

Producción y Comercialización de Guayaba Taiwanesa en el municipio de la concordia departamento de Jinotega Nicaragua periodo 2013-2016.¹

Production and Marketing of Taiwanese Guava in the city of Concord department of Jinotega Nicaragua 2013-2016.

Geysell Karina Hernández Cruz.²

Juan Carlos Tinoco Arteta.³

Beverly castillo Herrera.⁴

¹ Este artículo se basa en la investigación titulada producción y comercialización de guayaba taiwanesa en el municipio de la concordia departamento de Jinotega Nicaragua periodo 2013-2016.para obtener el título de Lic. De Administración de empresas. UNAN-MANAGUA FAREM-ESTELI.

² UNAN-Managua, FAREM-Esteli.Correo Electrónico: gisellecruz31 @yahoo.com.

³ UNAN-Managua, FAREM-Esteli.Correo Electrónico: jctinocoa@yahoo.com.

⁴Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad de Zulia. Maestría en Ciencias Sociales por la universidad de Guadalajara Docente Titular de la UNAN-Managua, FAREM-Estelí. Correo electrónico: Beberly.castillo@yahoo.com.

RESUMEN

El presente estudio aborda el proceso de producción y comercialización de guayaba taiwanesa en el Municipio de La Concordia en el periodo 2013-2016 con el objetivo de analizar el comportamiento de la producción y comercialización de guayaba en el municipio de la concordia para el diseño de una estrategia que mejore los canales de comercialización. La investigación es de tipo cualitativo que aborda a profundidad las problemáticas que enfrentan los productores durante el proceso de producción y comercialización, se sugiere una estrategia que mejore su funcionamiento y crecimiento productivo y comercialización de los productores en el municipio. Universo de estudio son treinta productores con setenta trabajadores y clientes, con un muestreo no probabilístico. Técnicas de recolección utilizadas entrevista y observación. En esta investigación se han identificado dos ejes teóricos que son: producción y comercialización. Las principales estrategias sugeridas para mejorar la comercialización, legalización de su actividad comercial, ampliar sus canales de comercialización y fijación de precios en base a los costos de producción.

PALABRAS CLAVES: Guayaba Taiwanesa, producción y comercialización.

ABSTRACT

This study deals with the process of production and marketing of Taiwanese guava in the municipality of La Concordia in the period 2013-2016 in order to analyze the behavior of the production and marketing of guava in the city of Concord for the design of a strategy to improve marketing channels. The research is qualitative depth addressing the problems faced by farmers during the production process and marketing, a strategy to improve its functioning and productive growth and commercialization of farmers in the municipality is suggested. Study universe are thirty producers with seventy employees and customers, with a non-probability sampling. Collection techniques used interview and observation. This research identified two theoretical axes that are: production and marketing. The main strategies suggested to improve marketing, legalization of their business, expand their marketing channels and pricing based on production costs.

KEYWORDS: Guava Taiwanese, production and marketing.

INTRODUCCION

La presente investigacion describe el proceso de produccion de guayaba y las estrategias de comercializacion utilizadas por los productores se han definido dos ejes teoricos que se han determinado y son la base conceptual de esta investigacion: 1) produccion; 2) comercializacion.

Cuando hablamos de produccion es la actividad de utilizar los proceso, maquinas y herramientas en conjunto con las operaciones mentales y manuales con el fin de obtener unos productos a partir de las materias y componentes basicos.(Juram J , 2005,Pag.267)

En cuanto a la comercializacion implica el vender y exportacion de productos, a caracter comercial a las actividades de mercadeo, desarrollar estrategias y tecnicas de venta de los productos y servicios, la importacion y exportacion de productos, compra- venta de materia prima y mercancias al por mayor, almacenaje, la exhibicion de los productos en mostradores, organizar y capacitar a la fuerza de ventas, pruebas de ventas, logistica, compras, entregar y colocar el producto en las manos de los clientes, financiamiento etc. (James Jordan,2008)

Los productores de guayaba taiwanesa del municipio de La Concordia durante el trascurso de los ultimos quince años hasta la actualidad producen y comercializan su produccion de manera artesanal e informal

sin llevar ningun control administrativo ni contable, tras los diversos problemas que enfrentan como plagas, cambios climaticos, descontrol de la materia prima entre otros, esto dificulta que puedan persibir su potencial productivo y poder obtener convenios de comercializacion que les permita asegurar su distribucion y asi minimizar los gastos de comercializacion.

Los productores poseen un gran potencial pero la falta de conocimientos administrativos obstruye que estos no conozcan la realidad economica, no es suficiente guiarse por la experiencia, se deben revisar los datos obtenidos para la toma de decisiones y medidas que alarguen la existencia de grupo de productores .

Del productor al mayorista de comerciante al consumidor es el canal de comercializacion mas usado por los productores.

El presente trabajo investigativo procura profundizar las problematicas que enfrentan los productores en cuanto a la procesos de produccion y medios de comercializacion implementados por los productores .

El centro de la investigacion es la produccion y comercializacion de guayaba de los productores de La Concordia ya que este rubro ha logrado una gran aceptacion en el mercado por lo que es producto accesible con un bajo precio con un valor nutricional.

La realizacion de este trabajo sera de gran utilidad para los productores ya que les permitira profundizar mejor en la realidad de su proceso productivo , mejorando los canales de comercializacion para la toma de decisiones considerando las estrategias sugeridas en este estudio. Asi mismo la investigacion sera de beneficio para toda persona interesada en ser productor de este rubro.

MATERIALES Y METODOS

La presente investigación es aplicada ya que estudia y analiza un problema real con el propósito de plantear una estrategia empresarial para mejorar el funcionamiento y comercialización de los productores. Así mismo es de tipo cualitativo por que aborda a profundidad la problemática de producción y comercialización de los productores de guayaba del municipio de la Concordia.

Es una investigación con muestra no probabilística, de tipo causal por que no todo el universo tiene la probabilidad de ser seleccionado. Dentro de los criterios de selección de la muestra están: 1) Trabajadores que laboran con los productores desde sus inicios; 2) Disposición de tiempo del propietario.

Para el cumplimiento de los objetivos que se plantean en esta investigación se utilizaron tres técnicas de recolección de datos: la investigación documental, la entrevista semi-estructurada y la guía de observación.

La entrevista se aplicó a personas clave, propietarios, trabajadores y clientes de los productores de guayaba, y al presidente de la asociación de profesionales para el desarrollo del municipio de la Concordia Benjamin Zeledón APRODECON B-Z que brindó apoyo mediante uno de sus programas a los productores.

RESULTADOS

Los productores, están ubicados en el Municipio de La Concordia departamento de Jinotega de los cuales veinte tienen mas tiempo de producir desde cuatro hasta quince años de experiencia y los otros diez tienen dos años de estar produciendo guayaba.

En el 2000 el Sr. Erling Romero fue la persona que trajo la semilla de guayaba del país vecino Costa Rica quien cuenta que lo hizo de manera ilegal ya que es prohibido extraer semillas, frutas o cualquier artículo que no esté sellado y con su respectivo registro sanitario. Y este señor empezó a sembrar las semillas y hacer los almácigos e hizo una sociedad con el Sr. Manuel Castillo y don Luis Morazán quienes empezaron a producir guayaba pero por falta de conocimientos y coordinación dejaron de producir ya que el señor Erling romero viajo a costa rica nuevamente en el 2001.

Sin embargo don Luis Morazán y don Manuel castillo continuaron de manera empírica aprendiendo cada día con el cultivo mismo aunque sus producciones eran mínimas por la inexperiencia y no tenían a quien vender la cosecha. Luego en 2002 el Sr. Erling Romero regreso nuevamente y empezó a vender los almácigos a los demás productores y es así que don Placido Osegueda y Eliezer Herrera incursionaron en la producción y comercialización de guayaba

El señor Luis Francisco Morazán proviene de familia campesina que toda su vida se han dedicado a la ganadería, siembra de hortalizas, granos básicos, el cultivo de la caña de azúcar para la elaboración de dulces, alfeñiques , también cultivaba la maracuyá y la granadilla los cuales los comercializaba en Jinotega y Estelí.

“Las hortalizas es como jugar la lotería se pierde o se gana.” (Luis Francisco Morazán/11-08-16)

Cuando don Luis Morazán decide cambiar la producción de caña de azúcar por la guayaba, recibe el apoyo de su familia y de su hijo único ya que consideraron que por su avanzada edad es un trabajo menos pesado, más rentable y menos riesgoso

por los fenómenos naturales y el uso de maquinarias y menos perjudicial para la salud.

En la actualidad continua con la ganadería, granos básicos como maíz y frijol, y el cultivo de la granadilla y la producción y comercialización de guayaba que se ha convertido en su principal medio de ingresos.

El ingeniero placido Osegueda se dedicaba en los años 90 desde su juventud de la mano de su padre placido Osegueda a la ganadería siembra de hortaliza como tomate, repollo, papa y cultivo de granos básicos como frijoles y maíz.

Este tomo la iniciativa al comparar los costos de producción de guayaba con los de hortalizas como el tomate, repollo, papa que eran menores y menos riesgosos por las grandes pérdidas ocasionadas por las fuertes afectaciones plagas, fenómenos naturales y sobre producción lo que esto conlleva a que muchas veces llego a vender a un precio por debajo de los costos de producción.

El señor Eliezer Romero se dedicaba con su abuelo desde su temprana edad al cultivo de la caña de azúcar, cultivo de café, chaya, malanga, granadilla y maracuyá. Cuando el señor Eliezer Tinoco inicia al cultivo de guayaba el año 2004 que le compra al señor Erling Romero 300 arbolitos de guayaba para iniciar a producir $\frac{1}{4}$ de manzana los cuales le comenzaron a producir al año y medio y de este obtuvo un promedio de 10,000 guayaba las cuales la comercializo a un precio de C\$3 y C\$5 por unidad en la ciudades de Jinotega y Estelí y noto que sus tierras eran buenas para el cultivo de guayaba

El señor Manuel Castillo se dedicaba a la siembra de granos básicos como el maíz y frijoles y también sembraba hortalizas de tomate, repollo, cebolla y papa esto en sociedad, él ponía sus tierras y su trabajo y sus socios ponían semillas e insumos. En el 2006 cuando Don Manuel Castillo incursiona en la producción de guayaba es en sociedad con el señor Eliezer Tinoco cuando este lo motivo de acuerdo a su experiencia con el cultivo que es una planta más manejable y más resistente a las plagas, a las sequias, fuertes lluvias y más duradero; y fruta durante todo el año y posee una periodo de vida de diez a quince años por lo que está en un periodo constante productivo y posee permanentes ingresos en comparación con las hortalizas.

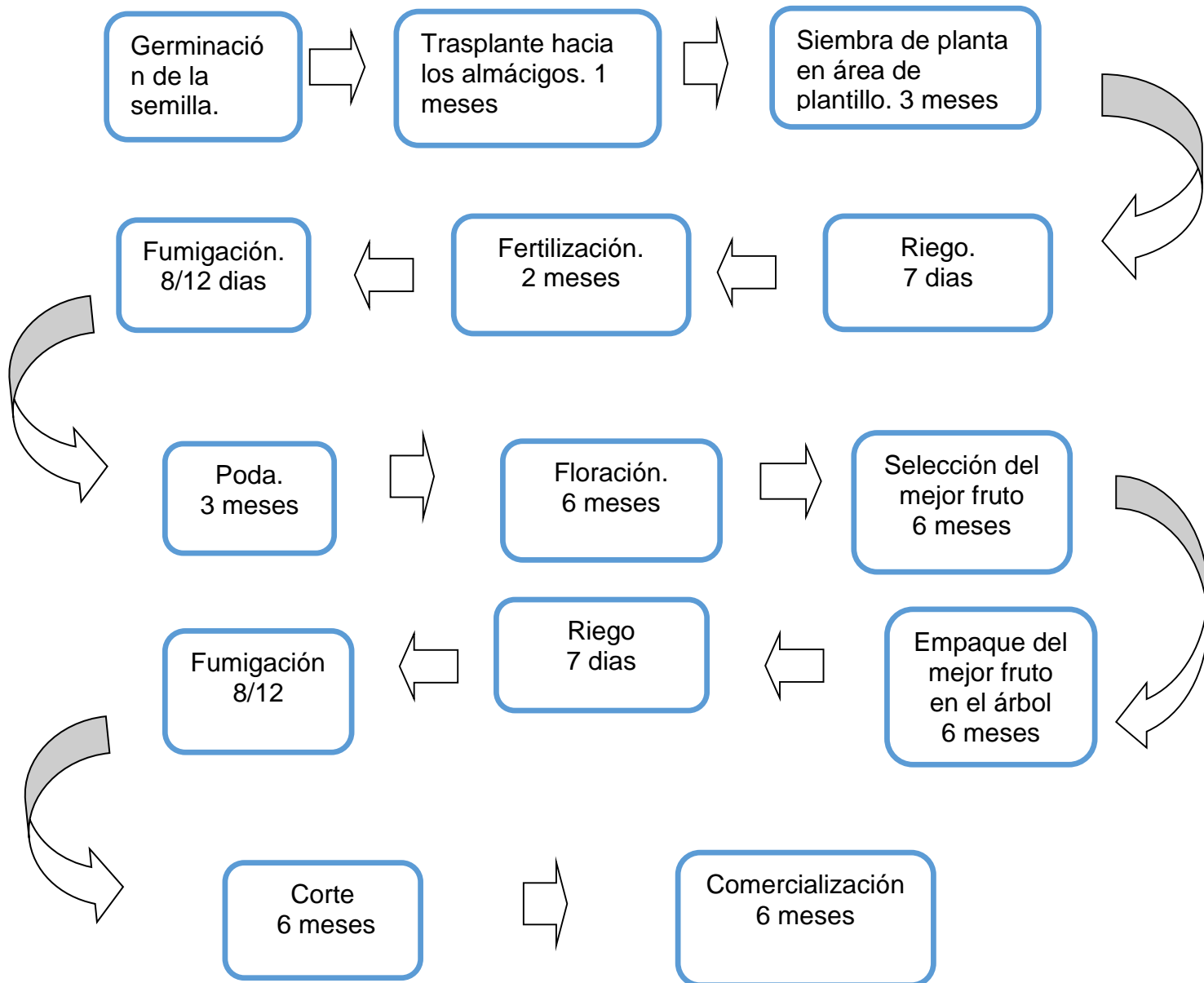
Desde entonces trabaja en sociedad proporcionando sus tierras y trabajando de la mano y aprendiendo cada día.

El señor Harvin López ha igual que los nuevos productores que incursionan en el rubro de la guayaba desde hace dos años por medio de APRODECON B-Z al notar que es rentable que todo el año genera ingresos y su mala experiencia en los últimos años como productor de granos básicos y hortalizas sufrieron grande perdidas por los cambios climáticos, plagas y altos costos de producción que se incurre para producir una manzana de hortalizas, aunque hasta el momento no obtienen gran ganancia debido a que su plantación es nueva y no está frutando en su totalidad.

Proceso de produccion

El proceso de produccion de estos productores es muy similar con unas minimas variaciones como el tipo de riego utilizado son por inundacion y por goteo . El tipo de embolsado Del fruto los usados son engrapados y amarrado.

Grafica No. 1 flujo de proceso productivo de guayaba



Fuente Datos primarios de investigacion

Capacidad productiva

Los productores cuentan con una buena capacidad productiva con las plantaciones existentes, en los últimos años la producción ha tenido un incremento de un 20% debido a las buenas prácticas implementadas y ayudan a proteger el medio ambiente esto contribuye al enriquecimiento del suelo.

De forma general se puede deducir que en lo que respecta a la producción de guayaba, la estación de invierno influye mucho en cuanto a las lluvias que hace crecer la planta, aumenta su floración y su suelo se vuelve más nutritivo.

En una manzana de guayaba se siembran en promedio 800 árboles de los cuales se obtienen en la actualidad en promedio de 56000 frutos a un costo de C\$ 3.55 lo que se obtiene un costo de producción de C\$ 118,800.00.

Cuadro No.2 Resumen de presupuesto para plantar una manzana de guayaba.

Resumen de presupuesto	2013-2014	2015-2016
Mano de obra	C\$ 12,120.00	C\$ 15,600.00
Materiales	C\$ 98,780.00	C\$ 133,654.00
Total para 1 manzana	C\$ 110,900.00	C\$ 149,254.00
Asistencia técnica	C\$ 7,740.00	C\$ 7,740.00
Total córdobas	C\$ 118,640.00	C\$ 156,994.00

Fuente: Datos primarios de investigación

Estrategias de comercialización

Los canales de comercialización utilizados es la divulgación de boca a boca y participación de ferias, son los más utilizados por los productores han logrado posicionar la guayaba y a su vez aumentar la demanda.

Del productor a consumidor

Productor-acopiador-detallista-consumidor

Productor-mayorista-detallista-consumidor

Como se puede observar, los productores en el proceso de comercialización utilizan intermediarios como son PRODECOM, Hortifrutis y comerciantes, que permiten que el producto llegue a sus consumidores finales.

La Guayaba, se ofrece directamente en el plantillo de cada productor donde los compradores asisten de manera directa y obtienen el producto. También los productores ofertan su producto en los mercados.

Dentro de los lugares de comercialización citamos la capital Managua, León, Chinandega, Estelí, Jinotega y Sebaco. La valoración de estos canales se ve de forma positiva para los productores.

“Hasta el momento estos canales están bien tienden a crecer al momento de ser reconocido por la demanda por que las personas están aprendiendo a consumir Guayaba.” Entrevista (Sr Carmen René Zelaya responsable de producción del productor Luis Morazán).

Una de las mayores limitantes se da en la producción ya que no se cuenta con la producción necesaria para abarcar un mayor mercado a nivel nacional.

“Nosotros quisiéramos comercializar en distintos puntos clave, pero no contamos con la materia prima necesaria” Entrevista (Sr. Plácido Osegueda, Luis Morazán, Erling Y Manuel Castillo/11-08-16.)

Costos de comercialización

Costos de comercialización		
Requerimientos	Costo unitario	Periodo
Corte	C\$ 450.00	Cada tres veces por semana
Recolección	C\$ 450.00	Cada tres veces por semana
Transporte	C\$ 500.00	Cada tres veces por semana
Cajillas	C\$3,000.00	
Total Mensual	C\$ 19,860.00	Mensual
Total anual	C\$ 237,600.00	

En este cuadro se calculan los costos de comercialización que incurren los productores para poder comercializar su producto requiriendo de la mano de obra para la realización del corte, recolección y el transporte que estos se realizaran cada tres días por semana y el uso de cajillas que un costo fijo con un total mensual de C\$ 19,800.00 y un costo anual de C\$ 237,600.00.

Utilidad obtenida de la producción de guayaba

Utilidad para 2013-2014			%	Utilidad para 2015-2016			%
Ventas Netas		C\$ 352,000.00	100	Ventas Netas		C\$ 683,200.00	100
Costos Variables	C\$98,780.00		28.06	Costos Variables	C\$133,654.00		19.56
Costos Fijos	C\$19,860.00		5.63	Costos Fijos	C\$ 23,340.00		3.41
Costo Total		C\$ 118,640.00	33.7	Costo Total		C\$ 156,994.00	22.97
Utilidad		C\$ 233,360.00	63.45	Utilidad		C\$ 526,206.00	77.03

Del cien por ciento de las ventas correspondientes al ciclo productivo a cada ciclo productivo se obtiene un rendimiento mayor del sesenta por ciento.

Propuesta de estrategia de comercialización.

Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">• Aceptación de la guayaba por los clientes.• Producto / calidad.• Terreno propio. • Ubicación geográfica propicia para la producción de guayaba. • Disposición de lograr una alta calidad en la guayaba. • Comercialización de la guayaba con pedidos realizados con anterioridad. • Comercialización de guayaba en puestos de ventas con gran reconocimiento a nivel nacional como lo es el caso de hortifrutis y mercados de cada municipio.	<ul style="list-style-type: none">• Por el reconocimiento que están adquiriendo puede existir la oportunidad de exportar sus guayaba • Ofertan sus productos en ferias locales y nacionales.

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> No están legalmente constituidos (RUC). 	<ul style="list-style-type: none"> Barreras para la comercialización libre de guayaba a consecuencia de que es un producto perecedero.
<ul style="list-style-type: none"> Con la cantidad de guayaba producida no se logra suplir la demanda de los mismos. No se cuenta con un control de actividades. Falta de administración de recursos. 	<ul style="list-style-type: none"> Ingreso de nuevos productores de guayaba. Aparición de nuevas plagas que dañen el cultivo.

En base a la información anterior se realizó un análisis en la que se determinó las principales fortalezas, debilidades y así mismo detectar las posibles oportunidades y enfrentar las amenazas para su desarrollo.

Líneas estratégicas para mejorar la comercialización de guayaba de los productores del municipio de la Concordia.

Línea No. 1: Cumplir con las normativas y requisitos por la Alcaldía y Dirección General de Impuestos (DGI).

Objetivo General:

- Realizar las gestiones necesarias para obtener la legalización de su actividad comercial por la alcaldía y la dirección general de ingresos (DGI)

Actividades:

- Presentar las escrituras de su terreno.
- Demostrar que produce guayaba.
- Periodo de producción.

- Matricula
- Realizar los pagos en tiempo y forma.

Línea N° 2: Ampliar sus canales de comercialización

Objetivo General: Expandirse en el mercado nacional a través de intermediarios.

Actividades:

- Crear un símbolo distintivo del producto.
- Realizar publicidad de su producto.
- Dar a conocer los beneficios de consumir un producto natural.
- Establecer relaciones comerciales con empresas que distribuyen a gran escala.

Línea N°3: Incrementar los niveles de producción de guayaba.

Objetivo:

- Aumentar la producción con nuevos plantíos.

Actividades:

- Capacitaciones a los nuevos trabajadores de guayaba sobre el proceso de producción que este lleva para poder obtener un producto de calidad.
- Búsqueda de terrenos que preste las condiciones para este cultivo.
- Adquisición de almácigos.

Línea N° 4: Fijación de precio en base al costo de producción.

Objetivo:

- Determinación de los costos de producción en los que se incurre al producir guayaba y fijar el precio.

Actividades:

- Calculo de los costos de la guayaba en base a los insumos utilizados en la producción.
- Incluir el porcentaje de ganancia deseado para estimar el precio de venta.

Línea Nº 5: Fijación de un proceso administrativo de la producción.**Objetivo:**

- Determinar un responsable de la producción de guayaba que controle los recursos económicos y los recursos humanos.

Actividades:

- Crear un área administrativa.
- Asignar y controlar las actividades diarias a cada trabajador.
- Determinación de tareas asignadas.
- Controlar las entradas y salidas de insumos y equipos.

CONCLUSIONES

Al finalizar el presente estudio investigativo de los productores de guayaba del municipio de La Concordia podemos concluir en base a los objetivos específicos planteados lo siguiente:

Es de vital importancia que los productores cuenten con un buen proceso de producción, de igual manera existe la limitante de una buena infraestructura del área de selección de los frutos ya que es necesaria para mejorar y agilizar el proceso.

De acuerdo con el proceso de comercialización se analizaron los canales de comercialización utilizados por los productores y

encontramos que el mas utilizado es de productor –mayorista – consumidor final que no realizan ningun tipo de publicidad para promover su producto, sim embargo la divulgacion de boca a boca es el medio que se a dado a conocer su producto por los mismos compradores y la poblacion en general

En resumen podemos determinar que existen grandes oportuidades en el proceso productivo y de comercializacion que ayudara al crecimiento de estos productos.

BIBLIOGRAFIA

Juram.J.M, Gryna Jr FranCm, Bingham, Jr R.S (2005). Manual de control de calidad, Volumen I, Segunda Edicion. Pag. 267.

Aburto, Clara Torrez, Ximena , Muñoz Luis Carlos (2012) Manual agropecuario. Primer edicion, Bogotá Colombia. Pag 411.