO DE CHILE VERDE EN 1997.

1. ¿Cuántas manzanas en total sembró la cooperativa en 1997? _____
2. ¿Cuántas personas (socios) en total se dedicaron a la siembra en 1997? _____
3. ¿Cuál es el promedio de manzanas de tierra por persona dedicadas a la siembra del chile? _____
4. ¿Botaron más bosques para sembrar chile en 1997? _____, ¿Cuánto? _____

II. FASE DE PREPARACIÓN DEL TERRENO:

1. ¿En qué meses preparan el terreno, para la siembra? _____
2. ¿Qué actividades incluyen, la preparación de una manzana para la siembra? _____
3. ¿Cuántos jornales necesita la preparación de una manzana? _____
4. ¿Qué costo tiene un jornal de trabajo? _____

III. FASE DE SIEMBRA Y CUIDADO DEL CULTIVO:

1. ¿Qué variedad de Chile Verde siembra usted? _____
2. ¿Cómo obtiene la semilla que utiliza? _____



3. ¿En qué mes siembra? _____
4. Mencione la forma de sembrar (Semilleros, directo, polinización). _____
5. ¿Cultiva Chile Verde asociado con otro producto? _____
Si la respuesta es afirmativa ¿Qué tipo de cultivo? _____
6. ¿Cuánto de semilla requiere una manzana? _____
7. ¿Qué tipo de desinfectante utiliza para la semilla? _____
8. Si necesita comprar la semilla, ¿Qué costo tiene? _____
9. ¿Cuántos jornales requiere la siembra de una manzana? _____
10. ¿Cuántas veces fumiga el cultivo? _____
11. ¿Qué costo tiene el jornal de la fumigada? _____
12. Mencione los insecticidas, fungicidas, herbicidas, etc.; que utiliza par el cuidado de las plantas.

TIPO DE QUÍMICO	COSTO POR UNIDAD DE MEDIDA
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

13. ¿Un litro de químico, para cuántas manzanas se usa? _____

IV. FASE DE COSECHA, TRANSPORTE Y VENTA:

1. ¿En qué mes inicia la cosecha? _____
2. ¿Cuántas veces se cosecha en una manzana? _____
3. ¿Cuántos días debe transcurrir para futuras cosechas en una manzana? _____
4. ¿Cuántos quintales en total obtiene de Chile Verde en una manzana? _____
5. ¿Cuántos jornales se necesita para cada corte por manzana?
Primer corte _____
Segundo corte _____

Tercer corte _____
Cuarto corte _____

6. ¿Qué costo en mano de obra tiene el recolectar un quintal de Chile Verde? _____
7. ¿Qué precio tiene un quintal de Chile Verde en la cooperativa? _____
8. ¿Qué precio tiene un quintal de Chile Verde en el mercado o punto de venta? _____
9. ¿En dónde vende la cooperativa el producto? _____

10. Mencione si se puede o no almacenar el producto:

11. ¿Cuenta la cooperativa con un sistema de almacenamiento y de qué tipo? _____

12. ¿Utiliza algún medio de transporte para vender su producto? _____
Si la respuesta es afirmativa, ¿Es propiedad de la cooperativa? _____

13. ¿Cuál es el costo de transportar un quintal de Chile Verde, al mercado? _____

14. Mencione los precios del Chile Verde durante cinco años, ¿si es posible?
1,997=Q. _____ 1,996=Q. _____ 1,995=Q. _____
1,994=Q. _____ 1,993=Q. _____

V. SISTEMAS DE COOPERACIÓN Y ASISTENCIA TÉCNICA:

1. ¿Estaría la cooperativa interesada en recibir créditos para la siembra de Chile? _____
2. ¿Cuánto de crédito necesita para ampliar el cultivo de Chile? _____
3. ¿Qué tasa de interés estaría dispuesta la cooperativa a pagar? _____



BOLETA DE ENCUESTA A EMPRESAS

A continuación encontrará 11 preguntas, sobre criterios de calidad en la compra de Chile Verde. Las respuestas forman parte del estudio de Tesis UN MODELO DE COMERCIALIZACIÓN DEL CHILE VERDE, para optar al título de Administrador de Empresas, en el grado de Licenciado.

1. ¿Actualmente compra Chile Verde para su materia prima?.
2. ¿De dónde proviene el producto que usted compra, para elaborar sus productos?.
3. ¿Qué tipo de Chile Verde compra usted?
4. ¿Qué criterios de calidad y precio utiliza para comprar el producto?
5. ¿Qué cantidad de producto compra usted?. Si en este momento se le presenta una oferta, ¿la adquiere la empresa?
6. ¿En que meses compra usted el Chile Verde?
7. ¿Le gustaría tener nuevos proveedores del Chile Verde y que tipo de variedad prefiere?
8. ¿Qué cantidad de Chile Verde compraría para incrementar su producción?
9. ¿Qué requisitos de calidad debe tener el producto, al llegar a las bodegas de su fábrica?
10. ¿Tiene conocimientos sobre la producción de Chile Verde, en el departamento de Petén?
11. ¿Le gustaría comercializar con los productores de la región mencionada en la pregunta anterior?.

BOLETA DE ENCUESTA A INTERMEDIARIOS DE LA TERMINAL

A continuación encontrará 14 preguntas, sobre criterios de fijación de precios en la compra de Chile Verde. Las respuestas forman parte del estudio de Tesis UN MODELO DE COMERCIALIZACIÓN DEL CHILE VERDE, para optar al título de Administrador de Empresas, en el grado de Licenciado.

1. ¿De dónde proviene el Chile Verde, que está comprando?.
2. ¿Qué variedad de Chile Verde se puede comprar, en este lugar?.
3. ¿Qué precio tiene la medida de Chile Verde que compra usted?
4. ¿Qué criterios de calidad y precio utiliza para comprar el producto?
5. ¿Qué cantidad de producto compra usted?. Si en este momento se le presenta una oferta.
6. ¿En qué meses compra usted el Chile Verde?
7. Mencione los meses en que el Chile Verde es escaso y su precio.
8. Mencione los meses en que el Chile Verde es abundante y su precio.
9. ¿Qué requisito de calidad debe tener el producto al llegar a la terminal, para fijar el precio?
10. Mencione la forma en que fijan los precios del Chile Verde.
11. ¿Qué cantidad de Chile Verde ingresa a la terminal?
12. ¿Existe otro mercado de venta del Chile Verde?
13. ¿Existen requisitos legales para la compra venta del Chile Verde?
14. ¿Cuántos días puede mantenerse sin vender el Chile Verde?



MANDATO FIRME DE INSCRIPCION DE OPERACIONES

Señor _____, gerente general de
la bolsa de productos

NO:

Fecha:

YO _____ EN MI CALIDAD DE REPRESENTANTE DE
PUESTO DE BOLSA _____ N°. _____ AUTORIZO A LA BOLSA
PARA QUE INSCRIBA EN LA RUEDA DEL DIA _____ LAS OPERACIONES
QUE A CONTINUACION SE RELACIONAN

OPERACIONES ACORDADAS			OPERACIONES CRUZADAS			OPERACIONES ABIERTAS		
N° Minuta	Producto	Tipo Operación	N° Minuta	Producto	Tipo Operación	N° Minuta	Producto	Tipo Operación

EN FORMA ADJUNTA ENVIO A USTED LAS RESPECTIVAS MINUTAS DE ACUERDO Y/O CRUCE Y LAS OFERTAS ABIERTAS DE NEGOCIACION DEBIDAMENTE DILIGENCIADAS Y FIRMADAS POR LAS PARTES AUTORIZADAS.
SE DA POR ENTENDIDO QUE LA NEGOCIACION DE LAS OPERACIONES RELACIONADAS EN ESTE DOCUMENTO, SE REGIRAN POR EL CODIGO DE COMERCIO Y LOS REGLAMENTOS E INSTRUCTIVOS DE LA BOLSA

NOMBRE Y FIRMA DE REPRESENTANTE DEL PUESTO



LIQUIDACION DEL PUESTO
CLIENTE VENDEDOR

Nombre del Cliente:	Fecha:
Mandato de Representacion:	Fecha:
Contrato N°:	Tipo:
Liquidación de Bolsa N°:	
Producto:	

CONDICIONES DEL MANDATO	RESULTADOS DE LA OPERACION
a) Cantidad Ofrecida	a) Cantidad Entregada
b) Precio Base de Venta (US\$)	b) Precio Pizarra
c) Bonificaciones y Descuentos aceptados por Calidad	c) Desc(+) o Bonif (-) aplicadas
	d) Valor Total liquidado y entregado por la Bolsa
Comisiones Acordadas	Deducciones
a) Base de Calculo	a) Comisiones Cobradas
b) Adicionales	b) Servicios de Mercadeo
c) Lugar de Entrega	b-1) Costo de Transporte (Lugar Entrega)
d) Fecha de Entrega	b-2) Costo de Almacenaje (Tiempo de Almacenaje)
e) Forma de Pago	b-3) Costo Financiero (tiempo de credito 15 dias)
f) Forma de Entrega	b-4) Costo de Empaque (Forma de entrega)
	b-5) Otros
	Monto a Entregar al Cliente
	Precio Final

Observaciones:





**LIQUIDACION DEL PUESTO
CLIENTE COMPRADOR**

Nombre del Cliente:	Fecha:
Mandato de Representacion:	Fecha:
Contrato N°:	Tipo:
Liquidación de Bolsa N°:	
Producto:	

CONDICIONES DEL MANDATO	RESULTADOS DE LA OPERACION
a) Cantidad Demandada	a) Cantidad Entregada
b) Precio Base de Venta (US\$)	b) Precio Pizarra
c) Bonificaciones y Descuentos aceptados por Calidad	c) Desc(+) o Bonif (-) aplicadas
	d) Valor Total liquidado y entregado por la Bolsa
Comisiones Acordadas	Adiciones
a) Base de Calculo	a) Comisiones Cobradas
b) Adicionales	b) Servicios de Mercadeo
c) Lugar de Entrega	b-1) Costo de Transporte (Lugar Entrega)
d) Fecha de Entrega	b-2) Costo de Almacenaje (Tiempo de Almacenaje)
e) Forma de Pago	b-3) Costo Financiero (tiempo de credito 15 dias)
f) Fecha de pago	b-4) Costo de Empaque (Forma de entrega)
g) Forma de entrega	b-5) Otros
	Monto a Entregar al Cliente
	Precio Final

Observaciones:

LIQUIDACION

Fecha N°: Fecha: / / N°. de Contrato:

PUESTOS PARTICIPANTES

Puesto Vendedor N°: Puesto Comprador N°:
 Tipo de Operación: DEI: DEP: EF:

CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO

NOMBRE DEL PRODUCTO:
 CONDICIONES DE CALIDAD: TIPO:

Tolerancias de Calidad y Cantidad aceptadas: Calidad +/- 1% Cantidad +/- 1%

CONDICIONES DE CALIDAD Y CANTIDAD CONTRATADAS

Factor	BASE	CON.ENTR	Bonific.(%)	CASTIGO(%)
Humedad(%)				
Impurezas(%)				
Grano Dañado(%)				
Grano Quebrado(%)				
Semillas objetables y Granos sin fescascar				
Tiempo de cocción				
Polarización				

OTRAS CONDICIONES

Fecha de Entrega del Producto: / / Fecha de Pago: / /

- a) Balance Bonificación - Castigo(%) _____
- b) Precio Pizarra (USS) _____
- c) Maximo Precio Bonificado (USS) _____
- d) Cantidad Recibida (QQ) _____
- e) Valor total de la operacion a entregar puesto vendedor (QQ) _____
- f) Valor a Consignar por el Comprador _____
- g) Saldo a favor puesto comprador _____

VºBº Gerente General

Director de Operaciones





Bolsa Agrícola Nacional

Rueda N°:

N°. de Contrato:

Fecha: / /

Nosotros y , representantes autorizados d los Puestos de Bolsa N° y N° , respectivamente, celebramos el present contrato de compra venta, bajo las condiciones que se detallan a continuacion

CONTRATO DE COMPRA VENTA			
Tipo de Contrato:		DEL: <input type="text"/>	DEP: <input type="text"/> EF: <input type="text"/>
CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO			
NOMBRE DEL PRODUCTO:		<input type="text"/>	
CONDICIONES DE CALIDAD:		TIPO: <input type="text"/>	GRADO: <input type="text"/>
ASPECTOS DE CALIDAD			
Factor	Base	Factor	Base
Humedad(%)			
Impurezas(%)			
Grano Dañado(%)			
Grano Quebrado(%)			
Semillas objetables y Granos sin descascar			
Tiempo de cocción (min)			
Polarizacion			
CONDICIONES DE NEGOCIACION			
Cantidad:	Unidad:	Precio / Unidad:	
Procedencia:		Lugar de almacenamiento:	
CONDICIONES DE LA ENTREGA			
Fecha de Entrega:		Lugar de Entrega:	Forma de Entrega:
Día: <input type="text"/>	Mes: <input type="text"/>	Año: <input type="text"/>	BV <input type="text"/> BC <input type="text"/> Saco <input type="text"/> Granel <input type="text"/> Otros <input type="text"/>
CONTADO	Fecha de Pago	Credito	
<input type="text"/>	Día Mes Año	Coodiciones: SG: <input type="text"/> CG: <input type="text"/>	
Observaciones:			

a) Los Abajo firmantes aceptamos que el precio unitario del producto objeto de negociación sea el resultante de remate bonificado y/o castigado, en los porcentajes establecidos por la Bolsa, cuando la calidad este dentro del rango establecido en el punto b) del presente contrato

b) Para cada factor y defecto de calidad aceptamos un rango de variación de +/- 1% y 5 minutos en tiempo de cocción

c) De igual manera aceptamos como cumplido el contrato cuando la cantidad este dentro del margen estipulado de recibo

Agente Comprador

Agente Vendedor

Director de Corro

Cuadro de ingredientes del Chile de 42 muestras.

No. de Orden	No. de Colecta	Nombre Común	Cenizas %	Kcal/ gr	Fibra %	Carotenos mg	Materia Seca %	Acido Ascórbico mg
1	424	Chocolate	7.8	6.0	15.7	24.4	76	1203.57
2	437	Chocolate	9.6	6.0	16.7	21.5	76	1560.45
3	456	Chile Verde	9.8	5.1	11.3	9.8	85	1628.05
4	472-5	Cobanero	9.0	5.1	10.8	13.6	83	860.26
5	520	Chocolate	6.1	6.2	12.8	21.0	77	1656.17
6	524-2	Cobanero	7.6	5.7	12.6	6.2	74	1201.45
7	524-3	Cobanero	8.3	5.8	12.3	44.9	77	1137.66
8	525	Cuerudo	7.8	5.6	12.1	19.5	78	1753.28
9	542	Chocolate	6.5	5.5	11.6	7.3	80	1566.92
10	543	Diente de Perro	6.2	6.1	20.5	11.5	70	325.11
11	558	Rojo Picante	5.7	5.0	9.3	12.1	86	1324.25
12	564	Habanero Amarillo	5.1	5.0	9.2	18.8	89	1837.01
13	566	Amarillo Dulce	7.0	5.2	10.8	17.6	87	1802.94
14	567	Chile Dulce	7.6	5.3	7.5	10.7	87	1507.86
15	569	Habanero Amarillo	7.3	5.3	10.1	10.3	89	1863.11
16	570	Habanero Rojo	7.4	5.4	8.1	7.9	83	1351.20
17	571	Pico de Gallina	5.8	6.5	24.6	3.3	59	223.96
18	575	Chile Largo	7.2	4.9	7.5	25.1	86	1359.79
19	576	Chile Corto	7.6	5.4	10.1	16.1	85	1787.40
20	583	Diente de Perro	6.0	6.1	16.1	10.2	65	395.38
21	584	Chiltepe	7.3	6.1	18.8	6.5	55	58.16
22	585	Chile Dulce	7.0	5.1	7.6	15.7	88	1753.60
23	588	Jalapeño	5.8	5.2	7.2	9.6	86	960.75
24	595	Chiltepe	8.1	5.8	17.2	5.9	65	408.3
25	597	Ik	9.8	5.8	11.4	16.8	83	623.59
26	598	Ik	8.0	5.5	12.1	11.7	77	1138.38
27	599	Ik	10.0	6.0	11.7	10.9	76	1076.65
28	604	Chile Serrano	8.1	6.0	7.5	11.4	80	2058.03
29	628	Diente de Perro	9.5	5.7	11.2	11.8	75	1199.16
30	629	Cola de Alacrán	5.4	5.9	16.5	9.2	66	254.01
31	631	Chiltepe	5.1	6.2	14.2	11.9	71	1083.90
32	728	Chocolate	8.6	5.7	14.1	12.4	77	1289.41
33	733	Cola de Alacrán	5.8	6.0	17.6	9.6	65	566.78
34	741	Cobanero	7.3	5.9	17.1	5.9	64	283.96
35	743	Chocolate	6.9	5.6	11.5	25.8	81	1143.91
36	750-1	Cobanero	8.7	5.8	17.1	3.4	64	357.42
37	750-2	Cobanero	9.9	6.1	15.5	9.2	70	1309.70
38	750-3	Cobanero	15.2	6.0	13.9	6.3	63	239.15
39	767	Diente de Perro	5.8	6.2	16.8	16.9	62	372.50
40	777	Chile Redondo	7.9	5.3	7.4	23.7	86	1283.77
41	778	Chile Corto	8.5	5.4	15.6	15.4	75	1460.28
42	787	Chiltepe	6.7	6.2	15.9	7.5	43	36.62

Calculados sobre 100 gramos de parte comestible (3:62)