

# MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERIA

1102  
E70  
364

DIRECCION GENERAL DE COMERCIALIZACION  
Y EMPRESAS

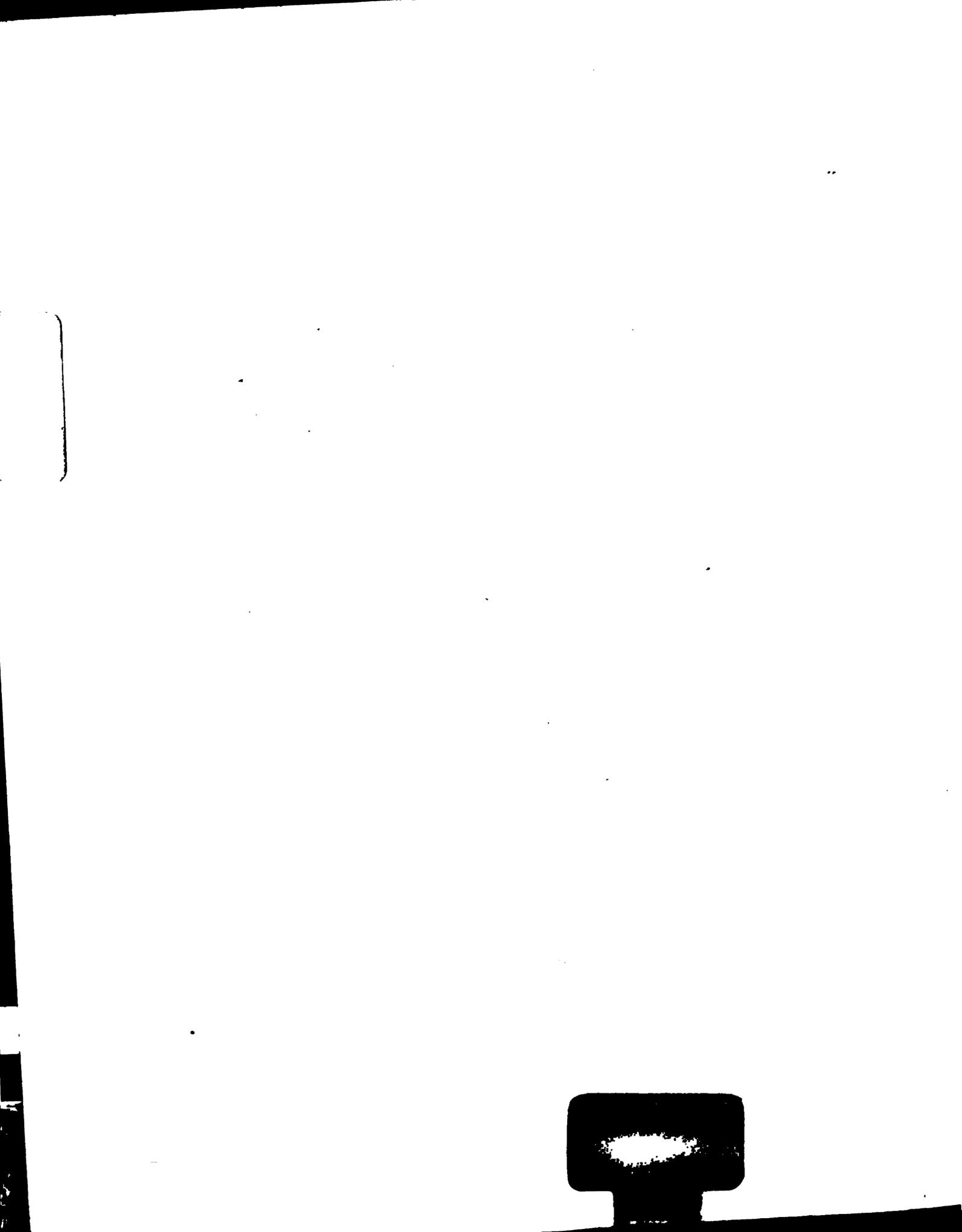
INSTITUTO INTERAMERICANO  
DE CIENCIAS AGRICOLAS.  
IICA - OEA



DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACION AGRICOLA

"METODOLOGIA APLICADA AL ANALISIS Y PROGRAMACION  
DE LA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS AGRICOLAS."

QUITO - ECUADOR - Julio 1.977



MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERIA  
DIRECCION GENERAL DE COMERCIALIZACION Y EMPRESAS

DEPARTAMENTO DE  
COMERCIALIZACION AGRICOLA

PROYECTO DE COOPERACION TECNICA  
EN COMERCIALIZACION IICA.- OEA

METODOLOGIA APLICADA AL ANALISIS Y PROGRAMACION  
DE LA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS AGRICOLAS

Trabajo elaborado por: Ing. Jorge Rovayo M., Dirección Comerc.  
y Empresas  
Ing. Franklin Martínez, Dirección Comerc.  
y Empresas  
Econ. Alberto Sandoval, Dirección Comerc.  
y Empresas

Orientación y Asistencia: Ing. Nelson Suárez González  
Especialista en Comercialización  
Agrícola del IICA

Colaboración Mecanográfica: Sra. Lucía Ayala Veloz

QUITO-ECUADOR, Junio de 1977

00006099

~~001143~~

## TABLA DE CONTENIDO

	<u>Pág.</u>
<b>INTRODUCCION</b>	
<b>1. <u>ASPECTOS GENERALES</u></b>	<b>1</b>
1.1. <b>Importancia del producto</b>	<b>1</b>
1.1.1. <b>Area sembrada</b>	<b>1</b>
1.1.2. <b>Volumen de producción</b>	<b>1</b>
1.1.3. <b>Valor de la producción</b>	<b>1</b>
1.1.4. <b>Número de productores que intervienen en el cultivo</b>	<b>1</b>
1.1.5. <b>Demanda del producto</b>	<b>2</b>
1.1.5.1. <b>Productos de demanda popular</b>	<b>2</b>
1.1.5.2. <b>Demanda para la industria</b>	<b>3</b>
<b>2. <u>ASPECTOS ESPECIFICOS</u></b>	<b>6</b>
2.1. <b>Aspectos relativos a la producción</b>	<b>6</b>
2.1.1. <b>Comportamiento del producto en cuanto a superficie sembrada</b>	<b>6</b>
2.1.2. <b>Zonas productoras</b>	<b>8</b>
2.1.3. <b>Tecnología y costos de producción</b>	<b>9</b>
2.1.4. <b>Tenencia de la tierra en las unidades productivas</b>	<b>10</b>

APPENDIX

103

104

105

106

107

108

109

110

111

112

113

114

115

116

117

118

119

120

121

122

123

124

	<u>Pág.</u>
2.1.5. Tamaño de las explotaciones	10
2.1.6. Variedades utilizadas	11
2.1.7. Productores individuales vs. organizadores	14
2.2. Aspectos generales relativos a la comercialización	14
2.2.1. Volumen comercializado	14
2.2.2. Epocas de cosecha	15
2.2.3. Flujo de la cosecha	16
2.2.4. Canales de comercialización y agentes de esta comercialización	17
2.2.5. Estructura del mercado	20
2.2.6. Costos y márgenes de comercialización	21
2.2.7. Existencia de grupos de presión en el mercado	23
2.3. Aspectos funcionales específicos de la comercialización	24
2.3.1. Prácticas de compra-venta	24
2.3.2. Formación o determinación de los precios	25
2.3.3. Acopio	28
2.3.4. Almacenamiento	30
2.3.5. Transporte y vías de comunicación	31
2.3.6. Métodos de selección y clasificación	32
2.3.7. Empaque y envasado	33
2.3.8. Información de precios y mercados	33
2.3.9. Investigación aplicada en mercadeo	34

The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. It emphasizes that every entry should be supported by a valid receipt or invoice. This not only helps in tracking expenses but also ensures compliance with tax regulations.

In the second section, the author outlines the various methods used to collect and analyze data. These include direct observation, interviews, and the use of specialized software tools. Each method has its own set of advantages and limitations, and the choice of which to use depends on the specific requirements of the study.

The third section provides a detailed overview of the data analysis process. It starts with the initial cleaning and organization of the raw data, followed by the application of statistical techniques to identify trends and patterns. The final step involves the interpretation of these results in the context of the research objectives.

Throughout the document, the author provides numerous examples and case studies to illustrate the concepts being discussed. These examples are drawn from a variety of industries and contexts, demonstrating the wide applicability of the methods described.

The document concludes with a summary of the key findings and a list of references. The author expresses a hope that the information provided will be helpful to anyone interested in the field of data analysis and research methodology.

	<u>Pág.</u>
2.3.10. Financiación de la comercialización	34
2.4. Breve evaluación de los programas oficiales de comercialización	34
3. <u>RESUMEN DE LOS PRINCIPALES PROBLEMAS DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DEL PRODUCTO</u>	35
4. <u>ALTERNATIVAS Y LIMITACIONES PARA LA SOLUCION DE LOS PROBLEMAS</u>	36
5. <u>BASES DE LA POLITICA DE COMERCIALIZACION DE UN DETERMINADO PRODUCTO</u>	36
5.1. Objetivos	36
5.1.1. Objetivos con respecto a los productores	37
5.1.2. Objetivos en cuanto a zonas productoras	38
5.1.3. Objetivos con relación a los consumidores	38
5.1.4. Objetivos con relación a volúmenes	38
5.1.5. Objetivos con relación a las calidades del producto	39
5.1.6. Objetivos con relación a los precios	39
5.2. Metas	40
5.3. Naturaleza del programa propuesto	40
5.3.1. Investigación en comercialización	41
5.3.2. Programación técnica de las actividades oficiales en comercialización	41
5.3.3. Información de precios y mercados	41
5.3.4. Fomento de mejores prácticas de comercialización	42



	<u>Pág.</u>
5.3.5. Asistencia técnica en comercialización	43
5.3.6. Coordinación de las acciones en comercialización llevadas a cabo por diferentes organismos	43
5.3.7. Control y evaluación de la comercialización	44
5.3.8. Intervención comercial directa por parte del sector público	44
5.3.9. Capacitación del personal en comercialización	46
5.3.10. Construcción de obras de infraestructura	46
5.4. Organismos oficiales que intervienen en el programa y sus responsabilidades específicas	47
5.5. Zonificación del programa	49
5.6. Control y evaluación del programa	50
 ANEXO N°1. <u>RECOMENDACIONES PARA MEJORAR EL SISTEMA DE COMERCIALIZACION DEL ARROZ EN EL ECUADOR</u>	 52-63
 ANEXO N°2 <u>RECOMENDACIONES PARA MEJORAR EL SISTEMA DE COMERCIALIZACION DEL MAIZ AMARILLO DURO EN EL ECUADOR</u>	 64-70
 ANEXO N°3. <u>LISTA DE PARTICIPANTES EN LA REUNION-TALLER CELEBRADA EN LA CIUDAD DE AMBATO, DEL 17 AL 21 DE ENERO DE 1977, CON EL OBJETIVO DE DISCUTIR Y PROBAR EL DOCUMENTO DE METODOLOGIA PARA EL ANALISIS Y PROGRAMACION DE LA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS AGRICOLAS</u>	 71-73



## INDICE DE CUADROS

	<u>Pág.</u>
Cuadro N° 1. <u>GUAYAQUIL, ECUADOR. CONSUMO PER CAPITA EN KILOS DE TODOS LOS PRODUCTOS, POR MES Y POR NIVELES DE INGRESO. AÑO 1974.</u>	4
Cuadro N° 2. <u>ECUADOR, SUPERFICIE COSECHADA, RENDIMIENTO Y VOLUMEN PRODUCCION DE ARROZ PERIODO 1964/1976.</u>	7
Cuadro N° 3 <u>SUPERFICIE DE ALGODON COSECHADO EN HECTAREAS.</u>	8
Cuadro N° 4. <u>SISTEMA Y COSTOS DE PRODUCCION DE ARROZ EN EL LITORAL 1976.</u>	9
Cuadro N° 5. <u>ECUADOR-UBICACION DE LAS ZONAS PRODUCTORAS DE MAIZ AMARILLO DURO AÑO AGRICOLA 1975-1976.</u>	11
Cuadro N° 6. <u>VARIETADES UTILIZADAS DE ARROZ EN EL ECUADOR.</u>	13
Cuadro N° 7. <u>ECUADOR. ESTIMATIVO DE LA UTILIZACION DE MAIZ AMARILLO DURO. AÑO AGRICOLA 1975-1976.</u>	15
Cuadro N° 8. <u>ECUADOR. FLUJO DE LA COMERCIALIZACION DE ARROZ AÑO 1976.</u>	17
Cuadro N° 8. <u>BOGOTA, D.E. COLOMBIA. TIPOS GENERALES Y NUMERO DE EXPENDIOS MINORISTAS DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS EN BOGOTA, D.E. 1971.</u>	20

MEMORANDUM FOR THE RECORD

10/1/54

On 9/29/54, the following information was received from the Bureau of the Census:

1. The Bureau of the Census has advised that the following information is available:

2. The Bureau of the Census has advised that the following information is available:

3. The Bureau of the Census has advised that the following information is available:

4. The Bureau of the Census has advised that the following information is available:

5. The Bureau of the Census has advised that the following information is available:

6. The Bureau of the Census has advised that the following information is available:

7. The Bureau of the Census has advised that the following information is available:

8. The Bureau of the Census has advised that the following information is available:

		<u>Pág.</u>
Cuadro N° 10.	<u>COSTOS Y MARGENES DE COMERCIALIZACION DEL PLATANO EN EL VALLE DEL CAUCA, COLOMBIA, 1968</u>	22
Cuadro N° 11.	<u>EJEMPLO DE COSTO DE COMERCIALIZACION DE ALGUNOS PRODUCTOS AGRICOLAS EN GUATEMALA</u>	23
Cuadro N° 12.	<u>ECUADOR, PRECIOS PROMEDIOS MENSUALES A NIVEL MAYORISTA/MINORISTA-PERIODO 1971-1975 SUCRES POR QUINTAL</u>	26
Cuadro N° 13.	<u>INFORMACION SOBRE LOS PRINCIPALES CENTROS DE ACOPIO DE NARANJA MAS PROXIMOS</u>	29
Cuadro N° 14.	<u>ECUADOR. CAPACIDAD DE PROCESAMIENTO POR HORA Y ALMACENAMIENTO A NIVEL PROVINCIAL</u>	31
Cuadro N° 15.	<u>ECUADOR. PROGRAMA DE COMERCIALIZACION DE MAIZ AMARILLO - 1977</u>	48

20

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. It emphasizes that proper record-keeping is essential for the integrity of the financial system and for the ability to detect and prevent fraud. The document outlines the various types of records that should be maintained, including receipts, invoices, and bank statements, and provides detailed instructions on how to properly document and store these records.

2. The second part of the document focuses on the role of internal controls in ensuring the accuracy and reliability of financial information. It describes the various types of internal controls, such as segregation of duties, authorization requirements, and independent verification, and explains how these controls are designed to minimize the risk of errors and fraud. The document also provides examples of internal control procedures and discusses the importance of regularly reviewing and updating these controls to reflect changes in the organization's operations.

3. The third part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. It emphasizes that proper record-keeping is essential for the integrity of the financial system and for the ability to detect and prevent fraud. The document outlines the various types of records that should be maintained, including receipts, invoices, and bank statements, and provides detailed instructions on how to properly document and store these records.

4. The fourth part of the document focuses on the role of internal controls in ensuring the accuracy and reliability of financial information. It describes the various types of internal controls, such as segregation of duties, authorization requirements, and independent verification, and explains how these controls are designed to minimize the risk of errors and fraud. The document also provides examples of internal control procedures and discusses the importance of regularly reviewing and updating these controls to reflect changes in the organization's operations.

5. The fifth part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. It emphasizes that proper record-keeping is essential for the integrity of the financial system and for the ability to detect and prevent fraud. The document outlines the various types of records that should be maintained, including receipts, invoices, and bank statements, and provides detailed instructions on how to properly document and store these records.

6. The sixth part of the document focuses on the role of internal controls in ensuring the accuracy and reliability of financial information. It describes the various types of internal controls, such as segregation of duties, authorization requirements, and independent verification, and explains how these controls are designed to minimize the risk of errors and fraud. The document also provides examples of internal control procedures and discusses the importance of regularly reviewing and updating these controls to reflect changes in the organization's operations.

7. The seventh part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. It emphasizes that proper record-keeping is essential for the integrity of the financial system and for the ability to detect and prevent fraud. The document outlines the various types of records that should be maintained, including receipts, invoices, and bank statements, and provides detailed instructions on how to properly document and store these records.

8. The eighth part of the document focuses on the role of internal controls in ensuring the accuracy and reliability of financial information. It describes the various types of internal controls, such as segregation of duties, authorization requirements, and independent verification, and explains how these controls are designed to minimize the risk of errors and fraud. The document also provides examples of internal control procedures and discusses the importance of regularly reviewing and updating these controls to reflect changes in the organization's operations.

9. The ninth part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. It emphasizes that proper record-keeping is essential for the integrity of the financial system and for the ability to detect and prevent fraud. The document outlines the various types of records that should be maintained, including receipts, invoices, and bank statements, and provides detailed instructions on how to properly document and store these records.

10. The tenth part of the document focuses on the role of internal controls in ensuring the accuracy and reliability of financial information. It describes the various types of internal controls, such as segregation of duties, authorization requirements, and independent verification, and explains how these controls are designed to minimize the risk of errors and fraud. The document also provides examples of internal control procedures and discusses the importance of regularly reviewing and updating these controls to reflect changes in the organization's operations.

INDICE DE FIGURAS

	<u>Pág.</u>
FIGURA N° 1. <u>REPRESENTACION GRAFICA DE SERIES HISTORICAS DIFERENTES</u>	5
FIGURA N° 2. <u>CANALES DE COMERCIALIZACION DE ARROZ EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, ECUADOR AÑO 1976.</u>	19

1911

1911

1911

1911

1911

1911

1911

## I N T R O D U C C I O N

Una función fundamental a cargo de la Dirección General de Comercialización y Empresas del Ministerio de Agricultura y Ganadería consiste en sentar las bases de la política de Comercialización de productos agropecuarios en el país.

En el campo específico de los productos agrícolas, le compete a esta Dirección el señalamiento de los objetivos, metas, procedimientos, recursos y demás aspectos que se consideren básicos para el ordenamiento de las actividades de comercialización, de tal manera que esta pueda contribuir eficazmente al logro de los propósitos que se ha trazado el Gobierno Ecuatoriano con respecto al sector agropecuario.

Durante el período comprendido entre el mes de agosto de 1976 y el mes de marzo de 1977, la Dirección se propuso realizar esta labor a ella confiada, a través del trabajo ejecutado por un grupo de técnicos del Departamento de comercialización, que a solicitud expresa del señor Subsecretario del Ministerio de Agricultura y Ganadería, cumplió con la tarea de analizar los aspectos más sobresalientes de la producción y comercialización de los siguientes productos básicos a saber: algodón, arroz y maíz amarillo duro.

1. The first part of the document is a list of names and titles.

2. The second part is a list of dates and times.

3. The third part is a list of locations and addresses.

4. The fourth part is a list of names and titles.

5. The fifth part is a list of dates and times.

6. The sixth part is a list of locations and addresses.

7. The seventh part is a list of names and titles.

8. The eighth part is a list of dates and times.

9. The ninth part is a list of locations and addresses.

10. The tenth part is a list of names and titles.

11. The eleventh part is a list of dates and times.

12. The twelfth part is a list of locations and addresses.

13. The thirteenth part is a list of names and titles.

14. The fourteenth part is a list of dates and times.

15. The fifteenth part is a list of locations and addresses.

16. The sixteenth part is a list of names and titles.

17. The seventeenth part is a list of dates and times.

18. The eighteenth part is a list of locations and addresses.

19. The nineteenth part is a list of names and titles.

20. The twentieth part is a list of dates and times.

El equipo técnico estuvo integrado por los siguientes funcionarios: Ing. Jorge Rovayo M., Jefe del Departamento de Comercialización Agrícola, responsable del documento del algodón; Ing. Franklin Martínez, técnico del mismo Departamento, responsable del documento de arroz; Econ. Alberto Sandoval, técnico del mismo Departamento, responsable del documento de maíz amarillo duro; Ing. Manuel Murillo, técnico del mismo Departamento, asistente de documentación.

Este grupo contó con la colaboración del Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas, IICA.-OEA, a través de la participación del Ingeniero Nelson Suárez González, Especialista en Comercialización Agrícola de esta Institución, quien tuvo a su cargo la dirección, orientación y coordinación de los trabajos realizados.

Es preciso además hacer un reconocimiento expreso a varios funcionarios de algunas dependencias del Ministerio de Agricultura y Ganadería que en varias maneras ofrecieron un valioso aporte a la realización de este importante trabajo. En especial, al Econ. Jorge Andrade del Programa Nacional del Arroz y Maíz, del Ministerio de Agricultura y Ganadería, al Ing. Cecilio Vera, Dircción de Comercialización del Programa Nacional del algodón; al Econ. Edgar Paredes e Ing. Flavio Andrade, de la Dirección de Desarrollo Agrícola. Además, es importante observar que el documento que se presenta en este informe fue materia de discusión de una reunión-taller realizada en la ciudad de Ambato, durante el período comprendido entre el 17 y 21 de Enero

...the ... ..  
... ..  
... ..  
... ..  
... ..  
... ..  
... ..  
... ..  
... ..

... ..  
... ..  
... ..  
... ..  
... ..  
... ..  
... ..  
... ..  
... ..

... ..  
... ..  
... ..  
... ..  
... ..  
... ..  
... ..  
... ..  
... ..

... ..  
... ..  
... ..  
... ..  
... ..  
... ..  
... ..  
... ..

de 1977. Con base a esta misma metodología, los tres grupos de trabajo en que fueron organizados los 21 participantes en este taller, elaboraron tres documentos diferentes relativos a la comercialización de la papa, al trigo y a la caña de azúcar.

Por consiguiente, me place ofrecer en esta oportunidad un documento de metodología aplicada al análisis de los problemas de comercialización, cuyos lineamientos han sido ofrecidos para discusión no sólo a técnicos de la misma Dirección, sino también a personal de otras dependencias del sector Agropecuario y aún como material de estudio para fines docentes o investigativos en el importante y complejo campo de la comercialización agropecuaria.

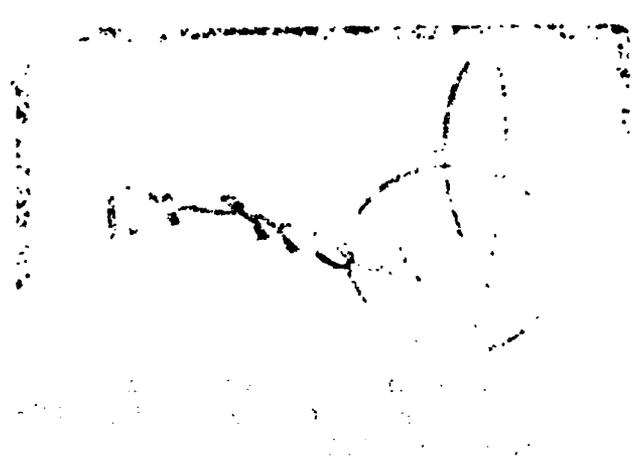
A handwritten signature in black ink, enclosed in a rectangular box. The signature is stylized and appears to read 'Omar Guerrero Aguirre'.

Ing. Omar Guerrero Aguirre  
Director de Comercialización y  
Empresas del MAG.

Quito, junio 29 de 1977

... ..  
... ..  
... ..  
... ..

... ..  
... ..  
... ..  
... ..  
... ..  
... ..  
... ..  
... ..  
... ..



## 1. ASPECTOS GENERALES

### 1.1. Importancia del producto

1.1.1. Area sembrada. Según este concepto, el producto presentará importancia en cuanto al uso de los recursos y en relación con el sector agropecuario en general. Un área sembrada de 0,5% o más en el Ecuador equivale a unas 20.000 hectáreas y por lo tanto es digno de consideración bajo este concepto. (Se toma un área agropecuaria total de 4'000.000 de hectáreas).

1.1.2. Volumen de producción. La importancia del volumen de producción no puede medirse exclusivamente por sí mismo, sino en combinación con su respectivo valor. Sin embargo, un alto volumen producido, aunque no implique un alto valor monetario, requiere la utilización intensiva de medios de transporte, almacenamiento, empaques, etc. Altos volúmenes de productos, especialmente perecederos, implican también un más alto riesgo de pérdidas físicas.

1.1.3. Valor de la producción. El alto valor de la producción de un determinado artículo implica un alto potencial de ingresos para el sector rural. Sin embargo, esto depende del nivel de precios al cual se mida dicho valor, ya que altos precios al consumidor no necesariamente implican altos precios pagados al productor, debido precisamente a las imperfecciones del Sistema de Comercialización.

1.1.4. Número de productores que intervienen en el cultivo. Cuando el proceso de producción de un determinado cultivo involucra un gran número de productores, ello implica una notable importancia de tipo social para el país. Efectivamente, es muy distinta la situación cuando un determinado

10/11/21

... ..  
... ..  
... ..  
... ..

... ..  
... ..  
... ..  
... ..  
... ..  
... ..  
... ..

... ..  
... ..  
... ..  
... ..  
... ..  
... ..  
... ..

... ..  
... ..  
... ..  
... ..  
... ..

producto proviene de un reducido número de grandes unidades de explotación, que cuando es el resultado de un sinnúmero de diminutas parcelas. Así, en Ecuador, con una población rural de cerca de cinco millones de personas, un número de 5.000 cultivadores representaría sólo 0,1%, de dicha población, pero de los mismos dependerían económicamente unas 40.000 personas, asumiendo familias de ocho miembros en total.

Además, el mayor o menor número de productores de un determinado cultivo ejerce una influencia decisiva sobre el sistema de comercialización del mismo. Cuando se tiene un gran número de pequeñas unidades productivas, las funciones de acopio, transporte y manipuleo en general se dificultan mucho más que cuando se trata de pocas empresas de considerables volúmenes de producción.

#### 1.1.5. Demanda del producto.

##### 1.1.5.1. Productos de demanda popular.

Si el producto es de consumo popular masivo, es decir, si es consumido en cantidades importantes por todos los estratos socio-económicos a nivel nacional, puede considerarse como un producto de gran sensibilidad social. En este caso, es imprescindible que el Estado adopte efectivas medidas para que:

- a. El volumen de producción nacional vaya incrementándose al menos al ritmo del crecimiento poblacional.
- b. Los costos de producción no se aumenten excesivamente.
- c. Se garantice un flujo estable del producto en el comercio, incluyendo existencias reguladoras comprobables y controlables por el Gobierno.

The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions and activities. It emphasizes the need for transparency and accountability in financial reporting. The second part details the various methods used to collect and analyze data, including surveys, interviews, and focus groups. The third part presents the findings of the study, highlighting key trends and insights. Finally, the document concludes with recommendations for future research and practical applications of the findings.

The study was conducted over a period of six months, during which time a large amount of data was collected and analyzed. The results of the study are presented in the following sections. The first section discusses the overall findings of the study, while the second section provides a more detailed analysis of the data. The third section discusses the implications of the findings for practice and policy. Finally, the fourth section provides a summary of the study and offers suggestions for future research.

The findings of the study indicate that there is a significant need for improved financial reporting practices. This is particularly true for small and medium-sized businesses, which often lack the resources and expertise to maintain accurate records. The study also found that there is a strong correlation between the quality of financial reporting and the success of a business. This suggests that investing in financial reporting can be a highly effective way to improve business performance.

Based on the findings of the study, several recommendations are made for improving financial reporting practices. First, it is recommended that businesses should invest in training and education for their accounting staff. Second, it is recommended that businesses should use standardized accounting practices and software. Third, it is recommended that businesses should regularly audit their financial records. Finally, it is recommended that businesses should be transparent and forthcoming in their financial reporting.

In conclusion, the study has shown that there is a significant need for improved financial reporting practices. By investing in training and education, using standardized accounting practices and software, and regularly auditing their financial records, businesses can improve their financial reporting and, in turn, their overall performance.

En caso de que el sector privado sea incapaz de garantizar el abastecimiento abundante y oportuno de un producto de este tipo, habrá necesidad de plantear la intervención estatal en comercialización.

1.1.5.2. Demanda para la industria. Si el producto constituye una materia prima insustituible y que se requiere en grandes volúmenes para la elaboración de productos procesados importantes para el país (caso del maíz amarillo duro para la elaboración de alimentos balanceados), su correspondiente déficit de producción doméstica implicará la necesidad de realizar importaciones con el subsiguiente uso de divisas. Además, los problemas de desabastecimiento de este tipo de materias primas (v.gr. algodón) constituyen fuentes de malestar por parte de los gremios y grupos de industriales.

En la presentación de los datos que indican la importancia relativa de un determinado producto, bien puede suceder que se destaque dicha importancia por todos los conceptos descritos anteriormente, por algunos de ellos, o solamente por uno sólo de tales conceptos. La unidad de planificación sectorial será la que, con frecuencia, calificará definitivamente el grado de importancia que revisita el cultivo o producto para el país. De todas maneras, lo que debe evitarse cuidadosamente es que, el Estado utilice los escasos recursos públicos disponibles en montar e implementar costosos y complicados programas oficiales de comercialización que a la postre sólo benefician grupos privilegiados de grandes productores comerciales, o que simplemente representan avances muy limitados para la economía nacional.

El cuadro N°1 presenta un modelo del modo como pueden arreglarse los datos relativos a la canasta familiar de alimentos en una ciudad determinada y para diferentes estratos socioeconómicos.

1. The first part of the document is a list of names and addresses. The names are listed in the left column, and the addresses are listed in the right column. The names are:

Mr. J. H. Smith	123 Main St.
Mr. W. B. Jones	456 Elm St.
Mr. R. L. Brown	789 Oak St.
Mr. T. M. Green	1010 Pine St.
Mr. S. K. White	1111 Maple St.

2. The second part of the document is a list of names and addresses. The names are listed in the left column, and the addresses are listed in the right column. The names are:

Mr. D. E. Black	1234 Cedar St.
Mr. F. G. Gray	2345 Birch St.
Mr. H. I. Blue	3456 Spruce St.
Mr. J. K. Red	4567 Willow St.
Mr. L. M. Yellow	5678 Poplar St.

3. The third part of the document is a list of names and addresses. The names are listed in the left column, and the addresses are listed in the right column. The names are:

Mr. N. O. Purple	6789 Hickory St.
Mr. P. Q. Green	7890 Chestnut St.
Mr. R. S. Blue	8901 Walnut St.
Mr. T. U. Red	9012 Sycamore St.
Mr. V. W. Yellow	1013 Dogwood St.

4. The fourth part of the document is a list of names and addresses. The names are listed in the left column, and the addresses are listed in the right column. The names are:

Mr. X. Y. Purple	1114 Magnolia St.
Mr. Z. A. Green	1215 Tulip St.
Mr. B. C. Blue	1316 Rose St.
Mr. D. E. Red	1417 Iris St.
Mr. F. G. Yellow	1518 Daffodil St.

Cuadro N°1. Guayaquil, Ecuador. Consumo per cápita en kilos de todos los productos, por mes y por niveles de ingreso

PRODUCTOS	NIVELES DE INGRESO PER CAPITA 1/					TOTAL
	A	B	C	D	E	
Carne de res	1,22	1,71	2,60	3,31	4,31	2,00
Cerdo y otras	0,06	0,13	0,20	0,28	0,36	0,16
Pollos	0,09	0,10	0,34	0,39	0,97	0,22
Pescados y mariscos	0,63	0,63	0,93	1,21	1,53	0,80
Huevos	0,17	0,22	0,31	0,43	0,86	0,27
Leche	2,60	4,55	7,24	10,82	13,37	5,47
Mantequilla y queso	0,14	0,19	1,43	0,64	0,70	0,29
Papa	2,06	2,40	2,87	2,93	3,06	2,46
Plátano	2,09	2,03	1,96	1,91	1,84	2,02
Yuca	0,65	0,64	0,60	0,59	0,58	0,63
Otras hortalizas	1,97	2,51	3,13	4,66	5,85	2,83
Arroz	4,19	3,95	3,69	3,67	3,66	3,94
Frejol	0,45	0,46	0,46	0,49	1,04	0,47
Otros granos	0,28	0,36	0,50	0,68	0,75	0,41
Frutas	2,00	3,24	4,80	8,27	8,87	3,90
Aceite	0,55	0,63	0,97	1,23	1,30	0,77
Manteca	0,19	0,16	0,12	0,08	0,06	0,15
Panela	0,53	0,47	0,46	0,34	0,31	0,47
Harinas	0,82	0,65	0,56	0,51	0,48	0,67
Otros product.	1,27	0,96	1,77	2,15	4,16	1,51
Otros	0,18	0,03	0,19	0,20	0,54	0,16

1/ Estos niveles de ingreso mensual son los siguientes: A = \$ 209; B = \$ 368; C = \$ 722; D = \$ 1.131; E = \$ 3.932; total o promedio \$ 638. 25 sucres = US\$ 1.00 en 1974.

FUENTE: AITEC. Estudio de Consumidores. Guayaquil, Abr./74.

# THE HISTORY OF THE UNITED STATES

The history of the United States is a story of growth and expansion. From a small collection of colonies on the eastern coast, it grew into a vast nation spanning two continents. The early years were marked by struggle and the search for a common identity. The American Revolution was a pivotal moment, establishing the principles of self-governance and individual rights. The subsequent decades saw westward expansion, the Civil War, and the rise of a powerful industrial and military nation. The United States emerged as a global superpower, influencing the course of world events and promoting democratic values. Today, the United States continues to evolve, facing new challenges and opportunities in a rapidly changing world.

The early years of the United States were characterized by a sense of adventure and the pursuit of a better life. Many Americans moved westward, seeking new lands and opportunities. This westward expansion was often accompanied by conflict with Native American tribes. The Civil War, fought between 1861 and 1865, was a defining moment in American history, as it resolved the issue of slavery and preserved the Union. The Reconstruction period that followed was a time of significant change and struggle for African Americans. The late 19th and early 20th centuries saw the rise of industrialization and the growth of a powerful middle class. The United States emerged as a global superpower, influencing the course of world events and promoting democratic values. Today, the United States continues to evolve, facing new challenges and opportunities in a rapidly changing world.

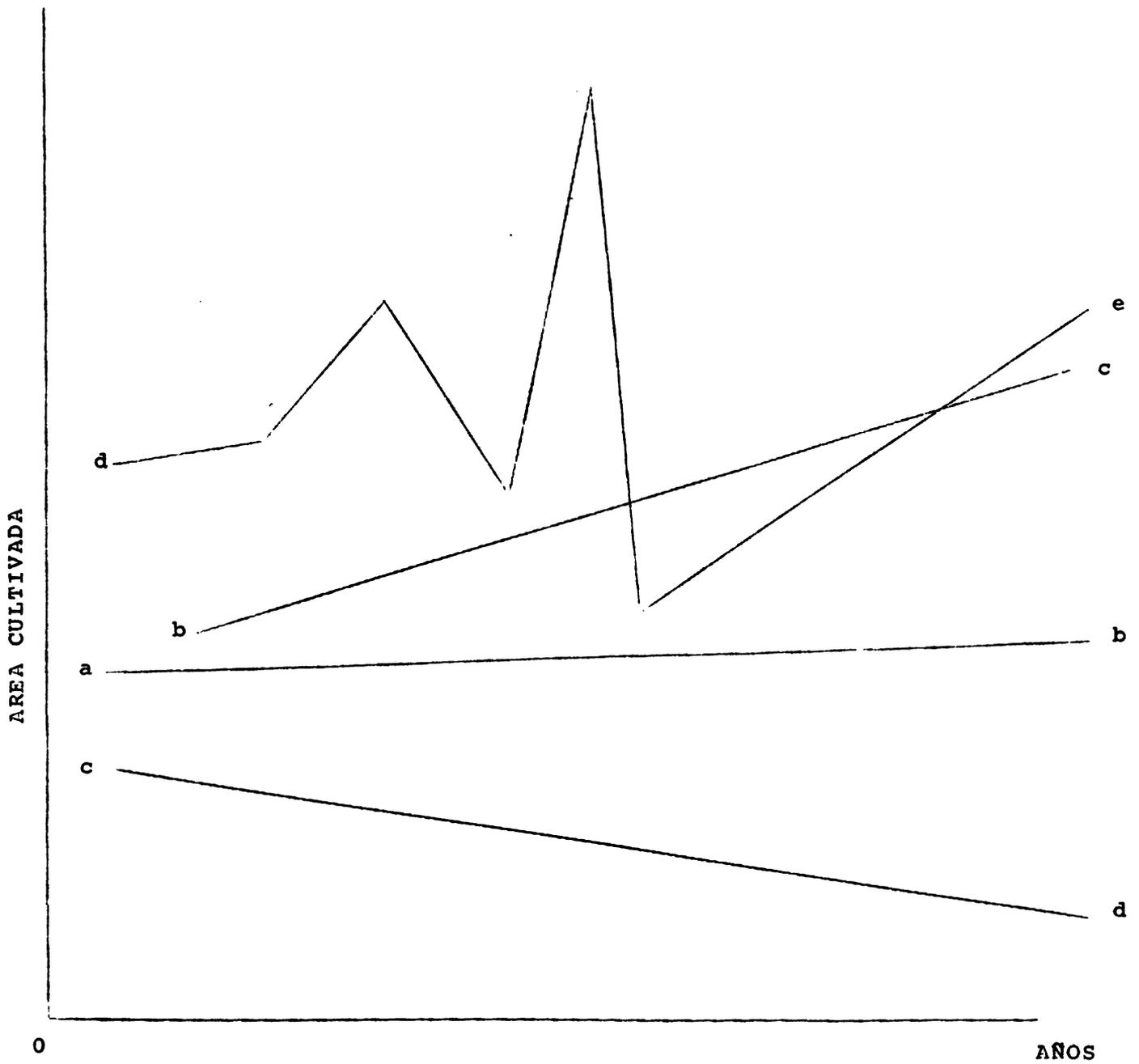


Figura 1. Representación gráfica de Series históricas diferentes (ver Sección 2.1.1. de este capítulo).

THE UNIVERSITY OF CHICAGO  
LIBRARY

## 2. ASPECTOS ESPECIFICOS

### 2.1. Aspectos relativos a la producción

2.1.1. Comportamiento del producto en cuanto a superficie sembrada. De acuerdo con las series históricas disponibles, podrá hacerse una clasificación de los productos, así:

- a. Productos estables con lento crecimiento (Figura 1, ab)
- b. Productos estables con rápido crecimiento (Figura 1, bc)
- c. Productos estables con decrecimiento (Figura 1, cd)
- d. Productos inestables con lento crecimiento (Figura 1, de)
- e. Productos inestables con rápido crecimiento
- f. Productos inestables con rápido decrecimiento

Posiblemente los productos comprendidos en el literal e), o sea, inestables con rápido crecimiento, necesitan urgentemente de un intensivo programa oficial de comercialización, que permita ofrecer incentivos de precios halagueños al productor, un adecuado sistema de compra-venta, intervención oficial, etc. Con frecuencia, estos programas oficiales de comercialización se requieren como complemento necesario de otros programas oficiales que, de otro modo, resultan inefectivos e ineficientes.

En el Cuadro N°2 se encuentra ejemplo de cómo presentar las series históricas sobre superficie sembrada, rendimientos y volúmenes de producción de arroz. Obsérvese bien que en el cuadro aparecen cifras relativas a los volúmenes de arroz en cáscara y arroz blanco o pilado.

1948-1949

The first part of the year was spent in the laboratory, working on the preparation of the various samples for the study of the effect of the different factors on the rate of the reaction.

The results of the experiments carried out during the first part of the year are given in the following table. It will be seen that the rate of the reaction increases with the concentration of the reactants and decreases with the concentration of the products.

The effect of the temperature on the rate of the reaction was also studied. It was found that the rate of the reaction increases with the temperature, and that the increase is more rapid at higher temperatures.

The effect of the presence of a catalyst on the rate of the reaction was also studied. It was found that the rate of the reaction is increased by the presence of a catalyst, and that the increase is more rapid at higher temperatures.

Cuadro N° 2. Ecuador, superficie cosechada, rendimiento y volumen producción de arroz, período 1964/1976

AÑO	Superficie Cosechada Has.	Indice Ba- se 100: año 1964	Rendim. TM/Ha.	Indice Ba- se 100= año 1964	Vol. de Pro- duc. arroz en cáscara TM	Indice Ba- se 100= año 1964	Vol. Prod. Arroz Pi- lado
1964	105.282	100.0	2.25	100	236.416	100.01	153.670
1965	99.729	94.7	2.59	115.4	258.397	109.3	167.958
1966	86.133	81.8	3.20	142.6	275.684	116.6	179.195
1967	76.737	72.9	3.25	150.0	249.639	105.6	162.265
1968	44.385	42.2	3.26	150.2	144.552	61.1	93.959
1969	107.419	102.1	2.68	123.6	288.016	121.1	187.210
1970	71.165	77.6	3.02	139.4	215.190	90.3	139.873
1971	50.987	18.4	2.87	132.5	146.548	61.3	95.256
1972	92.388	87.7	2.63	121.0	242.514	102.1	157.634
1973	61.070	58.1	2.79	128.8	170.626	72.0	110.907
1974	99.317	94.5	2.79	128.6	277.027	166.9	180.067
1975	131.600	125.2	2.87	132.5	377.692	227.5	245.000
1976	134.340	127.8	2.74	126.4	367.691	221.5	238.999

Elaborado por: Departamento de Comercialización Agrícola del M.A.G., Diciembre/76.

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions and activities. It emphasizes that this is essential for ensuring transparency and accountability in the organization's operations.

2. The second part of the document outlines the various methods and tools used to collect and analyze data. It highlights the need for consistent data collection practices and the use of advanced analytical techniques to derive meaningful insights from the data.

3. The third part of the document focuses on the role of technology in data management and analysis. It discusses how modern software solutions can streamline data collection, storage, and processing, thereby improving efficiency and accuracy.

4. The fourth part of the document addresses the challenges associated with data management, such as data quality, security, and privacy. It provides strategies to mitigate these risks and ensure that the data remains reliable and secure.

5. The fifth part of the document concludes by summarizing the key findings and recommendations. It stresses the importance of ongoing monitoring and evaluation to ensure that the data management processes remain effective and up-to-date.

2.1.2. Zonas productoras. Con frecuencia se presentan los datos relativos a la producción de un determinado cultivo en forma solamente agregada a nivel nacional. Esta presentación no tiene mucha utilidad para propósitos de análisis de los aspectos de comercialización, por lo cual es preciso desglosar tal información por zonas productoras. De ser posible, conviene incluir además mapas en los cuales se ubiquen las zonas productoras de que se trate.

El Cuadro N°3 ilustra la presentación desglosada de zonas productoras de algodón en el Ecuador para el período 1971-1976.

Cuadro N°3. Superficie de algodón cosechada en hectáreas.

PROVINCIA O ZONA	1971	1972	1973	1974	1975	1976
PEDRO CARVO	2.864,18	4.939,00	6.008,00	16.738	15.000.00	12.000.00
BALZAR	247,51	356,00	-----	798	2.000.00	670.00
VIA PLAYAS	485,10	883,00	828,00	3.376	500.00	500.00
MILAGRO BOLICHE	1.943,25	2.996,00	1.301.00	4.142.	1.200.00	700.00
<b>TOTAL GUAYAS</b>	<b>5.540,04</b>	<b>9.174,00</b>	<b>8.137,00</b>	<b>25.054</b>	<b>18.700.00</b>	<b>13.870.00</b>
MANABI	1.142,00	2.936,00	5.171.00	6.908	5.500.00	4.232.00
LOS RIOS	190,77	483,00	480.00	1.092	350.00	300.00
EL ORO	13,47	-----	18.00	587	-----	-----
ESMERALDAS	1.255,26	1.019.00	1.102.00	1.226	300.00	75.00
IMBABURA	-----	-----	30.00	15	-----	-----
<b>TOTAL</b>	<b>8.141.54</b>	<b>13.620.00</b>	<b>14.938.00</b>	<b>34.882</b>	<b>24.850.00</b>	<b>18.477.00</b>

FUENTE: Programa Nacional del Algodón.



2.1.3. Tecnología y costos de producción. La tecnología utilizada en la producción de un determinado producto contribuye a la buena o mala calidad del mismo. La alta o baja tecnología empleada influye además de una manera definitiva en los costos totales y unitarios de producción. Los costos de producción son factor de primordial importancia para el estudio de los precios oficiales mínimos de sustentación, los precios máximos de venta al consumidor, etc.

El Cuadro N°4 es ilustrativo del modo como puede presentarse la información relativa a la tecnología utilizada en el cultivo del arroz en el Ecuador.

Cuadro N°4. Sistema y costos de producción de arroz en el Litoral 1976, Ecuador

Sistema Cultivo	Area Ocupada Has.	% del Area	Rendim. Sacos/Ha	Produc. Sacos	% Producción	Costo/Ha. \$	Costo/qq \$
Mecanizado	26.741	21	70	1'871.870	30.2	17.517	250.24
Semi-mecanizado	43.296	34	60	2'597.760	42.0	15.465	257.75
Tradicional	57.303	45	30	1'719.090	27.8	7.763	258.77
TOTAL	127.340	100	53.3	6'188.720	100	13.582*	255.59

\* Promedio

FUENTE: Informe de la Comisión Interinstitucional sobre Arroz. Agosto, 1976. Archivo del Programa Nacional del Arroz y Maíz, Guayaquil.



2.1.4. Tenencia de la tierra en las unidades productivas. La información relativa a la tenencia de la tierra es de gran importancia para los sistemas de producción, los cuales a su vez determinan las bases para los sistemas de comercialización. En algunos cultivos, las modalidades de arreglos contractuales sobre arrendamientos, aparcerías o "medianías", determinan interesantes características en la comercialización de los productos resultantes.

2.1.5. Tamaño de las explotaciones. Esta característica reviste una importancia fundamental para los sistemas de producción de comercialización bajo varios puntos de vista. En primer lugar, para efectos de comercialización, la función de acopio se dificulta y encarece mucho más cuando se hace necesario "recoger" la producción de un elevado número de pequeñas fincas distribuidas en una amplia zona geográfica y/o en varias zonas del país. Por otra parte, el interés social cambia sustancialmente cuando la producción proviene de un gran número de pequeños campesinos, en comparación a situaciones en que la producción (y la comercialización subsiguiente) beneficia a un reducido grupo de grandes campesinos empresarios.

El Cuadro N°5 ilustra la presentación de la información relativa al tamaño de las explotaciones productivas. En este caso se trata de datos pertinentes al maíz amarillo duro en el Ecuador.



Cuadro N°5. Ecuador-ubicación de las zonas productoras de maíz amarillo duro año agrícola 1975-1976

ZONAS PRODUCTORAS <u>1/</u>	AREA (Has.)	NUMERO DE A- GRICULTORES	AREA POR AGRI- CULTOR (Has.)
BALZAR	12.925	948	13.63
PORTOVIEJO	10.205	2.031	5.02
QUEVEDO	7.679	1.095	7.01
CHONE	5.245	1.132	4.53
MACHALA	5.131	308	16.66
SANTO DOMINGO	3.872	818	4.77
ESMERALDAS	3.629	426	8.51
DURAN-NARANJAL	2.819	1.035	2.72
BABAHOYO	1.929	181	10.65
PENINSULA STA.ELENA	1.205	491	2.45
PEDRO CARBO	465	103	4.51
<b>TOTAL</b>	<b>55.104</b>	<b>8.561</b>	<b>6.43</b>

FUENTE: Programa Nacional del Arroz y Maíz del MAG.

1/ Las delimitaciones físicas de cada zona, corresponden a las utilizadas por el Programa Nacional del Arroz y Maíz del MAG.

2.1.6. Variedades utilizadas. La información relativa a las variedades utilizadas, combina con otras informaciones incluídas en este capítulo, es de gran importancia para planificar correctamente el programa oficial de mercadeo. Las normas y requerimientos de selección y clasificación de los productos resultantes deben estar estrictamente ceñidas a la realidad de las variedades sembradas. De esta manera se evitará el problema tan

THE HISTORY OF THE UNITED STATES OF AMERICA

CHAPTER I  
THE EARLY HISTORY OF THE UNITED STATES

The first European settlers in North America were the Spanish, who discovered the continent in 1492. They established colonies in Florida, the Southwest, and the Caribbean. The English followed in 1607, settling Jamestown in Virginia. Other English colonies were established in New England and the Middle Atlantic region. The French also established colonies in the St. Lawrence Valley and the Mississippi River valley. The Dutch, Swedish, and Danish also had colonies in North America.

The colonies grew and developed, but they remained dependent on England for trade and protection. Tensions between the colonies and England increased over time, leading to the American Revolution.

The American Revolution was fought from 1775 to 1783. The colonies declared their independence from England in 1776. The war ended with the signing of the Treaty of Paris in 1783, which recognized the United States as an independent nation.

The new nation faced many challenges, including the need to establish a government and a system of laws. The Constitution was drafted in 1787 and ratified in 1788. It established a federal government with three branches: the executive, the legislative, and the judicial. The Bill of Rights was added in 1791 to protect individual liberties.

frecuente de establecer normas exageradamente exigentes de calidad que los productores no estén en condiciones de satisfacer. Además, el que los agricultores utilicen variedades mejoradas para obtener un producto de buena calidad, no depende en gran parte de ellos mismos, sino de la disponibilidad de la semilla correspondiente. Por lo tanto, gran parte del éxito del programa de comercialización dependerá del buen desarrollo de los programas de la empresa oficial de semillas.

El Cuadro N°6 es un buen ejemplo para la presentación de este tipo de información.



Cuadro N°6. Variedades utilizadas de arroz en el Ecuador

PROVINCIA	GRANO EX-TRA LARGO Variedad	GRANO LARGO Variedad	GRANO MEDIO Variedad	GRANO CORTO Variedad
LOS RIOS	S.M.L.	B. Bonnet	Canilla	Chilena
	Tapuripa	Rexoro	IR-8	
	Hawuayana	INIAP-6	Brasilero	Chato
	Nilo	INIAP-2	Corriente	3-15
		Cancla	Criollo	Piedra
		Lira Fortuna Puyón	Comino	
GUAYAS	S.M.L.	B. Bonnet	Canilla	Chileno
	Tapuripa	Rexoro	IR-8	Chato
	Hawuayano	INIAP-6	Brasilero	3-15
	Nilo	No hay	Corriente	Piedra
		Taco Lira Fortuna 1.001 San Felipe Puyón	Criollo Comino	
MANABI	---	INIAP-6 Puyón	IR-8	Piedra
CAÑAR	S.M.L.	Rexoro	Canilla	
	Tapuripa	INIAP-6	Brasilero	
	Nilo	Puyón		
OTRAS <sup>1/</sup>	---	INIAP-6 Puyón	Canilla IR-8	Chileno Piedra

<sup>1/</sup> Incluye: Pichincha, Bolívar, Loja, Esmeraldas, El Oro y Región Oriental.

Elaborado: Departamento de Comercialización Agrícola de la Dirección General de Comercialización y Empresas.

1947

1948

1949

1950

Year	1947	1948	1949	1950
Jan	100	100	100	100
Feb	100	100	100	100
Mar	100	100	100	100
Apr	100	100	100	100
May	100	100	100	100
Jun	100	100	100	100
Jul	100	100	100	100
Aug	100	100	100	100
Sep	100	100	100	100
Oct	100	100	100	100
Nov	100	100	100	100
Dec	100	100	100	100

Year	1947	1948	1949	1950
Jan	100	100	100	100
Feb	100	100	100	100
Mar	100	100	100	100
Apr	100	100	100	100
May	100	100	100	100
Jun	100	100	100	100
Jul	100	100	100	100
Aug	100	100	100	100
Sep	100	100	100	100
Oct	100	100	100	100
Nov	100	100	100	100
Dec	100	100	100	100

Year	1947	1948	1949	1950
Jan	100	100	100	100
Feb	100	100	100	100
Mar	100	100	100	100
Apr	100	100	100	100
May	100	100	100	100
Jun	100	100	100	100
Jul	100	100	100	100
Aug	100	100	100	100
Sep	100	100	100	100
Oct	100	100	100	100
Nov	100	100	100	100
Dec	100	100	100	100

### 2.1.7. Productores individuales v.s. asociados.

El carácter individual o colectivo de la producción -y posteriormente de la comercialización es determinante de la modalidad que adopte el programa de comercialización. Los grupos de productores pueden ofrecer una base mucho más sólida para facilitar la realización de los programas oficiales de comercialización, que los productores individuales. Esto especialmente en la fase de acopio rural.

Debe hacerse aquí una distinción importante. Una cosa es una asociación de productores con miras a organizar su producción, y otra muy diferente una forma asociativa para la comercialización. La primera no implica necesariamente la segunda. Así tenemos en el Ecuador más de 3.000 asociaciones de diverso tipo de agricultores y campesinos, pero muy pocas de éstas cumplen funciones de comercialización.

## 2.2. Aspectos generales relativos a la comercialización

2.2.1. Volumen comercializado. Frecuentemente se comete el error en algunas oficinas de identificar los volúmenes producidos con los volúmenes comercializados de un determinado producto. Al volumen físico total procedente de las explotaciones agropecuarias hay que restarle los volúmenes de pérdidas a nivel de finca, aquellos de consumo animal en la finca, consumo humano, cantidades destinadas a semillas, etc.

El Cuadro N°7 ilustra este tipo de presentación.

THE HISTORY OF THE UNITED STATES

There is a great deal of material in this book which is not only interesting but also very valuable. It is a good book for the student who wishes to know more about the history of the United States. The book is written in a clear and concise style and is easy to read. It is a good book for the student who wishes to know more about the history of the United States.

THE HISTORY OF THE UNITED STATES

There is a great deal of material in this book which is not only interesting but also very valuable. It is a good book for the student who wishes to know more about the history of the United States. The book is written in a clear and concise style and is easy to read. It is a good book for the student who wishes to know more about the history of the United States.

THE HISTORY OF THE UNITED STATES

There is a great deal of material in this book which is not only interesting but also very valuable. It is a good book for the student who wishes to know more about the history of the United States. The book is written in a clear and concise style and is easy to read. It is a good book for the student who wishes to know more about the history of the United States.

THE HISTORY OF THE UNITED STATES

There is a great deal of material in this book which is not only interesting but also very valuable. It is a good book for the student who wishes to know more about the history of the United States. The book is written in a clear and concise style and is easy to read. It is a good book for the student who wishes to know more about the history of the United States.

Cuadro N°7. Ecuador. Estimativo de la utilización de maíz amarillo duro. Año Agrícola 1975-1976

CONCEPTO	QUINTALES
1. <u>Producción Bruta</u>	2'761.164
- Menos desperdicios (15%)	414.175
- Menos uso agrícola (1,5%)	41.418
- Menos consumo en finca (1.9%)	494.248
2. <u>Volumen que sale al Mercado (65.6%)</u>	1'811.323
- Menos fugas al exterior (30% de la producción de las provincias de Loja y Zamora 1/ )	221.659
3. <u>Total nacional disponible</u>	1'589.664
4. <u>Consumo Nacional</u>	
4.1. Alimentos zootécnicos	1'505.625
4.2. Industrias misceláneas	350.000
<u>Total Consumo Nacional</u>	1'855.625
5. Diferencia (déficit)	(-265.961)

1/ El volumen total de producción de estas dos provincias se estimó en 738.864 quintales.

FUENTE: ENAC

ELABORACIÓN: Departamento de Comercialización Agrícola de la DGCE.

2.2.2. Epocas de cosecha. El conocimiento de las épocas de cosecha es de primordial importancia para indicar las fechas en que será necesario desarrollar las diferentes actividades que conforman el programa de comercialización. Además de las épocas de cosecha, es necesario también el conocimiento de las

THE UNIVERSITY OF CHICAGO  
DEPARTMENT OF CHEMISTRY

PH.D. THESIS  
SUBMITTED TO THE FACULTY OF THE DIVISION OF THE PHYSICAL SCIENCES  
IN CANDIDACY FOR THE DEGREE OF DOCTOR OF PHILOSOPHY

BY  
[Name]  
[Department]

CHICAGO, ILLINOIS  
[Year]

THESIS ADVISORY BOARD  
[Name]  
[Name]  
[Name]  
[Name]  
[Name]

THESIS DEFENSE BOARD  
[Name]  
[Name]  
[Name]

THESIS TITLE  
[Title]

ABSTRACT  
[Abstract text]

épocas en que se irá consumiendo (o demandando) el producto. Este doble conocimiento dará unas sólidas bases para programas y un abastecimiento suficiente y oportuno del producto.

Productos con períodos muy concentrados de cosecha (como el algodón) presentan dificultades especiales bajo el punto de vista de su comercialización, ya que es necesario concentrar esfuerzos en períodos muy estrechos para recibir, clasificar y almacenar la cosecha y programar su almacenamiento por períodos relativamente largos. Estos productos tienden a presentar altos costos de comercialización, debido a los períodos relativamente prolongados de almacenamiento a los cuales es necesario someter el producto 1/.

2.2.3. Flujo de la cosecha. La información acerca de las épocas de cosecha no es muy útil si no se complementa con el dato del flujo de la misma. Efectivamente, para fines de comercialización es muy diferente que del producto A se coseche un 50% el primer mes, un 25% el segundo y 25% el tercero, que en el caso del producto B se coseche durante el primer mes un 10%, el segundo mes un 20% y el 70% restante durante el tercero y último mes de cosecha. Precisamente sobre el conocimiento de estas características debe basarse cualquier programa oficial de intervención en la comercialización.

El Cuadro N°8 es ilustrativo del modo como puede presentarse este tipo de información.

---

1/ En el caso del algodón en el Ecuador, se tenía calculado en el mes de Noviembre de 1976 que el costo de almacenamiento de este producto era de US\$ 1.00/mes/quintal.



Cuadro N° 8. Ecuador. Flujo de la comercialización de arroz  
Año 1976

FLUJO MESES	EN TONELADAS METRICAS T.M.	EN QUINTALES Q.Q.	EN PORCENTAJE %
ENERO	3.573	78.597	2.9
FEBRERO	2.596	57.127	2.4
MARZO	492	10.841	0.4
ABRIL	616	13.552	0.5
MAYO	27.472	604.390	22.3
JUNIO	36.465	802.238	29.6
JULIO	10.964	241.214	8.9
AGOSTO	7.050	111.119	4.1
SETIEMBRE	8.254	181.588	6.7
OCTUBRE	11.826	260.185	9.6
NOVIEMBRE	10.841	238.504	8.8
DICIEMBRE	4.681	102.990	3.8
TOTAL	112.730	2'702.394	100.0

FUENTE: MAG, Programa Nacional del Arroz y Maíz y Control de Piladoras y Molinos. Guayaquil, Noviembre 1976.

ELABORACION: Departamento de Comercialización Agrícola de la Dirección General de Comercialización y Empresas del MAG.

2.2.4. Canales de Comercialización y agentes de esta comercialización. Con frecuencia se elaboran programas de comercialización sin que se cuente con una información suficientemente amplia sobre este aspecto. El resultado de ello es que se trata de aplicar medidas correctivas a problemas inexistentes



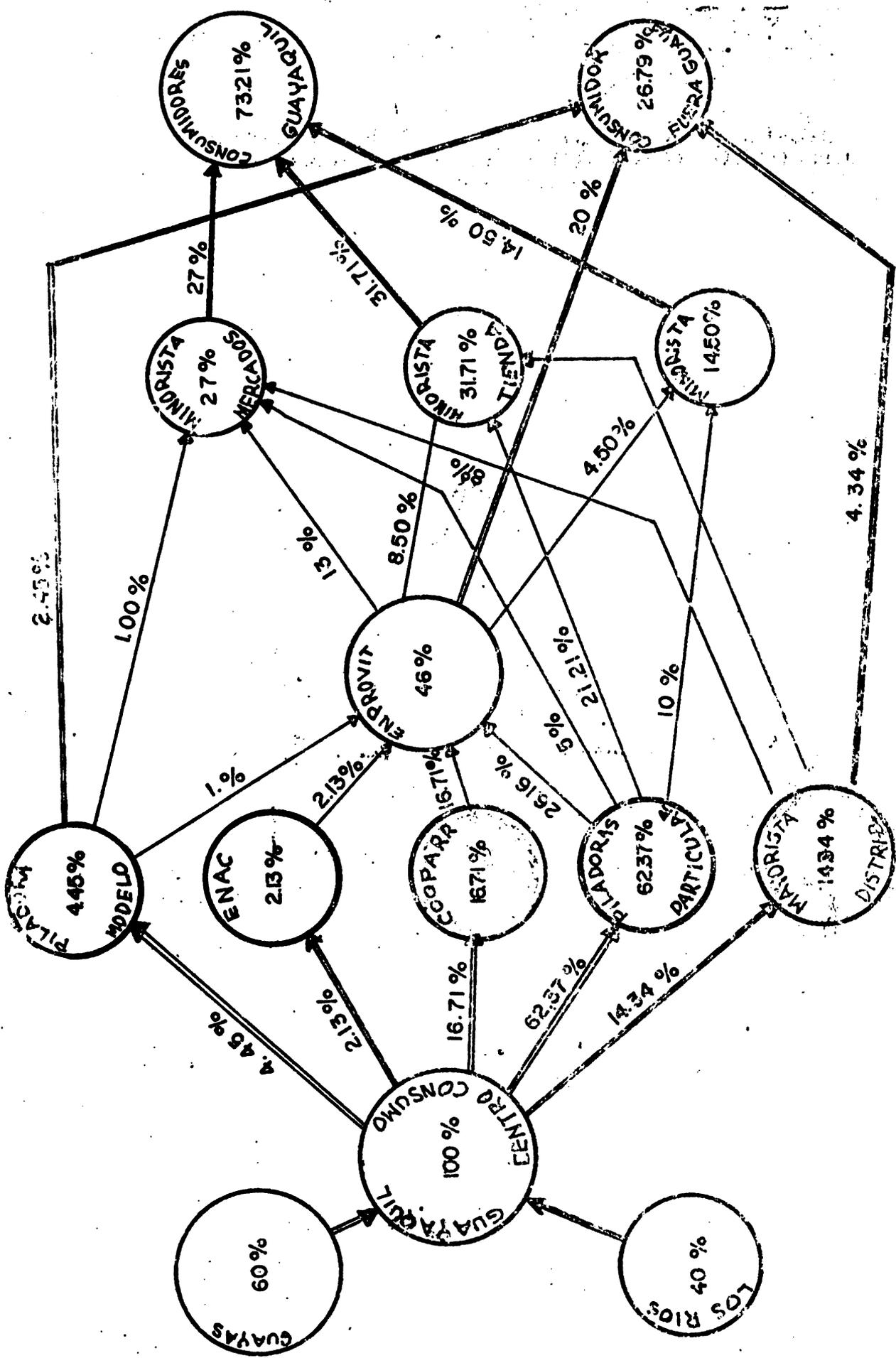
o al menos a niveles donde no es necesaria. Podría afirmarse que, en un sentido, un objetivo general de un programa de comercialización es el de modificar los canales de comercialización. Lo importante es garantizar que la forma modificada del canal será más eficiente y/o de mayor beneficio para los grupos más débiles en el proceso de comercialización.

La Figura N°2 ilustra el modo como se puede presentar de una manera claramente gráfica el canal de comercialización de un producto.

1. The first part of the document  
describes the general situation  
of the country and the  
state of the economy.

2. The second part of the document  
describes the state of the  
economy and the state of  
the country.

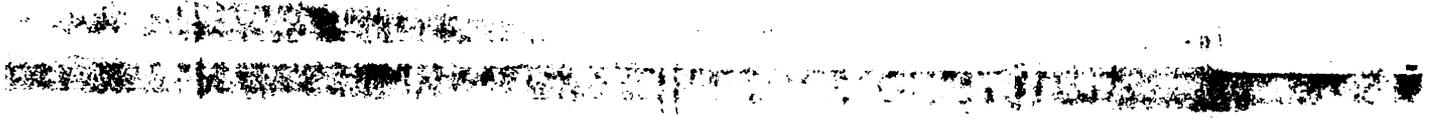
3. The third part of the document  
describes the state of the  
country and the state of  
the economy.



Fuente: PNAW

Año 1975

Cambios de Comercialización del Arroz de acuerdo Evaluación



1947-1948  
1949-1950  
1951-1952  
1953-1954  
1955-1956  
1957-1958  
1959-1960  
1961-1962  
1963-1964  
1965-1966  
1967-1968  
1969-1970  
1971-1972  
1973-1974  
1975-1976  
1977-1978  
1979-1980  
1981-1982  
1983-1984  
1985-1986  
1987-1988  
1989-1990  
1991-1992  
1993-1994  
1995-1996  
1997-1998  
1999-2000  
2001-2002  
2003-2004  
2005-2006  
2007-2008  
2009-2010  
2011-2012  
2013-2014  
2015-2016  
2017-2018  
2019-2020  
2021-2022  
2023-2024  
2025-2026  
2027-2028  
2029-2030  
2031-2032  
2033-2034  
2035-2036  
2037-2038  
2039-2040  
2041-2042  
2043-2044  
2045-2046  
2047-2048  
2049-2050

2.2.5. Estructura del mercado. Esta información, de naturaleza y utilidad similar a la anterior, es básica para comprender algunas causas profundas del problema del mercado de algún producto específico. Las situaciones de monopolio se corrigen generalmente por medio de medidas tendientes a fomentar una competencia efectiva. Los casos frecuentes de competencia excesivamente atomizada por el lado de la venta, que se presentan entre los pequeños productores, se remedian en gran parte por medio de la creación de formas asociativas serias de productores con fines de comercialización.

El Cuadro N°9 puede tomarse como ejemplo del modo en que se presenta la información relativa a la estructura de mercado. En este caso se trata de la estructura del comercio detallista de alimentos en la ciudad de Bogotá en el año 1971.

Cuadro N°9. Bogotá, D.E. Colombia. Tipos generales y número de expendios minoristas de productos alimenticios en Bogotá, D.E. 1971.

TIPO DE EXPENDIO	NUMERO	%
A. Minoristas de Mercados Públicos	6.144	27.4
B. Expendios de Servicio personal	8.542	38.1
C. Expendios de auto-servicio	87	0.4
D. Expendios especializados	7.658	34.1
TOTAL	22.431	100.00

FUENTE: CID, Estudio de Distribución Urbana de Alimentos en la la ciudad de Bogotá, D.E. 1971.

1. The first part of the document is a list of names and addresses of the members of the committee.

2. The second part of the document is a list of names and addresses of the members of the committee.

3. The third part of the document is a list of names and addresses of the members of the committee.

4. The fourth part of the document is a list of names and addresses of the members of the committee.

5. The fifth part of the document is a list of names and addresses of the members of the committee.

6. The sixth part of the document is a list of names and addresses of the members of the committee.

7. The seventh part of the document is a list of names and addresses of the members of the committee.

8. The eighth part of the document is a list of names and addresses of the members of the committee.

9. The ninth part of the document is a list of names and addresses of the members of the committee.

10. The tenth part of the document is a list of names and addresses of the members of the committee.

11. The eleventh part of the document is a list of names and addresses of the members of the committee.

12. The twelfth part of the document is a list of names and addresses of the members of the committee.

13. The thirteenth part of the document is a list of names and addresses of the members of the committee.

14. The fourteenth part of the document is a list of names and addresses of the members of the committee.

#### 2.2.6. Costos y márgenes de comercialización.

Este es un punto crucial del diagnóstico del sistema de comercialización y se le debe dar la importancia que se merece. En la mayoría de los casos, muchos de quienes se ocupan de asuntos de comercialización se contentan con afirmar que "los márgenes de comercialización son excesivamente altos", que "los intermediarios tienen utilidades excesivas", pero sin tomarse el trabajo de determinar cuántos son esos márgenes y cuáles son sus causas determinantes.

Los Cuadros Nos. 10 y 11 presentan modelos que pueden servir de guía para el ordenamiento de los diferentes ítems que conforman los costos de comercialización de algunos productos agrícolas en Colombia y Guatemala.

1. The first part of the document is a list of names and addresses, including "John Doe, 123 Main St, New York, NY 10001" and "Jane Smith, 456 Elm St, New York, NY 10002".

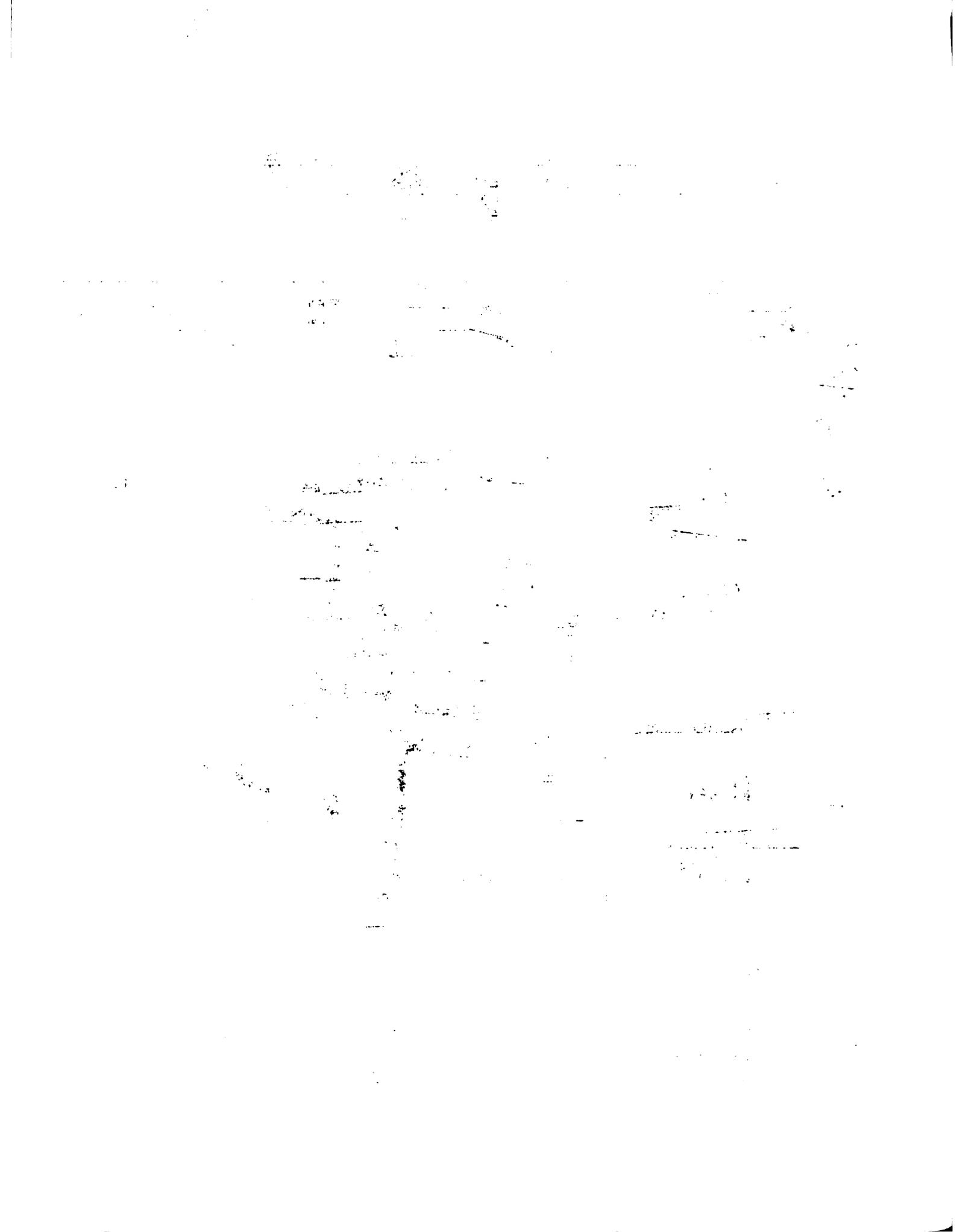
2. The second part of the document is a list of names and addresses, including "John Doe, 123 Main St, New York, NY 10001" and "Jane Smith, 456 Elm St, New York, NY 10002".

Cuadro N°10. Costos y márgenes de comercialización del plátano en el Valle del Cauca, Colombia, 1968

PRECIO AL CONSUMIDOR	PRECIO AL CONSUMIDOR	% ACUMULADO 100.00
15.12		
(2.84)	2.75 Ganancia neta	(18.1)
12.20	0.09 Bodegaje	81.1
	4.46 Ganancia neta	
(5.41)	0.12 Otros	(35.78)
	0.68 Pérdidas	
	0.05 Bodegaje	
6.87	0.10 Descargue	45.40
	0.65 Ganancia neta	
(1.77)	0.96 Transporte	(11.7)
5.10	0.16 Arrime y Arrume	33.7
(5.10)	PRECIO AL PRODUCTOR	(33.7)

\* 17 pesos = un dólar

FUENTE: PIMUR (Proyecto Integrado de Mercadeo Urbano Rural del Valle del Cauca, Informe Técnico N°15, pág. 58).



Cuadro N°11. Ejemplo de costo de comercialización de algunos productos agrícolas en Guatemala

ITEM	P R O D U C T O		
	MAIZ (Quetzales)	FRIJOL (Quetzales)	ARROZ (Quetzales)
1. Precios Prom. de compra	65.09	180.91	94.95
2. Precios Promedios recomendados de venta	93.74	215.50	124.16
3. Precios de mercado	96.91	245.63	225.75
4. Margen de precios para INDECA	28.65	34.59	29.21
5. Costos operaciones de INDECA			
5.1. Almacenamiento y tratamiento	19.44	19.44	19.44
5.2. Administración General	2.79	2.79	2.79
5.3. Transporte	3.25	3.25	3.25
5.4. Uso sacos	0.22	0.22	0.22
5.5. Mermas	0.65	1.81	0.95
5.6. Intereses Capital	1.47	4.07	1.71
5.7. Utilidad INDECA	0.83	1.01	0.85
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>28.65</b>	<b>34.59</b>	<b>29.21</b>

FUENTE: BID. Proyectos varios de mercadeo. Proyecto de Almacenamiento de INDECA. (Guatemala). 1973.

2.2.7. Existencia de grupos de presión en el mercadeo de determinados productos. La existencia de estos grupos ejercen una poderosa influencia sobre la comercialización de un determinado producto. Así, en el caso del algodón en el Ecuador, se



pueden identificar por lo menos tres de estos grupos, a saber: los productores, empeñados en obtener los más altos precios posibles; las desmotadoras, que luchan constantemente por conseguir autorización para elevar progresivamente sus tarifas y la industria textil, para la cual es de máxima conveniencia el que el Gobierno no establezca límite alguno al hectareaje sembrado y así poder obtener el producto a los mínimos precios posibles, a través de un ilimitado volumen de producción.

Es indispensable detectar estos grupos de presión en el proceso de Comercialización, a fin de que el Gobierno evite el riesgo de tomar decisiones forzadas o impuestas tendenciosamente por alguno de estos grupos. Así por ejemplo, el Gobierno se debería sentir libre para autorizar la importación de un determinado producto deficitario, aunque ello vaya en perjuicio de uno o pocos comerciantes que alegan poseerlo en cantidades suficientes. Es claro que una situación de escasez favorece notablemente al comercio que en esta forma se encuentra en situación privilegiada para jugar con los precios de los productos a su mejor conveniencia.

### 2.3. Aspectos funcionales de la Comercialización

2.3.1. Prácticas de compra-venta. En esta sección lo que se pretende establecer es cuáles son realmente las prácticas comerciales corrientes para llevar a cabo la transferencia de propiedad del producto, especialmente la que se lleva a cabo en la primera venta. Para mayor claridad, se debe describir con los mayores pormenores posibles, cómo se lleva a cabo esta función, ya que el solo conocimiento de tales prácticas está ya sugiriendo las medidas correctivas necesarias. Así, en el caso del arroz en el Ecuador, los agricultores se ven forzados a entregar a la piladora siete medidas llamadas "tarros" cada uno de los cuales tiene una capacidad de 35 libras, o sea,

The first part of the report discusses the general situation of the country and the progress of the work during the year. It also mentions the various committees and the work of the different departments.

The second part of the report deals with the financial situation and the budget for the next year. It also mentions the various projects and the work of the different departments.

The third part of the report discusses the work of the different departments and the progress of the various projects. It also mentions the various committees and the work of the different departments.

entregan unas 220 libras de arroz paddy. Por motivos no analizados, la piladora "da por recibidos" entre 150 a 160 libras, y establece por regla general, (posiblemente a priori) que el arroz que entrega el agricultor viene con 25% de humedad y 10% de impurezas. Naturalmente, cualquier precio que pague la piladora será castigado por estos factores de calidad. Más aún, y debido a motivos de naturaleza desconocida, la piladora tiene "decretado" que sólo un 75% del arroz entregado por el agricultor merece el precio oficial, quedando un 25% para ser pagado con dicho precio.

2.3.2. Formación c determinación de los precios. De ser posible, convendría en esta sección discutir el modo como se generan los precios del producto a diferentes niveles. Sin embargo, es preciso reconocer que esto implica un profundo conocimiento del modo como funciona el sistema de comercialización del producto en cuestión, para lo cual realmente se carece casi siempre de información fidedigna.

En la mayoría de los casos, la información que es posible incluir en esta sección es la relativa a la serie histórica de precios.

El Cuadro N°12 presenta en forma bastante clara una serie histórica de precios de venta mayorista-detallista de maíz amarillo duro en el Ecuador durante el período 1971-1975.

The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. It emphasizes that every entry should be supported by a valid receipt or invoice to ensure transparency and accountability. This section also outlines the procedures for handling discrepancies and the role of the audit committee in monitoring the financial statements.

The second part of the document details the internal control system designed to prevent fraud and errors. It describes the segregation of duties, the authorization process for transactions, and the regular reconciliation of accounts. The document also highlights the need for ongoing training and updates to the control system to adapt to changing business conditions and regulatory requirements.

The third part of the document provides a comprehensive overview of the company's financial performance over the reporting period. It includes a detailed analysis of the income statement, balance sheet, and cash flow statement, along with key financial ratios and trends. The management's discussion and analysis section provides context for the financial results and identifies the main drivers of performance.

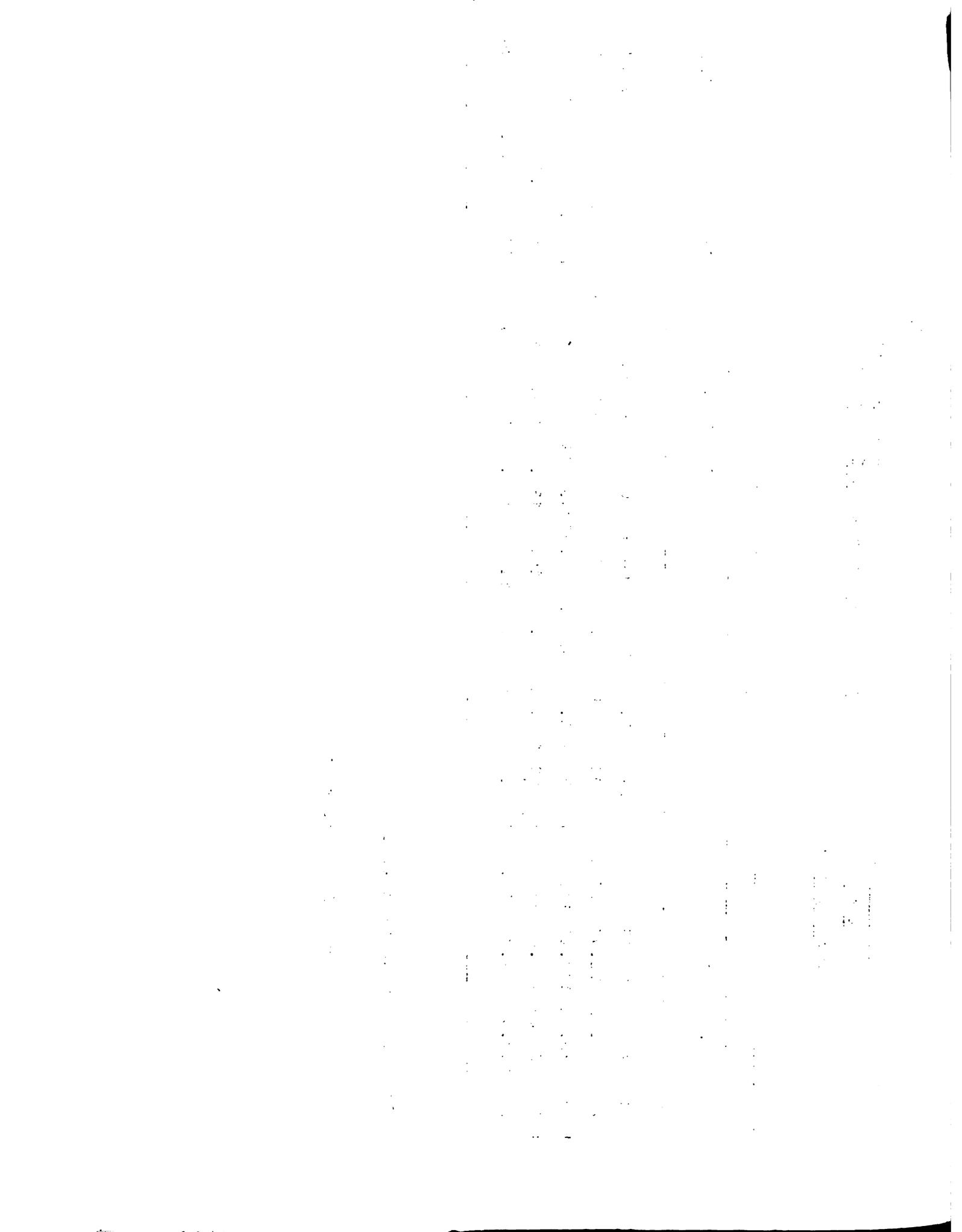
Finally, the document concludes with a summary of the key findings and recommendations. It reiterates the commitment to high standards of financial reporting and the importance of continued oversight and improvement. The document is signed by the Chief Financial Officer and the Chairman of the Audit Committee.

Cuadro N° 12. Ecuador, precios promedios mensuales a nivel nacional del maíz amarillo duro a nivel mayorista/minorista-período 1971-1975 - sucres por quintal

AÑOS	M E S E S												
	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGOS.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	PROM. ANUAL
1971	70.92	83.35	86.06	*89.15	68.97	63.05	60.96	64.38	67.52	65.69	63.78	67.54	71.70
1972	69.40	72.71	75.07	79.02	70.18	65.37	65.50	70.20	82.28	91.15*	105.22	116.16	80.19
1973	125.74	127.28	139.98	135.54	113.18	109.87	139.05*	159.49	159.52	156.87	156.10	154.24	139.70
1974	152.07	154.65	159.52*	166.62	162.70	144.74	145.52	139.56	143.57	143.43	146.48	150.60	150.80
1975	159.91	157.97	158.37	164.38	150.25	141.35	147.59	154.97	172.54	184.40	193.50	203.88	165.80

\* Precios mensuales máximos.

FUENTE: PNAM, Guayaquil, Octubre 1976.



Lo ideal sería poder presentar series históricas comparativas de precios al productor, precios mayorista-detallista y precios pagados por el consumidor. Esta información ya nos daría un buen indicio de los márgenes de comercialización interna.

Además de estos precios del mercado doméstico, conviene incluir en los elementos de análisis los precios internacionales del producto de que se trata. El conocimiento actualizado de los precios del producto, vigentes en los principales mercados mundiales, es de gran importancia para establecer bases para una política de comercio exterior con relación a tal producto. Especialmente los precios vigentes en mercados de países limítrofes ejercerán una influencia definitiva sobre la comercialización interna. Así, una política de subsidios de importación de un determinado producto tendrá efectos no deseados para el país cuando los países vecinos no adoptan una política similar. En otro forma, seguramente se presentará profundo malestar entre las industrias procesadoras que se vean precisadas (u obligadas) a adquirir materia prima de producción doméstica a precios frecuentemente muy superiores a los precios del mercado internacional.

Además, es útil aprovechar la información contenida en el numeral 2.1.3. de este manual y la que se presenta en esta sección, a fin de establecer una comparación entre los costos de producción y los precios pagados al productor. Este sería el momento más oportuno para discutir el tema de costo/precio/calidad del producto.

Cuando se dispone de datos estadísticos de suficiente amplitud en el tiempo, es posible conocer y analizar los diferentes movimientos o variaciones que ocurren generalmente en los precios de los productos agropecuarios.

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions and activities. It emphasizes that proper record-keeping is essential for transparency and accountability, particularly in the context of financial reporting and auditing. This section also touches upon the legal requirements for record retention and the consequences of non-compliance.

2. The second part of the document addresses the challenges associated with data management and security. It highlights the need for robust security protocols to protect sensitive information from unauthorized access, loss, or theft. The text also discusses the importance of regular data backups and the implementation of disaster recovery plans to ensure business continuity in the event of a data breach or system failure.

3. The third part of the document focuses on the integration of technology in business operations. It explores how digital tools and automation can streamline processes, improve efficiency, and reduce operational costs. The text also discusses the importance of staying updated with the latest technological advancements and the role of IT support in ensuring the smooth functioning of digital systems.

4. The fourth part of the document discusses the importance of employee training and development. It emphasizes that investing in the skills and knowledge of the workforce is crucial for long-term success and competitiveness. The text also touches upon the benefits of continuous learning and the role of management in creating a supportive environment for employee growth.

5. The fifth part of the document addresses the importance of effective communication and collaboration within an organization. It highlights the need for clear communication channels and the role of leadership in fostering a culture of transparency and teamwork. The text also discusses the benefits of regular team meetings and the importance of listening to employee feedback.

6. The sixth part of the document discusses the importance of strategic planning and goal setting. It emphasizes that having a clear vision and strategic plan is essential for guiding the organization's growth and achieving its long-term objectives. The text also touches upon the importance of regular performance reviews and the role of key performance indicators (KPIs) in measuring progress and identifying areas for improvement.

sea las variaciones estacionales, las fluctuaciones cíclicas y las tendencias seculares. El tener en cuenta estos distintos tipos de movimientos y el comprenderlos cabalmente será de gran utilidad para programar en forma lo más ajustada a la realidad las diferentes actividades de comercialización de parte de los organismos públicos.

2.3.3. Acopio. Esta es una función física de primordial importancia en todo el proceso de comercialización, que afecta especialmente a los pequeños agricultores. Con el fin de conocer a fondo los pormenores de la problemática de la comercialización rural, es necesario incluir en esta sección la información relativa a los siguientes aspectos:

- a. Agentes que realizan el acopio. Estos agentes pueden ser los mismos agricultores, los transportadores-comerciantes, los acopiadores de oficio, los comerciantes locales, la entidad estatal, etc.
- b. Recorridos que se cubren durante el proceso de acopio. Estos recorridos o trayectos a veces son excesivamente largos y aún en ocasiones se dan casos de duplicación de un mismo trayecto, cuando el producto de un agricultor concurre a un mercado local "en busca de cargas enteras" para volver al lugar de origen.
- c. Medios y vehículos utilizados para el acopio y sus tarifas respectivas.
- d. Centros rurales de acopio y sus características.

El Cuadro N°13 contiene información acerca de las características de los principales centros de acopio naturales de la naranja en la zona de influencia de Bogotá, D.E., Colombia.

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. It emphasizes that proper record-keeping is essential for the integrity of the financial system and for the ability to detect and prevent fraud.

2. The second part of the document outlines the specific procedures that must be followed when recording transactions. It details the steps from the initial receipt of funds to the final entry in the accounting system, ensuring that every transaction is properly documented and verified.

3. The third part of the document addresses the role of internal controls in the financial reporting process. It explains how internal controls help to minimize the risk of errors and fraud, and how they contribute to the overall reliability of the financial statements.

4. The fourth part of the document discusses the importance of transparency and accountability in financial reporting. It highlights the need for clear communication and the availability of information to all stakeholders, as well as the responsibility of management to provide accurate and timely financial reports.

5. The fifth part of the document concludes by summarizing the key points discussed and reiterating the importance of adherence to these principles and procedures to ensure the highest quality of financial reporting.

6. The final part of the document provides a list of resources and references for further information on financial reporting and accounting practices. It includes links to relevant regulations, standards, and professional organizations, as well as contact information for the relevant departments.

Cuadro N° 1. INFORMACION SOBRE LOS PRINCIPALES CENTROS DE ACOPIO DE NARANJA MAS PROXIMOS A BCGOTA 1970 29.

Zona de Producción y/o acopio	Distancia a Bogotá (Kms.)	Estado de las vías	Variedad	Empaque	Volúmenes cosecha princip.	manejados Cosecha Secund.	Productores Acopiadores	Productos Mercado	Días de Comercialización	Precio (Precio Máximo)
	(Kms.)									\$
ALBAN	53	Amplia pavimen. (terroc)	-----	costal	-----	-----	Domingo Jueves	-----	-----	5.0
SAN ANTONIO	35	32 pav. 3 sin pavim. estrecho	-----	costal	-----	-----	Domingo	-----	-----	-----
LA FLORIDA	63	41 pavim. 22 sin pavim. Estrecho	-----	costal	-----	-----	Sábado	60	15	-----
CACHIPAY	70	41 pavim. 29 sin pavim. Estrecho	Washing. -Común	costal	7.200	-----	Martes Viernes Domingo	W=115 C=85	W=45 C=7,50	-----
REVENTONES		50 pavim. tramo sin paviment.	-----	costal	3.200	-----	-----	-----	15	-----
AGUA DE DIOS	90	A 21 Gi-rardot sin pav.	-----	costal	-----	-----	Jueves Domingo	-----	-----	-----
CHOACHI	38	21 sin pavim. estrecho	-----	costal	-----	-----	Alfonso Guevara E.Cotrino Mun.Choachi	-----	20	-----
PRADILLA		Pav.estr. costal	-----	costal	-----	-----	-----	40	15	-----
GUADUAS	126	amp.buen estado 41 pavim.	-----	costal	-----	-----	Jueves Domingo	-----	10	-----
LA ESPERANZA	89	48 sin pavim. estrecho	-----	costal	-----	-----	Domingo	75	10	-----

1/ W = Washington; C = Común  
Fuente: Corabastos Año 1970.

11-1-10

10

10/1/10

10/1/10

10/1/10

10/1/10

10/1/10

10/1/10

10/1/10

10/1/10

2.3.4. Almacenamiento. En esta sección es necesario distinguir entre instalaciones para almacenamiento a nivel rural y las instalaciones para almacenamiento en centros de distribución y/o de consumo.

Con relación a ambos tipos de instalaciones conviene presentar una descripción lo más completa posible acerca de los siguientes aspectos que caracterizan estas obras de infraestructura:

- a. Ubicación.
- b. Características de su construcción (materiales del piso, paredes, techos; si es bodega o silo; en caso de ser silo, si es de cemento o metálico, etc).
- c. Propiedad de estas instalaciones: si son públicas o privadas.
- d. Capacidad.
- e. Utilización.
- f. Tarifas corrientes para la prestación de servicios de almacenamiento y conservación de productos.

El Cuadro N°14 presenta un ejemplo de información sobre almacenamiento.

The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. It emphasizes that every entry should be supported by a valid receipt or invoice. This ensures transparency and allows for easy verification of the data. The text also mentions that regular audits are necessary to identify any discrepancies or errors in the accounting process.

Furthermore, it is noted that the accounting system should be designed to be user-friendly and efficient. This means that the software used should have a clear interface and provide all the necessary tools for data entry and analysis. The document also highlights the need for proper training of the staff involved in the accounting process to ensure they are up-to-date with the latest practices and technologies.

In addition, the document stresses the importance of data security. All financial information should be stored in a secure environment, protected by strong passwords and access controls. Regular backups should be performed to prevent data loss in case of a system failure or cyber attack. The text also mentions that the accounting system should be able to generate reports and summaries that are easy to understand and use for decision-making.

Finally, the document concludes by stating that a well-maintained accounting system is essential for the success of any business. It provides a clear picture of the company's financial health and helps in identifying areas for improvement. The text also mentions that the accounting system should be able to integrate with other business systems, such as CRM and HR, to provide a holistic view of the organization's operations.

The document also includes a section on the importance of staying up-to-date with the latest accounting standards and regulations. It mentions that the accounting system should be able to automatically update itself with the latest changes. The text also mentions that the accounting system should be able to generate reports and summaries that are easy to understand and use for decision-making.

Cuadro N°14. Ecuador. Capacidad de procesamiento de arroz por hora y almacenamiento a nivel provincial

PROVINCIA	CAPACIDAD PROCESAM. POR HORA/qq	CAPACIDAD ALMACENAM. qq	PORCENTAJE ALMACENAM. %
Guayas	6.732	1'499.241	83.25
Los Ríos	2.730	264.559	14.69
Manabí	513	20.304	1.13
El Oro	115	8.238	0.46
Esmeraldas	43	288	0.02
Pichincha	101	600	0.03
Loja	63	7.584	0.42
Azuay	15	----	----
Cañar	12	----	----
Bolívar	45	----	----
Chimborazo	6	----	----
TOTAL NACIONAL	10.375	1'800.795	100.0

FUENTE: Programa Nacional del Arroz.

ELABORADO POR: Departamento de Comercialización Agrícola MAG.

2.3.5. Transporte y vías de comunicación. En cuanto a las vías de comunicación, lo que es importante señalar aquí son por lo menos tres aspectos que caractericen la red vial disponible para la movilización de los productos que se analizan, a saber:



- a. Tipo de vía: camino vecinal, carretero "destapado", vía pavimentada.
- b. Estado de la vía. Por lo general, las vías rurales son "caminos de verano", debido a su deterioro durante las épocas de invierno.
- c. Longitud de estas vías.

En cuanto al transporte propiamente dicho, los siguientes aspectos caracterizan el tipo de transporte disponible:

- a. Tipos de vehículos comúnmente utilizados para la movilización de estos productos.
- b. Distancias de los trayectos cubiertos.
- c. Tarifas vigentes.
- d. Regularidad en la prestación de estos servicios de transporte.

2.3.6. Métodos de selección y clasificación. En esta sección se describe con algunos pormenores el sistema vigente de clasificación del producto de que se trate. No se requiere que las normas de clasificación sean las oficiales; basta que sean generalmente conocidas y sobre todo adoptadas en las transacciones comerciales. La presentación de esta información es de importancia definitiva para comprender a cabalidad muchos de los problemas de comercialización. Así, en muchos casos "los problemas de bajos precios al productor" realmente consisten en problemas de muy baja calidad del producto ofrecido en el mercado por parte del agricultor.

La descripción del sistema de clasificación de un producto es útil especialmente si se lo relaciona

[The page contains extremely faint and illegible text, likely bleed-through from the reverse side of the document. No specific content can be transcribed.]

con los precios correspondientes a cada grado de esta clasificación. Ello permitirá conocer hasta qué punto es rentable para el agricultor llevar a cabo la función de clasificación; además, permitirá establecer las bases del sistema oficial de clasificación.

2.3.7. Empaque y envasado. Para ilustrar este aspecto de la comercialización, el documento respectivo deberá distinguir entre los diferentes tipos de empaques utilizados, o sea los empaques para el manipuleo propiamente dicho (v.gr. sacos para la recolección del algodón, cantinas grandes de leche) y los empaques para la presentación, venta y distribución del producto (cartones parafinados de leche, bolsas plásticas, cajas de cartón, etc.). Es necesario además indicar el costo de tales empaques, ya que este ítem en muchos casos explica el alto costo de comercialización de un determinado producto.

2.3.8. Información de precios y mercados. Esta sección, que es de trascendental importancia para el funcionamiento de un buen sistema de comercialización, deberá indicar los siguientes aspectos del servicio de información de precios y mercados existentes en el país:

- a. Entidad que presta este servicio.
- b. Clase de información suministrada (datos sobre precios al productor, precios mayorista-detallista, precios al consumidor, precios de los mercados internacionales, existencias disponibles en el mercado interno, expectativas y pronósticos de producción, etc.)
- c. Frecuencia con que se suministra esta información (diario, semanal, mensual, trimestral, etc.).
- d. Medios de difusión utilizados (periódico, revista, radio,



televisión, boletines, etc.).

2.3.9. Investigación aplicada en mercadeo. En realidad, en esta sección no sería necesario entrar en un exceso de pormenores, ya que los datos consignados en otras secciones de este manual son el resultado del trabajo de investigación que se está llevando a cabo sobre la problemática de comercialización en el país.

2.3.10. Financiación de la comercialización. Aunque muchos autores no aceptan la financiación como una función auxiliar de la comercialización, sin embargo es innegable la importancia que reviste este servicio para impulsar mejoramientos sustanciales en el proceso de la comercialización.

Al respecto sería preciso indicar los siguientes puntos:

- a. Entidad o entidades financiadoras.
- b. Actividades de comercialización para las cuales es posible la financiación (transporte, almacenamiento, transformación, compra-venta, etc.).
- c. Condiciones de los préstamos.
- d. Intereses pagados por este tipo de crédito.

2.4. Breve evaluación de los programas oficiales de comercialización. Antes de entrar a formular un nuevo programa oficial de comercialización, se debería hacer un recuento de lo que se considere de mayor importancia con relación al desarrollo de programas oficiales anteriores en este campo. Es de gran utilidad destacar ante todo las causas por las cuales no se tuvo éxito en la ejecución de tales programas, a fin de evitar los mismos errores anteriores.

The first part of the report deals with the general situation in the country. It is noted that the economy is still in a state of depression, and that the government is struggling to meet its obligations. The report also mentions the need for a more efficient administration and the importance of maintaining law and order.

In the second part, the report discusses the financial situation. It is stated that the government's revenue is insufficient to cover its expenses, and that it is necessary to find new sources of income. The report also mentions the need to reduce government spending and to improve the efficiency of the public sector.

The third part of the report deals with the social situation. It is noted that the population is still suffering from the effects of the war, and that there is a need for social reforms. The report also mentions the importance of improving the education system and of providing better housing and health services.

In the fourth part, the report discusses the political situation. It is stated that the government is still struggling to maintain its authority, and that there is a need for a more stable political system. The report also mentions the importance of strengthening the institutions of the state and of improving the relationship between the government and the people.

The final part of the report is a conclusion. It is stated that the country is still in a state of transition, and that there is a need for a more comprehensive reform program. The report also mentions the importance of maintaining the unity of the country and of working towards a more prosperous and stable future.

### 3. RESUMEN DE LOS PRINCIPALES PROBLEMAS DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DEL PRODUCTO

En este capítulo no se trata naturalmente de repetir lo que se ha discutido en los capítulos anteriores, sino más bien de suministrar una apreciación general de la problemática de la producción/comercialización del producto, para lo cual es útil clasificar los problemas en las diferentes categorías mencionadas.

Los problemas de carácter tecnológico se referirán a los aspectos de calidad, clasificación, conservación a temperatura ambiente y temperatura controlada, almacenamiento, deshidratación, etc.

Los problemas de carácter económico se concretan en aspectos relativos a los costos y márgenes de comercialización, estructura del mercado y aspectos financieros.

Es importante hacer la observación que en el sistema de comercialización bien puede darse el caso de una máxima eficiencia tecnológica pero una mínima eficiencia económica.

Bajo el punto de vista social se enfoca hacia los grupos que de una u otra forma salen beneficiados del funcionamiento del sistema. Por lo general, son los pequeños agricultores individuales los que tradicionalmente tienen un ínfimo poder de negociación ante sus compradores, que frecuentemente están mejor informados y organizados. También es importante advertir que cualquier programa oficial de comercialización no necesariamente beneficia a los pequeños agricultores, ya que quienes tienden espontáneamente a beneficiarse de los servicios del Estado son los agricultores que operan en mayor escala.

1911  
1912  
1913

1914  
1915  
1916

1917  
1918

1919  
1920  
1921

1922  
1923  
1924

1925  
1926  
1927

1928  
1929  
1930

1931  
1932  
1933

1934  
1935  
1936

1937  
1938  
1939

Por último, en cuanto a los problemas institucionales, se tratará de hacer un balance entre las necesidades comprobadas de servicios oficiales de comercialización y los servicios existentes.

#### 4. ALTERNATIVAS Y LIMITACIONES PARA LA SOLUCION DE LOS PROBLEMAS

Aquí se trata de enunciar, en términos generales, cuáles serían las soluciones ideales a los problemas encontrados. En otros términos, se trata de plantear cuál sería la situación óptima en cuanto a la comercialización, a fin de conseguir los objetivos sociales y económicos del Gobierno. Posteriormente se enunciarán las limitaciones y/o barreras existentes para la adopción de las soluciones propuestas.

Con el fin de trazar planes y programas lo más ajustados a la realidad, convendrá enunciar, también en forma general, cuáles son los objetivos que desean alcanzarse a corto, mediano y largo plazo. Por ejemplo, la instalación de un pequeño centro de acopio es algo que puede lograrse en el muy corto plazo; establecer normas técnicas de clasificación es algo que podría lograrse en el mediano y largo plazo; pero "eliminar los intermediarios", "transformar el sistema de mercadeo", o "estabilizar los precios de los productos agrícolas" son situaciones que no pueden lograrse sino en el muy largo plazo.

#### 5. BASES DE LA POLITICA DE COMERCIALIZACION DE UN DETERMINADO PRODUCTO

##### 5.1. Objetivos

...the ... of ...  
...the ... of ...  
...the ... of ...

...the ... of ...  
...the ... of ...  
...the ... of ...

...the ... of ...  
...the ... of ...  
...the ... of ...

...the ... of ...  
...the ... of ...  
...the ... of ...

...the ... of ...  
...the ... of ...  
...the ... of ...

...the ... of ...  
...the ... of ...  
...the ... of ...

La primera tarea que debe realizarse para poder elaborar un sólido programa de comercialización es la de fijar adecuadamente los objetivos que se desee lograr. La falta de objetivos claros en estos programas constituye una de las fallas más graves y frecuentes por parte de los organismos encargados de estas funciones. Es de gran importancia caer en cuenta que en lo relativo a la fijación de objetivos, hay situaciones contradictorias que es necesario analizar cuidadosamente. Así, en cuanto a precios, los consumidores luchan denodadamente por conseguir artículos a mínimos precios, al paso que los productores propugnan por los precios más altos que les sea posible.

Por esta razón es de gran utilidad desglosar los objetivos generales en objetivos específicos y analizar posteriormente la consistencia de tales objetivos.

#### 5.1.1. Objetivos con respecto a los productores.

Los diferentes aspectos que sería necesario analizar al respecto son los siguientes:

- a. Son todos los productores del artículo en cuestión objeto del programa oficial? Sólo los agricultores beneficiados con los créditos del banco agrícola de fomento? O sólo aquellos agricultores que hayan sido objeto de otros programas de fomento de la producción del Ministerio de Agricultura?
- b. Se dará atención preferente a los grupos organizados de agricultores, en contraposición a los agricultores individuales?
- c. En lo que respecta al tamaño de las explotaciones, y cuando se trate de la intervención estatal, se fijará un límite

... ..  
... ..  
... ..

... ..  
... ..  
... ..

... ..  
... ..  
... ..

... ..  
... ..  
... ..

... ..  
... ..  
... ..

... ..  
... ..  
... ..

... ..  
... ..  
... ..

... ..  
... ..  
... ..

... ..  
... ..  
... ..

... ..  
... ..  
... ..

... ..  
... ..  
... ..

... ..  
... ..  
... ..

máximo al volumen que cada productor podrá entregar al organismo estatal, o se dejará entera libertad en este aspecto?

5.1.2. Objetivos en cuanto a zonas productoras.

La ejecución de buenos y efectivos programas oficiales de comercialización es uno de los instrumentos más eficaces para incentivar el desarrollo relativo de determinadas regiones geográficas de un país. El programa oficial de comercialización debe señalar claramente si se desea ofrecer incentivos no discriminatorios a todas las zonas productoras existentes en el país, o si, por el contrario, se desea impulsar de una manera especial el desarrollo de una determinada región, en razón de su tradicional atraso o por algunas otras razones políticas, económicas, sociales, estratégicas, etc. La decisión que se tome al respecto determinará la asignación de recursos físicos y económicos a estas regiones.

5.1.3. Objetivos con relación a los consumidores.

Especialmente cuando se trata de la comercialización de productos alimenticios, la adecuada organización y eficiente funcionamiento del sistema, a través de una buena intervención estatal, tiende a beneficiar a los consumidores en general en forma de bajos precios. Sin embargo, es preciso definir aquí si el objetivo es el de producir abundancia de alimentos de bajo precio a cualquier costo, incluyendo subsidios estatales, o si este objetivo habría que conseguirlo con varias restricciones.

5.1.4. Objetivos con relación a volúmenes.

Un objetivo que frecuentemente persigue el Gobierno es el de garantizar un volumen suficiente de producción y de existencias reguladoras, a fin de poder responder por un abastecimiento adecuado del producto, especialmente cuando se trata de productos

... ..

... ..

... ..

... ..

alimenticios. Por consiguiente, para determinar este punto será necesario estimar cuál es el volumen necesario para satisfacer las exigencias del consumo y fijar metas mínimas de producción.

5.1.5. Objetivo con relación a las calidades del producto. Frecuentemente se presenta el caso de que sólo un pequeño porcentaje del volumen comercializado de un determinado producto presenta la calidad requerida para su demanda industrial. Las causas de este fenómeno son de diversa índole: a veces consisten en el uso de variedades inapropiadas, a veces se debe a manejo inadecuado durante el período de post-cosecha, a la falta de equipo para su conservación, o sencillamente se debe a que las características físico-químicas del producto en sí no son las requeridas para el uso al cual estaría destinado.

El objetivo dentro del programa de comercialización podría ser de diferente naturaleza, a saber: a) fomentar la utilización de variedades mejoradas que den como resultado un producto de mejor calidad; b) fomentar prácticas más convenientes de manipuleo físico; c) facilitar la dotación de obras de infraestructura y de equipos adecuados para conservar mejor el producto.

Intimamente relacionado con el tópico de las calidades es el de la función de la clasificación. El objetivo en este sentido podría consistir en fomentar la práctica de la adecuada selección y clasificación entre los productores, con lo cual posiblemente podrían obtener mejores precios por sus productos, y sobre todo, poder entrar en convenios serios con sus clientes compradores.

5.1.6. Objetivos con relación a los precios. El diagnóstico deberá indicar cuáles son los problemas relacionados con los precios del producto, y a cuál nivel. Con frecuen-

...the ... of ...

cia se encuentra que el mayor problema consiste en niveles excesivamente bajos de precios al productor, los cuales no cubren ni siquiera sus costos de producción. En este caso, los organismos públicos estudiarán la necesidad de ajuste de precios mínimos de sustentación, además de la conveniencia de ampliar la intervención comercial oficial, a fin de favorecer un mayor número de productores. En otros casos, el problema no consiste propiamente en niveles bajos de precios al productor, sino en sus frecuentes y violentas fluctuaciones, entonces el objetivo se enfoca hacia la reducción de tales fluctuaciones, ya sea a través de una mejor programación en las siembras, el uso del almacenamiento oportuno, etc.

Pero, en términos generales, el problema de los precios más generalizados y de más difícil solución es el de conciliar los intereses de precios altos, por parte del productor, con la exigencia de precios siempre "justos" al consumidor. Evidentemente, no es fácil garantizar precios "congelados" de los productos de "la canasta familiar", y al mismo tiempo estimular al productor con precios crecientes que contrarresten el alza permanente en el costo de adquisición de sus insumos.

## 5.2. Metas

Como es obvio, las metas se relacionan estrictamente con los objetivos propuestos, y debe tenerse cuidado en no omitir el enunciado de estas metas, ya que sin ellas no es posible evaluar el resultado de los programas.

5.3. Naturaleza del producto propuesto. En esta sección se tratará de indicar en forma precisa y completa, en qué consiste y de qué elementos consta el programa de mejoramiento de la comercialización.



Por lo general, un programa oficial que propenda al mejoramiento del sistema de comercialización, considera algunos o todos los elementos que se puntualizan más adelante. Ello dependerá del producto, del estado de desarrollo del programa y de otros factores. Los elementos, o mecanismos, o instrumentos, son:

5.3.1. Investigación en comercialización. Sucede con mucha frecuencia, que el mayor problema de comercialización de un producto es la escasa información que se tiene sobre tal problema. En este caso, una acción muy importante que puede adelantar el sector público es el de montar un trabajo de investigación sistemática que permita tener resultados a plazos relativamente cortos. Esta acción en investigación por parte del Estado es tanto más necesaria, cuanto que su ejecución implica un alto costo que no puede ser cubierto por la empresa privada.

5.3.2. Programación técnica de las actividades oficiales en comercialización. En casi cualquier país funciona más de un organismo oficial que tiene asignadas responsabilidades en la comercialización. Sin embargo, no necesariamente sus actividades tienden a alcanzar objetivos comunes, por lo cual es necesario que un organismo de carácter nacional, y cuyas decisiones sean de carácter mandatario, planifique adecuadamente sus acciones.

5.3.3. Información de precios y mercados. Con alta probabilidad, se consiguen mayores beneficios especialmente para pequeños productores a través de sencillos, pero bien adaptados y constantes programas de información de precios y mercados, que a través de costosos y ruidosos programas de intervención directa comercial por parte del Estado.

...the ... of ...  
...the ... of ...  
...the ... of ...  
...the ... of ...

...the ... of ...  
...the ... of ...  
...the ... of ...  
...the ... of ...  
...the ... of ...  
...the ... of ...

...the ... of ...  
...the ... of ...  
...the ... of ...  
...the ... of ...  
...the ... of ...  
...the ... of ...

...the ... of ...  
...the ... of ...  
...the ... of ...  
...the ... of ...  
...the ... of ...  
...the ... of ...

En el enunciado del programa de información deben incluirse por lo menos los siguientes aspectos:

- a. Cuál es la entidad que suministrará el servicio?
- b. Sobre cuáles aspectos versará la información?
- c. Cuándo se dará esta información?
- d. A qué clase de público?
- e. A través de cuáles medios?

5.3.4. Fomento de mejores prácticas de comercialización. Tradicionalmente se ha creído que los diferentes participantes en el proceso de mercadeo van en forma espontánea adoptando cada vez mejores y más modernas prácticas de comercialización. Eso no es necesariamente cierto, y por el contrario, la experiencia está indicando que la comercialización se hace casi siempre a base de prácticas obsoletas e ineficientes.

En consecuencia, el programa oficial de comercialización debería incluir actividades tendientes a la adopción de prácticas mejoradas como las que se enumeran a continuación:

- a. Mejores procedimientos para realizar la cosecha del producto.
- b. Procedimientos adecuados para la selección y clasificación.
- c. Utilización de empaques adecuados, económicos y posiblemente re-usables.
- d. Utilización de vehículos más económicos, o uso más racional de los mismos.
- e. Utilización de instalaciones y equipos más funcionales

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

para el almacenamiento y conservación del producto.

- f. Adopción de modernas prácticas de administración de empresas comerciales.
- g. Formación de diferentes empresas comerciales que contribuyan a resolver problemas sentidos.
- h. Formación de grupos organizados de productores con fines de comercialización.

Como puede apreciarse, la acción del Estado bien puede dejar de ser lo que tradicionalmente se considera que debería ser ("controlar la especulación", castigar a los "acaparadores", "eliminar a los intermediarios" y cosas por el estilo), para convertirse en algo positivo, coadyuvante y dinámico.

#### 5.3.5. Asistencia técnica en comercialización.

Casi sin excepción, países con programas agropecuarios intensivos contemplan entre sus programas de atención al agricultor aquellos rubros relacionados exclusivamente con aspectos de la producción propiamente dicha (semillas, métodos de siembra, cultivo), pero se excluye invariablemente la instrucción acerca de cómo cosechar mejor, cómo limpiar el producto, como almacenarlo, seleccionarlo, empacarlo y en fin, acondicionarlo para su mejor cuenta.

Un aspecto de gran importancia en este sentido es el de enseñar al agricultor la manera práctica de utilizar fácil, oportuna y eficazmente los servicios que le brinda el Estado en comercialización.

#### 5.3.6. Coordinación de las acciones en comercialización llevadas a cabo por diferentes organismos.



Este es quizá uno de los aspectos más difíciles de lograr en el desarrollo de un programa, pero del cual depende en gran parte la productiva utilización de los recursos públicos.

El programa debe indicar con toda claridad cuál es la entidad que coordinará las diferentes actividades, en qué consistirá esta coordinación y cómo se llevará ésta a cabo efectivamente.

5.3.7. Control y evaluación de la comercialización. Por esta expresión se entiende aquí la evaluación sistemática que se debe hacer de los principales fenómenos comerciales y de la adopción de medidas correctivas correspondientes. Entre los fenómenos más importantes se pueden mencionar los siguientes:

- a. Niveles de precios al productor.
- b. Niveles de precios al consumidor.
- c. Existencias en el mercado.
- d. Existencias reguladoras oficiales.
- e. Fenómenos de frecuente ocurrencia en los mercados internacionales del producto.

El programa deberá indicar claramente en qué consistirá el control, qué entidad lo hará, qué métodos utilizará para realizar el control y en qué fechas críticas.

5.3.8. Intervención comercial directa por parte del sector público. En muchos casos, el diagnóstico de la comercialización de un producto determinado indica la conveniencia y

...the ... of ...

aún la necesidad de intervención directa de tipo comercial por parte del organismo oficial correspondiente. En términos generales, tal intervención se justifica en aquellos casos de monopolios y/o monopsonios, oligopolios y/o oligopsonios en el mercado de un determinado producto. Por otro lado, también se justifica la intervención estatal en aquellos casos en que la empresa privada carece de los recursos suficientes para desempeñar adecuadamente sus funciones (especialmente cuando se requieren grandes inversiones de capital).

La intervención estatal en la comercialización puede presentar varias modalidades: a) intervención en la compra, con el fin de regular (casi siempre reforzando) la demanda y con esto contribuir a mantener precios relativamente altos al productor; b) intervención en la venta, con el fin de regular la oferta (haciéndola más estable) y con ello contribuir a evitar situaciones de escasez y altos precios al consumidor; c) intervención en el comercio exterior, ya sea importando o exportando, con el fin de regular los mercados domésticos.

Cuando se incluya la intervención directa comercial del Estado en la comercialización, es preciso determinar con exactitud los siguientes aspectos:

- a. Cuál es realmente el objetivo de la intervención.
- b. Cuáles son los elementos, dentro del diagnóstico, que justifican esta intervención.
- c. Cuál es la magnitud de esta intervención y por qué? Es decir, si se señala la necesidad de que el organismo oficial intervenga en la compra de un producto a los agricultores, es preciso indicar qué porcentaje del volumen comercializado va a ser afectado por tal intervención.



- d. Cuáles son los mecanismos de que se valdrá el organismo oficial, a fin de garantizar que los presuntos beneficiarios sean realmente los que se beneficien del programa propuesto.
- c. Cuál es el costo de la intervención?
- f. Cuáles son los recursos con los que cuenta el organismo oficial para realizar esta intervención? (Hay que recordar que para poder llevar a cabo este tipo de operación, el organismo oficial requiere de sólidos recursos humanos con muy buen entrenamiento a diferentes niveles, suficientes recursos financieros, suficientes y funcionales instalaciones y equipos).

5.3.9. Capacitación de personal en comercialización. La ejecución de las diferentes actividades que componen el programa de comercialización requiere la disponibilidad de personal nacional a los niveles técnicos, operacionales y administrativos con suficiente conocimiento y destreza para desempeñar adecuadamente sus funciones. El supuesto de que exista la disponibilidad casi nunca corresponde a la realidad por lo que es preciso incluir este importante aspecto en los programas oficiales de comercialización.

5.3.10. Construcción de obras de infraestructura. La construcción de obras de infraestructura para la comercialización puede presentar características muy distintas, según el caso de que se trate. En productos agrícolas durables, como granos y similares, las instalaciones incluyen pequeñas bodegas de acopio rural, bodegas grandes en centros de distribución y consumo, swlos metálicos y silos de hormigón. En productos perecederos las instalaciones más comúnmente utilizadas son cámaras frigoríficas. En productos pecuarios el Estado hace con frecuencia importantes inversiones en mataderos frigoríficos para faenamiento de ganado bovino y porcino.



Para el mejoramiento del sistema de distribución urbana de alimentos, las autoridades comúnmente forman empresas de economía mixta para emprender la construcción de centrales mayoristas de abastecimiento, las cuales demandan por lo general inversiones que rebasan las posibilidades financieras de la empresa simplemente privada.

Con respecto a este tipo de programa de construcción de obras de infraestructura física de comercialización es indispensable tener muy en cuenta que tales obras por sí solas en poco o nada contribuyen a mejorar el sistema de comercialización, a no ser que vayan acompañadas de otros programas que sí van directamente encaminados a inducir y propiciar cambios importantes en las prácticas de la comercialización.

Casi sin excepción, los países latinoamericanos cuentan con experiencias de impresionantes y costosas obras de infraestructura que no llegan a utilizarse o se utilizan en un porcentaje mínimo. El problema en tales casos es la falta de flexibilidad y versatilidad en el uso de las mismas.

5.4. Organismos oficiales que intervendrán en el programa y sus responsabilidades específicas. En esta sección se indicará cuáles son los organismos públicos que participarán en la ejecución del programa, con el señalamiento de las actividades específicas que ejecutará cada una de ellas. Aunque habrá necesidad de entrar en pormenores sobre la actuación que corresponde a cada organismo, será de gran conveniencia indicar en un cuadro sinóptico cuáles son los organismos participantes y cuáles sus respectivos campos de acción. Así por ejemplo, para el caso del maíz en el Ecuador, el cuadro sinóptico correspondiente podría ser como sigue:

It is a well-known fact that the world is a vast and diverse place, with many different cultures and languages. This diversity is one of our greatest strengths, and it is important that we embrace and celebrate it. In our globalized world, we need to find ways to connect and understand each other, despite our differences. This is not always an easy task, but it is one that we must undertake if we are to build a more peaceful and harmonious world.

One of the key challenges we face in our globalized world is the issue of communication. While we have made great strides in technology, which has allowed us to connect with people from all over the world, we often struggle to truly understand each other. Language barriers, cultural differences, and time zone issues can all make it difficult to have meaningful conversations. However, it is through these challenges that we can learn the most about ourselves and the world around us. We must be patient and open-minded, and we must be willing to listen and learn from each other.

Another important aspect of our globalized world is the issue of inequality. While we have made significant progress in reducing poverty and improving living standards in many parts of the world, there is still a large gap between the rich and the poor. This inequality is not only a moral issue, but it is also a practical one. When a large portion of the world's population is living in poverty, it is difficult to build a stable and prosperous global economy. We need to find ways to address this inequality, and we need to do so in a way that is fair and just for everyone.

Finally, we must also consider the issue of environmental sustainability. Our globalized world has led to a massive increase in the consumption of resources, and this has had a devastating impact on our planet. We are depleting our natural resources, and we are contributing to climate change. This is a global problem, and it requires a global solution. We need to find ways to reduce our carbon footprint, and we need to do so in a way that does not compromise our economic growth or our quality of life. This is a challenge that we must all face, and it is one that we must take seriously. We need to work together to find a way forward, and we need to do so in a way that is sustainable for the future.

Cuadro N° 15. ECUADOR. Programa de comercialización de Maíz Amarillo - 1977

Funciones y Responsabilidades	Direc. Planeación MAG	Direc. Des. Agrícola/MAG (PNAM)	Direc. Comercialización	Dirección Rural	ENAC	Superintend. Rurales	Unidad. Precio; Operat.
Planificación y Programación de Comercializ.	Cooperación	Cooperación	Principal Respons.	----	Coop.		
Recolección de estadísticas de producción	Dpto. de Estadist.	Cooperación	----	----	----		
Recolección de estadísticas de precios	----	Cooperación	Analiza Precios	----	----		Princip. respons.
Investigación en Comercialización	----	----	Dpto. de Com. Agri.	----	----		
Asist. Técnica product. en Comercialización	----	PNAM coopera	Diseña proyectos y métodos	Cooperación	Cooperación		Y
Información precios y mercados		PNAM coopera para dif.	Establece y dirige program.	Cooperación difus.	Cooperación difus.		Difunden informa.
Prestación serv. en comercialización	----	----	Programa y dirige	Fomenta utiliz.	Almac., secam.,		X
Interv. Comerc. Oficial	----	----	----	----	X		----
Fomento organizac. rural. para la comercializac.	----	Cooperación	Programa	Cooperación	----		Principal Responsab.
Fijación de Precios	----	----	Cooperación	----	----		Princ. resp. X



### 5.5. Zonificación del programa

En esta sección se trata de indicar la forma en que se va a aplicar el programa propuesto de comercialización, pero no ya a nivel nacional, sino por zonas productoras importantes. Se cree que de este modo se evitará el problema muy generalizado de atender en forma exclusiva y discriminatoria ciertas zonas agrícolas del país, mientras que otras quedan abandonadas.

La presentación esquemática de un proyecto zonal de comercialización podría adoptar la siguiente forma:

Proyecto de Comercialización de maíz en la Zona "Número 10"

#### I. Características

- a. Superficie total agrícola: 2.000 Has.
- b. Superficie sembrada de maíz: 1.500 Has.
- c. Variedades sembradas: INIAP 515
- d. Rendimientos promedios: 1.5 TM/Ha.
- e. Volumen estimado de producción: 2.250 T.M.
- f. Canales de comercialización: tradicionales
- g. Instalaciones disponibles: ninguna
- h. Epocas de cosecha: Noviembre-Diciembre
- i. Principales problemas de comercialización:
  - Bajos precios al productor
  - Altas pérdidas físicas
  - Falta de almacenamiento
  - Desconocimiento de métodos adecuados de manipuleo por parte de los agricultores

THE UNIVERSITY OF CHICAGO

THE UNIVERSITY OF CHICAGO  
DIVISION OF THE PHYSICAL SCIENCES  
DEPARTMENT OF CHEMISTRY  
5712 SOUTH UNIVERSITY AVENUE  
CHICAGO, ILLINOIS 60637

RESEARCH REPORT

NO. 1234

BY

DR. J. D. BROWN

1965

1965

1965

1965

1965

1965

1965

1965

II. Síntesis del proyecto. Actividades que se desarrollarán:

- a. Asistencia técnica a los productores
- b. Apertura de un puesto móvil de compra durante la cosecha.
- c. Prestación de servicios de desgrane, secamiento y limpieza
- d. Apoyo a las organizaciones existentes de productores con fines de comercialización
- e. Difusión de noticias sobre precios y mercados del maíz.

5.6. Control y evaluación del programa

En esta sección se indicará la forma en que se evaluará sistemáticamente el desarrollo del programa propuesto. No bastará con señalar la entidad que desempeñará esta función, sino los mecanismos que utilizará para llevarlo a cabo. Con esto se pretende evitar el deterioro progresivo de la situación de los problemas, debido a que no es posible diagnosticar a tiempo las irregularidades que se están presentando. Los aspectos que comúnmente aparecen de mayor importancia para esta evaluación son los siguientes:

- a. Comportamiento de los precios a nivel de productor, mercados mayoristas y al consumidor.
- b. Verificación de volúmenes de existencias del producto en el país y particularmente de los volúmenes de las existencias reguladoras previstas.
- c. Verificación de las condiciones imperantes en los mercados internacionales del producto.

11. What is the difference between a primary and a secondary cell?

Primary cell: A cell that is designed to be used once and then discarded. It cannot be recharged.

Secondary cell: A cell that can be recharged and used repeatedly.

12. What is the difference between a lead-acid battery and a nickel-cadmium battery?

Lead-acid battery: A type of secondary cell that is commonly used in automobiles. It is made of lead and sulfuric acid.

Nickel-cadmium battery: A type of secondary cell that is commonly used in portable electronic devices. It is made of nickel and cadmium.

13. What is the difference between a primary and a secondary cell?

Primary cell: A cell that is designed to be used once and then discarded. It cannot be recharged.

Secondary cell: A cell that can be recharged and used repeatedly. It is made of lead and sulfuric acid.

14. What is the difference between a lead-acid battery and a nickel-cadmium battery?

Lead-acid battery: A type of secondary cell that is commonly used in automobiles. It is made of lead and sulfuric acid.

Nickel-cadmium battery: A type of secondary cell that is commonly used in portable electronic devices. It is made of nickel and cadmium.

15. What is the difference between a primary and a secondary cell?

Primary cell: A cell that is designed to be used once and then discarded. It cannot be recharged.

Secondary cell: A cell that can be recharged and used repeatedly. It is made of lead and sulfuric acid.

16. What is the difference between a lead-acid battery and a nickel-cadmium battery?

Lead-acid battery: A type of secondary cell that is commonly used in automobiles. It is made of lead and sulfuric acid.

Nickel-cadmium battery: A type of secondary cell that is commonly used in portable electronic devices. It is made of nickel and cadmium.

- d. Cumplimiento de objetivos y metas por parte de los organismos oficiales participantes.

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

A N E X O N° 1

RECOMENDACIONES PARA MEJORAR EL SISTEMA DE COMER-  
CIALIZACION DEL ARROZ EN EL ECUADOR

1. Introduction

The purpose of this study is to investigate the effects of the proposed system on the performance of the participants. The study was conducted in a laboratory setting and involved a group of 20 participants. The results of the study are presented in the following sections.

RECOMENDACIONES PARA MEJORAR EL SISTEMA DE  
COMERCIALIZACION DEL ARROZ EN EL ECUADOR

1. RECOMENDACIONES GENERALES

1.1. Realizar todos los esfuerzos posibles para programar, ejecutar y evaluar armónicamente las actividades que se enumeran más adelante con la participación de los organismos públicos del sector agropecuario. Estos organismos son:

- a. La Dirección de Comercialización y Empresas de la DGC/MAG, y específicamente el Departamento de Comercialización Agrícola de la misma, que será el principal responsable de la programación, coordinación y evaluación.
- b. El Programa Nacional de Arroz y Maíz.
- c. ENAC.
- d. La Superintendencia de Precios.
- e. ENPROVIT.

1.2. Realizar la programación y ejecución de las actividades de comercialización no solamente a nivel nacional sino por zonas productoras, tal como se detallan en el contexto de este informe.

1.3. Dar prioridad a la solución de los problemas de comercialización a nivel rural.

THE NATIONAL BUREAU OF INVESTIGATION  
UNITED STATES DEPARTMENT OF JUSTICE

MEMORANDUM FOR THE DIRECTOR

Reference is made to the report of Special Agent in Charge [Name] dated [Date] at [Location] and to the report of Special Agent in Charge [Name] dated [Date] at [Location]. The above reports contain information regarding the activities of [Name] and [Name] in the [City] area.

It is noted that the above information was obtained from the files of the [Agency] and is being furnished to you for your information. It is suggested that you advise the [Agency] of any further information you may obtain regarding the activities of [Name] and [Name].

Very truly yours,  
[Signature]

Special Agent in Charge

Enclosed for you are two copies of a report of Special Agent in Charge [Name] dated [Date] at [Location]. The report contains information regarding the activities of [Name] and [Name] in the [City] area.

Very truly yours,  
[Signature]

1.4. Identificar, entre los mecanismos o instrumentos para mejorar al sistema de comercialización, aquellos que requieran de mínima inversión por parte del Estado, en contraposición a aquellos que exijan cuantiosas inversiones fijas (instalaciones de silos, equipos, etc.).

## 2. RECOMENDACIONES ESPECIFICAS

### 2.1. Estadísticas

Elaborar un proyecto especial tendiente a mejorar el sistema de recolección, análisis y difusión de las estadísticas relativas a la producción, comercialización y utilización del arroz en el país. En lo relativo a estas estadísticas se considera de suma importancia incluir estadísticas relativas a los precios reales del mercado pagados al productor, adicionalmente a los precios oficiales establecidos por la Superintendencia de Precios. Este Proyecto será elaborado bajo la responsabilidad principal del Departamento de Comercialización Agrícola de la DGC y con la cooperación de ENAC, Superintendencia de Precios, ENPROVIT y el PNAM.

### 2.2. Servicio de Información de Precios y Mercados

Establecer a la mayor brevedad posible un servicio de información de precios y condiciones del mercado del arroz en el Ecuador que reúna las siguientes características:

a. Oportuno (al menos una vez semanal).



- b. Veráz.
- c. De amplio cubrimiento nacional.
- d. De difusión efectiva, particularmente a los agricultores.

2.3. Servicio de Asistencia Técnica en Comercialización

El Ministro de Agricultura a través del mecanismo que considere más conveniente y efectivo proporcionará a los agricultores en general, pero especialmente a los pequeños y medianos productores, un nuevo servicio de asistencia técnica en lo relativo a las prácticas de cosecha, manejo, conservación, almacenamiento y venta del arroz, Para ello el Departamento de Comercialización Agrícola, en cooperación con ENAC, el PNAM y la Dirección de Desarrollo Rural, tratarán de establecer centros demostrativos en las zonas rurales a través de los cuales se pueda instruir a los agricultores sobre las prácticas más aconsejables para el manipuleo físico de este producto. Estos centros demostrativos estarán dotados de las instalaciones y equipos mínimos necesarios para la recepción, peaje y clasificación del arroz.

2.4. Promoción de grupos organizados con fines de comercialización

El Departamento de Comercialización Agrícola de la DGC establecerá las pautas para la conformación más adecuada de grupos productores con fines de comercialización. Para ello realizará un proyecto

1880

THE UNIVERSITY OF CHICAGO

PHILOSOPHY DEPARTMENT

18

THE UNIVERSITY OF CHICAGO

PHILOSOPHY DEPARTMENT

PHILOSOPHY DEPARTMENT

especial de investigación sobre estos grupos, sus características, sus requisitos mínimos y promoverá su formación en algunas zonas previamente seleccionadas. Esta labor de promoción de grupos organizados deberá contar con la cooperación de la Dirección de Desarrollo Rural.

#### 2.5. Mejoramiento de las Piladoras

Es preciso obligar a las piladoras existentes en el país a ampliar su capacidad de almacenamiento, especialmente de arroz en cáscara y a mejorar la dotación de los equipos necesarios para realizar un proceso de recepción del arroz en cáscara que se sujete a los requisitos exigidos por la Dirección de Comercialización.

#### 2.6. Almacenamiento

Establecer por parte de la Dirección de Comercialización y el PNAM un conjunto de normas de carácter obligatorio en cuanto al almacenaje y conservación del grano, tanto de cáscara como de arroz pilado. Para lograr que estas normas sean adoptadas universalmente, el PNAM suministrará un servicio de asistencia técnica a las piladoras.

#### 2.7. Prácticas de Compra-Venta

Reconociendo que una de las fallas fundamentales del sistema de comercialización de arroz radica en el caótico proceso de recepción del arroz en cáscara por parte de las piladoras, se considera urgente

The first part of the report deals with the general situation of the country and the position of the various groups. It is followed by a detailed account of the events of the past few days, and a description of the current state of affairs. The report concludes with some suggestions for the future.

REPORT ON THE SITUATION IN THE COUNTRY

The situation in the country is generally stable, but there are some signs of tension. The government has taken steps to maintain order, and the people are generally satisfied with the current situation. However, there are some concerns about the future, and it is important to remain vigilant.

CONCLUSIONS

In conclusion, the situation in the country is generally stable, but there are some signs of tension. The government has taken steps to maintain order, and the people are generally satisfied with the current situation. However, there are some concerns about the future, and it is important to remain vigilant.

APPENDIX A: LIST OF NAMES

The following is a list of the names of the individuals mentioned in the report. This list is provided for reference purposes only.

la elaboración de un manual de normas obligatorias para uso de las piladoras. Será competencia del Departamento de Comercialización Agrícola de la DGC y del PNAM la amplia difusión de este manual para su conocimiento por parte de todos los productores de arroz.

## 2.8. Intervención de ENAC

Ante todo se recomienda que para sus futuras intervenciones comerciales, ENAC tenga en cuenta la experiencia lograda a través de los años anteriores (1974-1976), para corregir las fallas que se han observado. En particular se recomienda que ENAC realice su intervención teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- a. Que la intervención que vaya a hacer sea anunciada con la debida anticipación al período de siembras. Exactamente se recomienda que el plan de compras con todas sus aplicaciones sea anunciado por ENAC al menos con 30 días de anticipación al período de la siembra.
- b. Que la intervención sea realizada en todas las principales zonas productoras a fin de evitar desequilibrios regionales.
- c. Que las normas de compra contempladas por el organismo se ajusten con mayor realismo a las condiciones del producto cosechado por el agricultor.

...the ... of ...  
 ...the ... of ...  
 ...the ... of ...  
 ...the ... of ...

**DEPARTMENT OF ...**

...the ... of ...  
 ...the ... of ...  
 ...the ... of ...  
 ...the ... of ...

...the ... of ...  
 ...the ... of ...  
 ...the ... of ...  
 ...the ... of ...

...the ... of ...  
 ...the ... of ...  
 ...the ... of ...  
 ...the ... of ...

...the ... of ...  
 ...the ... of ...  
 ...the ... of ...  
 ...the ... of ...

- d. Que en el proceso de compra se dé prioridad en cuanto sea posible a los grupos organizados de agricultores.
- e. Que la programación de sus actividades se realice de acuerdo con las diferentes zonas productoras identificadas en este informe.
- f. Que ENAC preste mayor atención a la adopción de mejores métodos de conservación y almacenamiento del producto para evitar pérdidas físicas, para lo cual deberá desarrollar sistemáticamente un programa de capacitación de su personal, especialmente a nivel operativo. En este sentido se recomienda adoptar medidas efectivas para mejorar las instalaciones, equipos y uso de los mismos en la Piladora Modelo.
- g. Que ENAC considere la posibilidad no sólo de intervenir directamente en la compra-venta del producto, sino en la prestación de servicios de comercialización al agricultor, tales como secamiento, clasificación y almacenamiento.

#### 2.9. Almacenamiento con pignoración

Considerando que uno de los problemas de mayor gravedad que afronta el productor de arroz, es la falta de capacidad de almacenamiento del grano, una vez cosechado, se recomienda que algún organismo estatal o semi-estatal (por ejemplo la Comisión de Valores-Corporación Financiera Nacional) preste un servicio de almacenamiento del producto con la pignoración del mismo. Este servicio reducirá la presión contra los

...to the ...  
...  
...

...  
...  
...

...  
...  
...  
...  
...  
...  
...  
...  
...  
...  
...

...  
...  
...  
...  
...  
...

... ..

...  
...  
...  
...  
...  
...  
...  
...  
...  
...  
...

escasos recursos disponibles de ENAC en tiempo de cosecha y ofrecerá al productor la facilidad de financiarse a través de su producto cosechado. Se recomienda así mismo, programar instalaciones para el almacenamiento del arroz, no exclusivamente en los centros de distribución y consumo, sino también programar pequeños, sencillos, funcionales y pocas costosas instalaciones a nivel rural.

2.10. Comercialización de semillas mejoradas

Se considera urgente dotar a la Empresa Nacional de Semillas de los recursos suficientes para producir y distribuir en cantidades suficientes, las semillas mejoradas de arroz en todas las principales zonas productoras. Será de competencia del PNAM la promoción de estas semillas mejoradas entre los agricultores.

2.11. Investigaciones aplicadas al mercadeo

Se considera necesario destinar recursos suficientes para realizar investigaciones sobre problemas de comercialización del arroz y particularmente sobre los siguientes aspectos:

- a. Canales de comercialización
- b. Estructura del mercado
- c. Prácticas de comercialización (compra-venta, acopio, almacenamiento, conservación, fumigación, etc.).



## 2.12. Abastecimiento Interno

El comportamiento de las variables de producción, rendimiento y superficie sembrada, como se desprende del diagnóstico precedente, acusan una marcada irregularidad durante el período considerado (1954-1976). Las tendencias en la producción del arroz no garantizan un abastecimiento seguro y suficiente de este producto de consumo popular masivo en el Ecuador, y por consiguiente se considera necesario programar en forma más adecuada los incentivos que regularmente estimulan a los agricultores a la mayor o menor producción de arroz; particularmente se recomienda tomar en cuenta las siguientes cifras para la programación ordenada de la superficie a sembrarse de arroz.

### CALCULO DE LA SUPERFICIE DE ARROZ NECESARIA PARA PRODUCIR LOS VOLUMENES REQUERIDOS POR EL CONSUMO NACIONAL

#### Año 1977

1. Consumo Nacional Mensual	274.275 qq.
2. Consumo Nacional Anual	3'291.300 qq
3. Consumo Nacional Anual	149.605 T.M.
4. <u>149.605 T.M. Arroz Pilado</u>	249.342 arroz paddy
0.60	
5. Cantidad de arroz paddy a producirse teniendo en cuenta un 14% de pérdidas como promedio por pérdidas físicas en el campo, consumo del agricultor y semilla	
249.342 T.M. x 1.14	= 284.250 T.M.

The first part of the book is devoted to a general introduction to the theory of the firm. It begins with a discussion of the basic concepts of the firm, such as the firm as a collection of resources, the firm as a collection of activities, and the firm as a collection of people. It then discusses the firm's objectives, its structure, and its behavior. The second part of the book is devoted to a detailed analysis of the firm's production process. It begins with a discussion of the firm's production function, its cost function, and its profit function. It then discusses the firm's input-output relationships, its factor prices, and its market structure. The third part of the book is devoted to a detailed analysis of the firm's financing and investment decisions. It begins with a discussion of the firm's capital structure, its investment opportunities, and its risk management. It then discusses the firm's financing decisions, its investment decisions, and its risk management decisions. The fourth part of the book is devoted to a detailed analysis of the firm's strategic decisions. It begins with a discussion of the firm's competitive strategy, its market entry strategy, and its exit strategy. It then discusses the firm's strategic decisions, its market entry decisions, and its exit decisions.

The book is written in a clear and concise style, and it is suitable for use as a textbook in a graduate course in industrial organization. It is also suitable for use as a reference work for researchers in the field. The book is divided into four parts, each of which is devoted to a different aspect of the theory of the firm. The first part is devoted to a general introduction to the theory of the firm, the second part to a detailed analysis of the firm's production process, the third part to a detailed analysis of the firm's financing and investment decisions, and the fourth part to a detailed analysis of the firm's strategic decisions.

The book is written in a clear and concise style, and it is suitable for use as a textbook in a graduate course in industrial organization. It is also suitable for use as a reference work for researchers in the field. The book is divided into four parts, each of which is devoted to a different aspect of the theory of the firm. The first part is devoted to a general introduction to the theory of the firm, the second part to a detailed analysis of the firm's production process, the third part to a detailed analysis of the firm's financing and investment decisions, and the fourth part to a detailed analysis of the firm's strategic decisions.

6. Superficie necesaria para producir esta cantidad, tomando en cuenta que el rendimiento promedio por hectárea es de 3.00 T.M.

$$\frac{284.250}{3} = 94.750 \text{ Ha.}$$

7. Cantidad de semilla requerida: 62.5 Kg/ha.

$$94.750 \times 62.5 = 5.922 \text{ T.M.}$$

8. Cantidad total a producirse incluyendo semilla:

284.250 T.M.

5.922 T.M.

TOT. 290.172 T.M. Arroz Paddy

9. Superficie total necesaria:

$$\frac{290.172 \text{ T.M.}}{3.0 \text{ (T.M. REND)}} = 96.725 \text{ Has.}$$

3.0 (T.M. REND)

### 2.13. Política específica con relación a los precios

- a. El MAG asignará suficientes recursos económicos y humanos para realizar las investigaciones necesarias para detectar sistemáticamente la situación en cuanto se refiere a los precios pagados efectivamente al productor de arroz en cáscara.
- b. El MAG mantendrá un trabajo permanente de análisis de estos precios, con el fin de tomar oportunamente las medidas que considere adecuadas para corregir las irregularidades del mercado.

1. The first part of the document is a list of names and addresses of the members of the committee.

2. The second part of the document is a list of names and addresses of the members of the committee.

3. The third part of the document is a list of names and addresses of the members of the committee.

4. The fourth part of the document is a list of names and addresses of the members of the committee.

5. The fifth part of the document is a list of names and addresses of the members of the committee.

6. The sixth part of the document is a list of names and addresses of the members of the committee.

7. The seventh part of the document is a list of names and addresses of the members of the committee.

8. The eighth part of the document is a list of names and addresses of the members of the committee.

9. The ninth part of the document is a list of names and addresses of the members of the committee.

10. The tenth part of the document is a list of names and addresses of the members of the committee.

11. The eleventh part of the document is a list of names and addresses of the members of the committee.

12. The twelfth part of the document is a list of names and addresses of the members of the committee.

13. The thirteenth part of the document is a list of names and addresses of the members of the committee.

14. The fourteenth part of the document is a list of names and addresses of the members of the committee.

15. The fifteenth part of the document is a list of names and addresses of the members of the committee.

- c. El MAG establecerá como política fundamental en cuanto a los precios la intervención estatal a tres diferentes niveles, a saber: Precios al productor, precios de venta mayorista/detallista y precios al consumidor final.
- d. La intervención estatal a nivel de productor la hará principalmente a través de la compra-venta de ENAC y de servicios complementarios de almacenamiento, a fin de reducir la presión de la oferta excesiva de tiempo de cosecha (meses de Junio y Julio). En consecuencia, esta intervención deberá ser oportuna (inclusive deberá anunciarse con la debida anticipación), bien ubicada por zonas y hacerse en volúmenes suficientes.
- e. La intervención a nivel mayorista/detallista se hará a través de las ventas en el mercado por parte de ENAC. Es muy importante que esta entidad mantenga un volumen de existencias reguladoras suficientes para abastecer el mercado al menos durante tres meses y que también anuncie públicamente la existencia de los mismos.
- f. La intervención a nivel del consumidor se hará a través de las ventas directas de ENPROVIT al público, garantizando un abastecimiento suficiente en todos los principales mercados consumidores del país a precios estables.
- g. Para la determinación de los precios a nivel de productor, el MAG tendrá en cuenta las siguientes variables:

1. The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. It emphasizes that proper record-keeping is essential for the integrity of the financial system and for the ability to detect and prevent fraud.

2. The second part of the document outlines the various methods used to collect and analyze data. It describes the use of statistical techniques to identify trends and anomalies in the data, and the importance of using reliable sources of information.

3. The third part of the document discusses the role of the auditor in the process. It explains that the auditor's primary responsibility is to provide an independent and objective assessment of the financial statements, and to ensure that they are prepared in accordance with the applicable accounting standards.

4. The fourth part of the document discusses the importance of communication in the auditing process. It emphasizes that the auditor must maintain open and effective communication with the client, and must be able to clearly and concisely communicate the results of the audit.

5. The fifth part of the document discusses the various risks associated with auditing. It identifies the risks of audit failure, and discusses the steps that can be taken to minimize these risks. It also discusses the risks of fraud, and the importance of being alert to signs of fraud.

6. The sixth part of the document discusses the importance of ethics in the auditing profession. It explains that auditors must adhere to a strict code of ethics, and must be able to resist pressure from the client to engage in unethical behavior. It also discusses the importance of maintaining confidentiality and the integrity of the profession.

7. The seventh part of the document discusses the future of auditing. It discusses the impact of new technologies on the auditing process, and the importance of staying current in the field.

- i. Costos de producción. El MAG garantizará que la relación entre los precios al productor y sus costos de producción se mantenga estable y favorable al productor, bien sea a través de la estabilización de los precios de los principales insumos, o a través de un reajuste sistemático de los precios de garantía al productor.
- ii. Precios internacionales, particularmente en los países limítrofes. La consideración de estos precios es de vital importancia para efectos de evitar las cuantiosas fugas del producto hacia mercados con mayores precios.
- iii. Nivel de precios al consumidor. El MAG reconoce que el arroz es un producto de consumo popular masivo, o sea que afecta el presupuesto familiar de todos los estratos socio-económicos del país, y por lo tanto ejercerá una estrecha vigilancia sobre el nivel de precios a todos los consumidores.

#### 2.14. Mercados externos

Con relación al mercadeo externo del arroz se recomienda tener en cuenta los siguientes criterios:

- a. La calidad del arroz producido en el Ecuador difícilmente satisface las exigencias de los mercados tradicionalmente importadores de este producto.
- b. Las actuales tendencias del mercado internacional indican que para el año 1977 habrá una abundante disponibilidad del producto a precios



relativamente bajos. Por lo tanto, los altos costos de producción del arroz ecuatoriano unido a su cuestionable calidad, implican una dificultad aún mayor de colocar excedentes exportables en los mercados externos.

- c. Se considera de gran importancia darle prioridad al estudio sistemático de los precios y condiciones del mercado del arroz en los países limítrofes, especialmente Colombia y Perú, para atender tanto a las posibilidades necesarias de importaciones como a los problemas que para el año 1977 las estadísticas internacionales indican que Colombia continuará exportando el arroz, al mismo tiempo que el Perú continuará importándolo.
- d. Se recomienda que a la mayor brevedad posible se adopten medidas aconsejadas en la última Reunión de Ministros celebrada en la ciudad de Quito durante el mes de Noviembre, y que se relaciona con el mercado exterior del arroz.
- e. Se recomienda elaborar un proyecto específico para la formación de una Bolsa de Granos que incluya el arroz en el país.



A N E X O N ° 2

RECOMENDACIONES PARA MEJORAR EL SISTEMA DE COMER-  
CIALIZACION DEL MAIZ AMARILLO DURO EN EL ECUADOR

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

RECOMENDACIONES PARA MEJORAR EL SISTEMA DE COMERCIALIZACION DEL MAIZ AMARILLO DURO EN EL ECUADOR

1. Armonizar y coordinar las acciones de los organismos oficiales

Con relación a las acciones a cargo de los organismos estatales, se recomienda lo siguiente:

- 1.1. Indicar en forma precisa las acciones que deberán ser desarrolladas por cada uno de estos organismos.
- 1.2. Señalar las fechas exactas en que serán desarrolladas las acciones a fin de evitar que éstas sean extemporáneas, (por ejemplo, señalar la fecha exacta en que ENAC deberá realizar su intervención comercial, a fin de que pueda ser efectiva).
- 1.3. Realizar conjunta y armónicamente la programación de las acciones de los organismos públicos que tienen responsabilidades de Producción y Fomento (Planificación del MAG, PNAM), con los organismos responsables de los aspectos de comercialización y precios (concretamente: DCE, ENAC y Superintendencia de Precios). Esta coordinación estará a cargo del Departamento de Comercialización Agrícola de la DCE.
- 1.4. Evaluar en forma sistemática los programas que desarrolla ENAC en maíz. Esta evaluación estará a cargo del Departamento de Comercialización Agrícola de la DCE.

CONFIDENTIAL - SECURITY INFORMATION

## 2. Dar prioridad a las soluciones a nivel rural

El diagnóstico precedente indica que el sector de agricultores es el más perjudicado por las deficiencias observadas en el sistema de comercialización. La mayoría de cerca de 9.000 productores del grano carecen de medios eficaces para colocar en forma ventajosa el maíz en los mercados existentes.

Se estima que los instrumentos más efectivos para aplicar las soluciones de comercialización a nivel rural son los siguientes:

- 2.1. Fomento de grupos organizados de productores que puedan atender en forma comunitaria sus problemas de comercialización. Estos grupos, que pueden ser Cooperativas, Asociaciones, Agremiaciones o cualquier otro tipo de organización, persiguen fundamentalmente el ordenamiento de la oferta desorganizada de un mismo producto, en una misma época y en un mismo lugar, dando así un mayor poder a los vendedores (agricultores) frente a los compradores (acopiadores y comerciantes). Esta actividad estará a cargo de la Dirección de Desarrollo Rural.
  
- 2.2. Prestación de un servicio efectivo de asistencia técnica a los agricultores, encaminado a ilustrarlos en el empleo de mejores prácticas de comercialización, a través de las cuales pueden corregir las múltiples fallas con que realizan el manipuleo físico del producto. Este servicio estará a cargo del Departamento de Comercialización Agrícola de la DCE, con la colaboración de la Dirección de Desarrollo Rural.

THE HISTORY OF THE UNITED STATES OF AMERICA

The history of the United States of America is a story of growth and change. It begins with the first settlers who came to the continent in search of a new life. Over the years, the country has expanded its territory and its influence, becoming a major power in the world. The American people have shown a strong sense of independence and a desire for freedom, which has shaped the nation's character and destiny.

The American people have shown a strong sense of independence and a desire for freedom, which has shaped the nation's character and destiny. The history of the United States is a story of growth and change, from the first settlers to the present day.

The American people have shown a strong sense of independence and a desire for freedom, which has shaped the nation's character and destiny. The history of the United States is a story of growth and change, from the first settlers to the present day. The American people have shown a strong sense of independence and a desire for freedom, which has shaped the nation's character and destiny.

The American people have shown a strong sense of independence and a desire for freedom, which has shaped the nation's character and destiny. The history of the United States is a story of growth and change, from the first settlers to the present day. The American people have shown a strong sense of independence and a desire for freedom, which has shaped the nation's character and destiny.

- 2.3. Prestación de un servicio de información de precios y mercados, que incluya aspectos de precios y condiciones y oportunidades para el mejor mercadeo del maíz.

No se trata de establecer un servicio de información exclusivo para el maíz, sino de que en el mismo se incluyan aspectos relativos a los precios y mercados de este producto.

Este servicio será organizado y puesto en marcha por el Departamento de Comercialización Agrícola de la DCE.

3. Realizar la programación y ejecución de los programas de comercialización por zonas productoras

Como puede apreciarse por lo discutido en la sección 2.1.2. existen varias zonas productoras de maíz amarillo duro en el Ecuador, las cuales presentan diferencias en cuanto a sus características ecológicas, proximidad a los mercados, etc. En consecuencia, se considera necesario presentar los programas oficiales de comercialización no sólo a nivel nacional sino a nivel de zonas productoras, con el fin de hacer más efectiva la aplicación de las acciones previstas. Esta estrategia facilitará la ejecución y evaluación de los programas, además de que contribuirá a evitar la falta de atención a ciertas zonas importantes de producción que hoy no reciben del Estado la atención que se merecen. Los resultados del trabajo de regionalización agropecuaria del país serán tenidos en cuenta para la programación de la comercialización por zonas.

4. Realizar Investigaciones aplicadas de Mercadeo.

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

Como se mencionó anteriormente, uno de los más graves problemas que impiden el mejoramiento del sistema de comercialización de productos agropecuarios en el Ecuador es la falta casi absoluta de información técnicamente elaborada sobre sus diferentes aspectos.

Concretamente, se recomienda asignar presupuestos especiales para llevar a cabo investigaciones acerca de los siguientes aspectos:

- a. Canales de comercialización del maíz amarillo duro.
- b. Prácticas, utilizadas en la comercialización y particularmente lo relacionado con: compra-venta, almacenamiento y beneficio del grano (limpieza, secamiento, desgrano).
- c. Costos y márgenes de comercialización.
- d. Estructura del mercado del maíz.

Este trabajo de investigación será realizado por el Departamento de Comercialización Agrícola de la DCE, con la condición de que pueda contar con recursos adicionales.

- 5, Llevar a cabo un programa de Capacitación de personal ecuatoriano en comercialización.

Los campos en que se hace más necesaria la capacitación de personal nacional son los siguientes:

- a. Para la organización y puesta en marcha del servicio de información de precios y mercados.

... ..  
... ..  
... ..  
... ..

... ..  
... ..  
... ..

... ..  
... ..  
... ..  
... ..  
... ..

... ..  
... ..

... ..  
... ..  
... ..

... ..  
... ..

... ..  
... ..  
... ..

... ..  
... ..

- b. Para la programación, organización y puesta en marcha del servicio de asistencia técnica en aspectos de comercialización para el pequeño agricultor.
- c. Para la realización de los trabajos de investigación.

El Departamento de Comercialización Agrícola de la DCE elaborará un programa concreto para la capacitación del personal en este campo, y el IICA podrá apoyar en el desarrollo de tal programa.

6. Política específica en cuanto a precios:

- 6.1. El MAG asignará suficientes recursos económicos y humanos para realizar las investigaciones necesarias para detectar sistemáticamente la situación en cuanto se refiere a los precios pagados efectivamente al productor.
- 6.2. El MAG mantendrá un trabajo permanente de análisis de estos precios, con el fin de tomar oportunamente las medidas que considere más adecuadas para corregir las irregularidades del mercado.
- 6.3. El MAG establecerá como política fundamental en cuanto a los precios la intervención estatal a tres diferentes niveles a saber: precios al productor, precios de venta mayorista/detallista y a las industrias procesadoras de alimentos balanceados y precios al consumidor final.
- 6.4. La intervención estatal a nivel de productor la hará principalmente a través de la compra-venta de ENAC y de servicios complementarios de almacenamiento, a fin

... ..  
... ..  
... ..

... ..

... ..  
... ..  
... ..

... ..

... ..  
... ..  
... ..

... ..  
... ..  
... ..

... ..  
... ..  
... ..

... ..  
... ..  
... ..

de reducir la presión de la oferta excesiva de tiempo de cosecha (meses de Junio y Julio). En consecuencia, esta intervención deberá ser oportuna (inclusive deberá anunciarse con la debida anticipación), bien ubicada por zonas, y hacerse en volúmenes suficientes.

- 6.5. La intervención a nivel mayorista/detallista se hará a través de las ventas en el mercado por parte de ENAC. Es muy importante que esta entidad mantenga un volumen de existencias reguladoras suficientes para abastecer el mercado al menos durante tres meses y que también anuncie públicamente la existencia de los mismos.
- 6.6. La intervención a nivel del consumidor se hará a través de las ventas directas de ENPROVIT al público, garantizando un abastecimiento suficiente en todos los principales mercados consumidores del país a precios estables.
- 6.7. Para la determinación de los precios a nivel de productor, el MAG tendrá en cuenta las siguientes variables:
  - a. Costos de producción. De acuerdo con la información suministrada en este informe, la relación existente entre el precio al productor y los costos de producción se ha venido deteriorando recientemente. El MAG garantizará que esta relación se mantenga estable y favorable al productor, bien sea a través de la estabilización de los precios de los principales insumos, o a través de un reajuste sistemático de los precios de garantía al productor.



- b. Precios internacionales, particularmente en los países limítrofes. La consideración de estos precios es de vital importancia para efectos de evitar las cuantiosas fugas del producto hacia mercados con mayores precios.
  
- c. Nivel de precio del maíz a las industrias procesadoras de alimentos balanceados. El MAG mantendrá una constante vigilancia sobre las implicaciones que puede tener cualquier modificación de los precios al productor sobre el índice de costos para las mencionadas industrias. Una política a largo plazo del MAG consistirá en la búsqueda de productos sustitutivos del maíz de menor costo relativo para las industrias de balanceados, como sería el caso del sorgo.



A N E X O N ° 3

LISTA DE PARTICIPANTES EN LA REUNION-TALLER  
CELEBRADA EN LA CIUDAD DE AMBATO, DEL 17 AL  
21 DE ENERO DE 1977, CON EL OBJETIVO DE DIS-  
CUTIR Y PROBAR Y PROBAR EL DOCUMENTO DE ME-  
TODOLOGIA PARA EL ANALISIS Y PROGRAMACION DE  
LA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS AGRICOLAS.

THE UNIVERSITY OF CHICAGO  
DIVISION OF THE PHYSICAL SCIENCES  
DEPARTMENT OF CHEMISTRY  
5708 SOUTH CAMPUS DRIVE  
CHICAGO, ILLINOIS 60637  
TEL: 773-936-3700

LISTA DE PARTICIPANTES

Econ. Jorge F. Andrade Pavo  
Jefe Departamento Estudios Económicos  
Programa Nacional del Arroz y Maíz  
Ministerio de Agricultura y Ganadería

Ing. Agr. Wilson William Camacho G.  
Agente de Comercialización y Empresas  
Ministerio de Agricultura y Ganadería

Ing. Mercedes Cedeño Argandoña  
Ingeniero Agr. 1  
Programa Nacional del Algodón  
Ministerio de Agricultura y Ganadería

Ing. Agr. Napoleón Cedeño San Lucas  
Coordinador de Comercialización y Empresas  
Delegación Zonal 2  
Ministerio de Agricultura y Ganadería

Ing. Agr. Enrique Escudero T.  
Dirección de Comercialización  
Ministerio de Agricultura - Ganadería

Ing. Agr. Raúl Gutiérrez Gallardo  
Coordinador Zonal de Comercialización y Empresas  
Delegación Zonal III  
Ministerio de Agricultura y Ganadería

Econ. César Maldonado  
Consultor en Agroindustria y Comercialización  
Agropecuaria  
Subcomisión Ecuatoriana - PREDESUR

Ing. Agr. César Mayorga Hidalgo  
Agente Comercialización Agrícola  
Ministerio de Agricultura y Ganadería

Ing. Agr. Fausto E. Mejía Sánchez  
Asistente de Comercialización Agrícola  
Ministerio de Agricultura y Ganadería

SECRET

CONFIDENTIAL

CONFIDENTIAL

CONFIDENTIAL

CONFIDENTIAL

CONFIDENTIAL

CONFIDENTIAL

CONFIDENTIAL

CONFIDENTIAL

Egdo. Ing. Agr.  
Giovanni V. Montenegro M.  
Supervisor Comercialización, Zona 1  
Ministerio de Agricultura y Ganadería

Dr. Rodrigo Montero P.  
Coordinador Comercialización de la Zona 6  
Ministerio de Agricultura y Ganadería

Ing. Agr. Humberto Noriega Basantes  
Coordinador de Comercialización y Empresas  
Ministerio de Agricultura y Ganadería

Econ. Edgar A. Paredes Ch.  
Asesor Financiero del Programa Nacional del Café  
Ministerio de Agricultura y Ganadería  
Dirección General de Desarrollo Agrícola

Ing. Agr. Manuel Pérez Villacís  
Agente Regional  
Programa Nacional de Granos  
Ministerio de Agricultura y Ganadería

Ing. Químico  
Angel Benigno Reyes Vega  
Coordinador de Comercialización y Empresas  
Ministerio de Agricultura y Ganadería  
Zona N°8

Ing. Agr. Jorge Rovayo Mancheno  
Jefe Departamento de Comercialización Agrícola, Encargado  
Ministerio de Agricultura y Ganadería

Ing. Agr. Wilfrido Salazar Naranjo  
Analista de Plaguicidas  
Dirección General de Desarrollo Agrícola  
Ministerio de Agricultura y Ganadería

Agr. Francisco Schwark Chevasco  
Agente de Comercialización  
Oficina Técnica  
Ministerio de Agricultura y Ganadería

Ing. Agr. Carlos A. Tacury O.  
Técnico de Producción de Maíz y Sorgo de Grano  
Programa Nacional del Arroz y Maíz y Control de  
Piladoras y Molinos  
Ministerio de Agricultura y Ganadería

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

32

33

34

35

36

37

38

39

40

41

42

43

44

45

46

47

48

49

50

51

52

53

54

55

56

57

58

59

60

61

62

63

64

65

66

67

68

69

70

71

72

73

74

75

76

77

78

79

80

81

82

83

84

85

86

87

88

89

90

91

92

93

94

95

96

97

98

99

100

Ing. Agr.  
José Max Tapia L.  
Supervisor Zona 5  
Ministerio de Agricultura y Ganadería

Agr. Fausto Villavicencio M.  
Agente de Comercialización Agrícola  
Ministerio de Agricultura y Ganadería





