



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE POSGRADO

UTN
IBARRA - ECUADOR
Facultad de
POSGRADO

**MAESTRÍA EN GESTIÓN DE
AGROEMPRESAS Y AGRONEGOCIOS**

“TEMA”

**MODELO DE GESTIÓN PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
PRODUCTOS ORGÁNICOS EN LA FERIA AGROECOLÓGICA DE LA
PARROQUIA LA ESPERANZA DEL CANTÓN PEDRO MONCAYO.**

**Trabajo de Investigación previo a la obtención del Título de Magíster en Gestión
de Agroempresas y Agronegocios**

AUTOR: Ing. Diego Armando Cacuango Sntaxi

TUTOR: Msc. Luis Marcelo Albuja Illescas

IBARRA - ECUADOR

2024

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE CONTENIDO	ii
ÍNDICE DE CUADROS.....	v
ÍNDICE DE FIGURAS.....	vi
CAPITULO I.	1
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.1.- Planteamiento del problema	1
1.2.- Antecedentes	3
1.3.- Objetivo de la investigación.....	6
1.3.1.- Objetivo General	6
1.3.2.- Objetivos Específicos.....	6
1.4.- Justificación.....	7
CAPITULO II.	8
MARCO TEÓRICO.....	8
2.1.- La agroecología	8
2.2.- La comercialización de la producción agroecológica	8
2.2.1- Beneficios económicos de la comercialización agroecológica	9
2.3.- Circuitos alternativos de comercialización (CIALCO).....	9
2.3.1.- Principios del (CIALCO)	9
2.3.2.- Modalidades de circuitos alternativos cortos de comercialización	10
2.3.3.-Ventajas de los circuitos cortos alternativos	11
2.4.- Ferias de productores agroecológicos	11
2.4.1.- Importancia de las Ferias Agroecológicas en la Soberanía Alimentaria.....	12
2.5.- Planificación y Organización de la Feria	12
2.6.- Canales de comercialización	13
2.6.1.- Configuración del canal de comercialización	14
2.7.- Estrategias de comercialización	14
2.8.- Coordinación de un sistema de comercialización	16
2.9.- El diagnóstico de la finca	16
2.9.1.- Estructura de la finca.....	18
2.9.2.- Mapa de la parcela o finca.....	18
2.9.3.- Clasificación de las fincas	18

2.10.- La finca como un sistema.....	18
2.10.1.- Unidades productoras agroecológicas	19
2.11.- Sistemas de producción agroecológica	19
2.11.1.- Subsistema suelo	20
2.11.2.- Subsistemas de cultivos.....	20
2.11.3.- Subsistemas de pecuario.....	21
2.11.4.- Subsistema forestal.....	21
2.11.5.- Subsistema riego	21
2.11.6.- Subsistema familia	22
2.12.- Modelo de gestión	22
2.13.- Modelo de gestión agrícola con enfoque agroecológico	23
MARCO LEGAL	24
2.14.- Políticas públicas para la agroecología	24
CAPITULO III.....	25
MARCO METODOLÓGICO	25
3.1.- Descripción del área de estudio.....	25
3.2.- Enfoque y tipos de investigación	26
3.3.- Procedimiento de investigación	27
3.3.1.- Fase 1: Diagnostico de la situación actual de la feria agroecológica	27
3.3.2.- Fase 2: Análisis de las unidades productivas	28
3.3.3.- Fase 3: Elaboración del modelo de gestión de producción y comercialización	28
3.4.- Técnica e instrumento	29
3.4.1.-Técnica	29
3.4.2. Instrumento.....	30
3.5.- Consideraciones bioéticas	30
CAPÍTULO IV.....	32
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	32
4.1.- Diagnóstico de la situación actual de la Feria Agroecológica La Esperanza.....	32
4.1.1.- Antecedentes históricos de la Feria Agroecológica la Esperanza	32
4.1.2.- Situación legal	34
4.1.3- Estructura organizacional	35
4.1.4.- Obligaciones de los asociados.....	36
4.1.5.- Modelo de Gestión Actual.....	36

4.1.6.- Modelo de producción.....	38
4.1.7.- Modelo de comercialización	39
4.1.8.- Infraestructura física de la feria.....	41
4.1.9.- Matriz FODA	43
4.2. Características de los Consumidores de la Feria	43
4.3.- Caracterización de las unidades productoras	47
4.3.1.- Predios Agrícolas	49
4.3.2.- Mano de obra.....	52
4.3.4.- Sistema de riego	58
4.3.5.- Certificado orgánico, planificación de siembra, compra de insumos	58
4.3.6.- Costo de producción.....	60
4.3.7.- Comercialización.....	60
4.4.- Modelo de Gestión	62
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	92
Conclusiones.....	92
Recomendaciones	94
Bibliografía.....	95
Anexos	99

ÍNDICE DE CUADROS

Tabla 1. Características de distintas modalidades de venta directa.	10
Tabla 2. Hitos históricos de la producción agroecológica en La Esperanza.....	32
Tabla 3. Principales productos y cantidades demandadas por los clientes de la feria La Esperanza.	43
Tabla 4. Principales cultivos en la parroquia La Esperanza.	48
Tabla 5. Venta anual del predio agroecológico.	50
Tabla 6. Producción estimada agroecológica.....	50
Tabla 7. Planificación de la siembra en el predio agroecológico.	58
Tabla 7. Costo de producción por hectárea.....	60
Tabla 8. Principales productos que se ofertan en la feria agroecológica.	61
Tabla 10. Principales productos y cantidades demandadas por los clientes de la feria La Esperanza.	65
Tabla 11. Ciclo vegetativo de hortalizas.....	67
Tabla 12. Planificación de producción.....	72
Tabla 13. Producción estimada anual para la elaboración de canastas.....	74
Tabla 14. Costo por canasta básica.	74
Tabla 15. Costo por canasta compuesta.....	75
Tabla 16. Principales cultivos de la Parroquia La Esperanza.	77
Tabla 17. Precios de hortalizas orgánicas en sus nuevas presentaciones.	84
Tabla 17. Estrategias de publicidad.	86
Tabla 18. Estrategias de ventas.....	88
Tabla 20. Presupuesto de Publicidad.	89

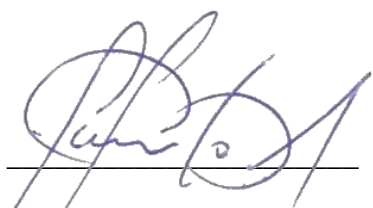
ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Canales de comercialización de productos agroecológicos.....	13
Figura 2. Diagrama de flujo del sistema agroecológico.	17
Figura 3. La finca agroecológica como un sistema.....	19
Figura 4. Estructura general de un subsistema agroecológico.	20
Figura 5. Estructura modelo de gestión.	22
Figura 6. Estructura modelo de gestión agrícola con enfoque agroecológico.	23
Figura 7. Ubicación geográfica de la feria agroecológica La Esperanza.....	25
Figura 8. Estructura organizacional.	36
Figura 9. Modelo de gestión de la feria agroecológica La Esperanza.	37
Figura 10. Comercialización de productos agroecológicos.	40
Figura 11. Croquis de la feria agroecológica.	42
Figura 12. Predio Agroecológico.....	52
Figura 13. Diagrama de flujo de cultivo de hortalizas agroecológicas.....	58
Figura 14. Comercialización de la feria agroecológica.	61
Figura 15. Estructura modelo de gestión agrícola con enfoque agroecológico.	63
Figura 16. Mapa de cultivo	67
Figura 17. Logotipo	69
Figura 18. Proceso de producción y comercialización de hortalizas.	71
Figura 19. Planificación de producción	72
Figura 20. Flujo del proceso y conformación de canastas.	73
Figura 21. Página en el Facebook	86
Figura 22. Página en el Facebook	87
Figura 23. Diseño de bolsas tipo costal.	88
Figura 24. Modelo de sustentabilidad agroecológica.	90

APROBACIÓN DEL TUTOR

En calidad de tutor del trabajo de Grado, presentado por el Ingeniero Diego Armando Cacuango Suintaxi, para optar por el título de Magíster en Gestión de Agroempresas y Agronegocios, doy fe de que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 17 días del mes de enero del 2024.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Luis Albuja', is written over a horizontal line.

MSc. Luis Marcelo Albuja

C.I.: 1002839247

AUTORÍA

Yo, Diego Armando Cacuangó Suntaxi, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional, que he consultado referencias bibliográficas que se incluyen en este documento y que todos los datos presentados son resultado de mi trabajo.



Diego Armando Cacuangó Suntaxi

C.C.: 172289219-5



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DEL CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	172289219-5
APELLIDOS Y NOMBRES:	Cacuango Suntaxi Diego Armando
DIRECCIÓN:	Pichincha Tabacundo
EMAIL:	diegoarmando.cs@hotmail.com
TELÉFONO MÓVIL:	0981082714

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	MODELO DE GESTIÓN PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN LA FERIA AGROECOLÓGICA DE LA PARROQUIA LA ESPERANZA DEL CANTÓN PEDRO MONCAYO.
AUTOR (ES):	Cacuango Suntaxi Diego Armando
FECHA:	17 de Enero del 2024
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Magíster en Gestión de Agroempresas y Agronegocios
ASESOR/DIRECTOR:	MSc. Luis Marcelo Albuja

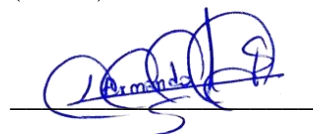
2. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 17 días del mes de enero del 2024

EL AUTOR:

(Firma)



Diego Amando Cacuango Suintaxi

C.C.: 172289219-5

MODELO DE GESTIÓN PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN LA FERIA AGROECOLÓGICA DE LA PARROQUIA LA ESPERANZA DEL CANTÓN PEDRO MONCAYO

Autor: Diego Armando Cacuango Sntaxi

Año: 2024

RESUMEN

La agroecología contribuye al desarrollo del campo agrícola, ya que favorece significativamente a mejorar la calidad de vida de los agricultores, la salud, la seguridad y la viabilidad económica. El principal objetivo de la presente investigación fue diseñar un modelo de gestión para la producción y comercialización de productos orgánicos en la feria agroecológica de la parroquia La Esperanza del cantón Pedro Moncayo. El enfoque de investigación fue de carácter cualitativo, cuantitativo y descriptivo. La información fue levantada mediante la observación directa, entrevistas, encuestas estructuradas dirigidas a los productores y consumidores que acudieron a la feria. Se analizó la situación actual de la Asociación de Productores Agroecológicos La Esperanza, centrándose en aspectos relacionados con la producción y comercialización de hortalizas por ser el principal rubro ofertado. En conclusión, los principales insumos utilizados son de origen orgánico, provenientes principalmente de animales menores. En cuanto a sus cultivos, destacan las hortalizas, siendo la lechuga la más predominante con un 43%, seguida por la remolacha con un 22%, el brócoli con un 20% y la zanahoria con un 7%. Los productores agroecológicos poseen parcelas con dimensiones entre 300 a 500 m² donde se dedican a la producción agrícola y pecuaria, con mano de obra familiar. En esta investigación, se diseñó un modelo de gestión basado en tres ejes principales; planificación productiva, organización productiva y aplicación productiva, describiendo cada uno de sus componentes. Este estudio representó un aporte para fortalecer la producción y comercialización de los productos agroecológicos.

Palabras clave: Producción, gestión, orgánicos, asociación.

**MANAGEMENT MODEL FOR THE PRODUCTION AND MARKETING OF
ORGANIC PRODUCTS AT THE AGROECOLOGICAL FAIR OF LA ESPERANZA
PARISH IN PEDRO MONCAYO CANTON**

Author: Diego Armando Cacuango Suintaxi

Year: 2024

SUMMARY

Agroecology contributes to the development of the agricultural field, since it significantly helps to improve the quality of life of farmers, health, safety and economic viability. The main objective of this research was to design a management model for the production and marketing of organic products at the agroecological fair of the La Esperanza parish of the Pedro Moncayo canton. The research approach was qualitative, quantitative and descriptive. The information was collected through direct observation, interviews, and structured surveys aimed at producers and consumers who attended the fair. The current situation of the La Esperanza Agroecological Producers Association was analyzed, focusing on aspects related to the production and marketing of vegetables as it is the main item offered. In conclusion, the main inputs used are of organic origin, coming mainly from small animals. Regarding its crops, vegetables stand out, with lettuce being the most predominant with 43%, followed by beets with 22%, broccoli with 20% and carrots with 7%. Agroecological producers have plots with dimensions between 300 to 500 m² where they dedicate themselves to agricultural and livestock production, with family labor. In this research, a management model was designed based on three main axes; productive planning, productive organization and productive application, describing each of its components. This study represented a contribution to strengthen the production and marketing of agroecological products.

Keywords: Production, management, organic, association.

CAPITULO I.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.- Planteamiento del problema

En función de los análisis socioeconómicos, se indica que la producción y comercialización a largo plazo de bienes primarios carece de viabilidad, rentabilidad y sostenibilidad. Ante la persistente competencia en los mercados globales, resulta crucial para Ecuador adoptar un modelo de producción que responda con las dinámicas comerciales en América y a nivel mundial (Palacios & Reyes, 2016).

La producción y comercialización de productos orgánicos en la Feria Agroecológica La Esperanza representan un sector en constante crecimiento en la actualidad, impulsado por el creciente interés en la alimentación saludable y sostenible. No obstante, a pesar del innegable potencial de este mercado, se enfrenta a diversos desafíos que obstaculizan su desarrollo efectivo y sostenible.

En primer lugar, se evidencia la carencia de un modelo de gestión claramente definido y eficiente para la producción y comercialización de productos orgánicos en estas ferias. Esta carencia se traduce en problemas relacionados con la planificación, organización, control y evaluación de las actividades involucradas en la cadena de suministro de estos productos, desde su origen en los predios hasta su llegada a manos de los consumidores (PDOT de La Esperanza, 2015).

Además, la ausencia de una gestión adecuada puede tener un impacto negativo en la calidad de los productos orgánicos ofrecidos en esta feria. La Falta de estándares de producción y marketing que claramente pueden causar la existencia de productos que no cumplen con las regulaciones orgánicas, lo que, a su vez, reduce la confianza del consumidor en estos mercados.

Otro aspecto crítico a considerar es la competitividad en este sector. A medida que crece la demanda de productos orgánicos, resulta esencial que los productores y comerciantes en las ferias agroecológicas sean capaces de competir de manera efectiva en el mercado, garantizando al mismo tiempo la sostenibilidad de sus prácticas.

Formulación del problema

Por consiguiente, este estudio se planteó el siguiente interrogante: ¿Cómo se puede desarrollar un modelo de gestión eficiente para la producción y comercialización de productos orgánicos en la Feria Agroecológica La Esperanza, que promueva la calidad, la sostenibilidad y la competitividad en este mercado en constante expansión?

La resolución de este problema se considera fundamental para fomentar la producción y comercialización sostenible de productos orgánicos, asegurar la satisfacción de los consumidores y fortalecer la contribución de la feria agroecológica a la promoción de prácticas agrícolas respetuosas con el medio ambiente y la salud humana.

1.2.- Antecedentes

Gortaire (2016), manifiesta que “La agroecología se comprende como un modelo agrario integral constituido no solo por dimensiones científicas y tecnológicas, sino también sociales, ambientales y políticas”. Se presenta como el sistema agrícola más adecuado para abordar los desafíos que enfrentamos en el futuro, como pandemias, cambio climático y otras amenazas. Además, logra rendimientos satisfactorios y provee servicios esenciales para la sociedad en todo el mundo (Altieri, Nicholls, & Astier, 2021).

“El surgimiento de la agroecología en América Latina se genera inicialmente por el impulso de organizaciones no gubernamentales (ONG) quienes impulsan nuevas formas de hacer una agricultura más amigable con la naturaleza” (Heifer, 2014, pág. 38). A finales de la década de los 80 y mediados de los años 90, la propuesta de agroecología en el Ecuador surge debido a la preocupación por el deterioro de los agro-ecosistemas. Durante el año 2014 se organizó la “II jornadas agroecológicas”, que impulsa la discusión sobre la matriz agroalimentaria como propuesta alternativa al cambio de matriz productiva que privilegia el agro-negocio (Daza & Peña, 2014, pág. 9).

Con el propósito de mejorar la comercialización y en coordinación del MAGAP nace el proyecto CIALCO (Circuitos Alternativos de Comercialización), la cual propone espacios locales de encuentros directos entre productores y consumidores equitativos para ambas partes. El objetivo es fomentar y fortalecer espacios asociativos de comercialización local, en ferias, canastas, tiendas, compras públicas entre otras. Aproximadamente se encontró 210 ferias en el País, donde se comercializan productos agroecológicos siendo 44 ferias que pertenecen a la provincia de Pichincha (Heifer, 2014, pág. 104), cabe resaltar que el 62% de las ferias campesinas se desarrolla en la Sierra (Chauveau & Taipe, 2012, pág. 23).

Con los antecedentes expuestos se afirma que el Ecuador se observa una marcada inclinación hacia la agroecología, fenómeno respaldado por el constante aumento de los cultivos de esta naturaleza en la región. Esta tendencia ha ido en aumento de forma gradual año tras año, lo cual se refleja de manera palpable en la expansión progresiva de las áreas destinadas a cultivos agroecológicos en todo el país. Las ventajas de las prácticas agroecológicas es promover cultivos libres de químicos sintéticos, reducir la

erosión del suelo, disminuir residuos tóxicos en los alimentos, así como también la contaminación del medio ambiente.

El modelo de gestión agrícola con enfoque agroecológico fundamenta en las entradas, el proceso de gestión agrícola con enfoque agroecológico y las salidas conocidas por las acciones de mejoras. Cada uno de los componentes del modelo se relaciona con los diferentes actores del proceso dentro del entorno social, económico y político (Burgo & Maldonado, 2016, pág. 10).

A continuación, se mencionan algunas investigaciones realizadas por la academia relacionada con el presente trabajo de investigación.

Bazurto (2022) en su tesis cuyo objetivo principal fue: Elaborar un modelo de gestión administrativa para los centros de acopio de productos agrícolas en el cantón Bolívar como contribución a la mejora de su competitividad. El resultado principal señala que la forma de gestión organizacional es empírica, careciendo de una estructura definida, lo que a su vez implica que los procesos realizados carecen de tecnificación.

Flores (2021) en su estudio realizado para la Universidad Técnica del Norte tuvo por objeto: diseñar un modelo de gestión para la producción, administración y gestión de la “Planta de producción de aceites esenciales de la pre-asociación de mujeres OSHUN”. Concluyendo que existe un completo desconocimiento por parte de los beneficiarios en lo que respecta al procedimiento de gestión, administración y operatividad de la instalación de aceites esenciales. Por ende, el modelo de gestión desarrollado emerge como un instrumento esencial para lograr consecuencias positivas dentro de la estructura organizativa conjunta, dado que establece las labores y obligaciones de cada uno de los individuos comprometidos.

Fernandez (2018) en su investigación cuyo objetivo principal fue: Desarrollar un modelo de gestión asociativa en la Asociación Artesanal de Centro de Comercialización de Productos Agropecuarios TIPISHCA. Recomienda que el desarrollo del modelo de gestión asociativa se aborde desde una perspectiva de procesos. Esto permitirá agilizar la incorporación de las actividades y procedimientos actuales de la organización, ya que este enfoque permite una identificación clara de los responsables en cada etapa, tanto a nivel administrativo como de producción.

Esta investigación se basa en las normativas de la constitución vigente, la Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria menciona en el artículo 14: El Estado estimulará la producción agroecológica, orgánica y sustentable, a través de mecanismos de fomento, programas de capacitación, líneas especiales de crédito y mecanismos de comercialización en el mercado interno y externo, entre otros (Asamblea, 2010).

1.3.- Objetivo de la investigación

1.3.1.- Objetivo General

Diseñar un modelo de gestión para la producción y comercialización de productos orgánicos en la feria agroecológica de la parroquia La Esperanza del cantón Pedro Moncayo.

1.3.2.- Objetivos Específicos

- Elaborar un diagnóstico de la situación actual de la feria agroecológica La Esperanza.
- Realizar un análisis de las unidades productivas pertenecientes a la feria agroecología La Esperanza.
- Proponer un modelo de gestión para la feria agroecología de la parroquia La Esperanza.

1.4.- Justificación

El presente trabajo se enfocó en analizar los aspectos relevantes de la producción y comercialización de productos ofertados en la feria agroecológica La Esperanza. Además, este estudio pretende impulsar la producción agroecológica en el sector, así mejorar los ingresos económicos y por ende mejorar la calidad de vida de las personas obteniendo productos de buena calidad para la comercialización eficiente, lo que permitirá fortalecer el modelo de gestión y aseguren su permanencia en el mercado a largo plazo manteniendo el desarrollo sostenible.

La investigación contribuye al cumplimiento del plan nacional de desarrollo “Creación de Oportunidades”, en el objetivo tres plantea “Fomentar la productividad y competitividad en los sectores agrícola, industrial, acuícola pesquero, bajo el enfoque de la economía circular”, en este contexto es fundamental impulsar la soberanía y seguridad alimentaria del país con el fin de satisfacer la demanda nacional de alimentos. Una forma de lograrlo es fomentando la asociatividad productiva y la participación ciudadana en los espacios de producción y comercialización. De esta manera, se puede fortalecer la producción nacional y garantizar la seguridad alimentaria del país, involucrando a los ciudadanos en el proceso económico y promoviendo su participación activa en la economía. (Secretaría de Planificación y Desarrollo, 2021).

Con lo antes mencionado el resultado principal fue proponer un modelo de gestión que contribuirá al funcionamiento eficiente de una producción organizada, permitiendo la planificación constante de productos a cultivar por los integrantes de la asociación, asegurando así una oferta continua de variedades de hortalizas durante todo el año. Asimismo, se logrará obtener productos de mejor calidad que cumplan con los requisitos mínimos para su comercialización, al mismo tiempo que se mantiene el desarrollo sostenible.

Para cumplir con el objetivo fue necesario analizar y evaluar información pertinente por parte de la feria el cual desarrollo tres ejes que son el diagnóstico actual de la feria, el análisis de las unidades agroecológicas y proponer un modelo de gestión. Afín que contribuya a lo mencionado por los productores, “producir, para consumir, intercambiar y comercializar asociativamente productos agroecológicos para la salud de las familias y el cuidado del ambiente” (Feria, 2015).

CAPITULO II.

MARCO TEÓRICO

2.1.- La agroecología

La agroecología es un campo que utiliza principios ecológicos para planificar y administrar agroecosistemas ricos en biodiversidad, altamente productivos y capaces de resistir desafíos mientras preservan la diversidad biológica y los recursos naturales. Además, garantiza la autonomía alimentaria de las comunidades rurales y la independencia productiva de los agricultores (Altieri, Nicholls, & Astier, 2021).

Por otra parte, se considera como un instrumento de cambio social, por lo que deja de ser un fin en sí misma, para convertirse en una estrategia para alcanzar ese bien mayor, cual es el de la transformación de las sociedades no sólo rurales sino también urbanas. Sociedades basadas en la autodeterminación de los pueblos que crean relaciones sociales y comerciales justas y equitativa (Secretaría General de la Comunidad Andina, 2011, pág. 5). De la misma forma se lo define como “modo de producción agrícola que se inspira en el funcionamiento y ciclos de la naturaleza, así como entre los saberes ancestrales y los conocimientos modernos, para el diseño y manejo sustentable de agroecosistemas, liberándolos del uso de agrotóxicos, OGM y otros contaminantes” (Agrocalidad, 2013, pág. 5).

La agricultura orgánica rescata las prácticas tradicionales de producción, pero no descarta los avances tecnológicos no contaminantes, sino más bien los incorpora, adaptándolos a cada situación particular. La agricultura orgánica es la conjunción de prácticas ancestrales, como el uso de terrazas por los incas, con la agricultura tradicionalmente biodiversa de nuestros campesinos, vinculada a nueva tecnología apropiada (FIDA, 2003, pág. 5). Por otra parte, se lo define como sistema holístico de gestión de producción que fomenta y mejora la salud de agroecosistema, y en particular la biodiversidad, los ciclos biológicos, y la actividad biológica del suelo basada en normas y principios específicos de producción (Agrocalidad, 2013, pág. 5).

2.2.- La comercialización de la producción agroecológica

En el caso de la “comercialización de los productos agropecuarios” se abarca todo el proceso que media desde que el producto sale de la empresa, finca o

explotación del productor o empresario hasta llegar a manos del consumidor. Se refiere no solo a la acción de comprar o vender, o sea, el cambio de propietario del bien, sino también a los aspectos físicos del transporte (cambio del lugar), almacenaje (cambio en el tiempo), acondicionamiento y procesamiento (cambio de forma) (González Sosa, 2008, pág. 13).

La viabilidad económica de la propuesta agroecológica se demuestra en sus diversas formas de comercialización. En el País existen productores agroecológicos que buscan comercializar sus productos para asegurar su sostenibilidad económica. Generalmente, se vinculan a circuitos de comercialización alternativos, como ferias, canastas comunitarias, entregas bajo pedido, o tiendas solidarias (Heifer, 2014, pág. 96).

2.2.1- Beneficios económicos de la comercialización agroecológica

La agroecología es un sistema productivo que permite a los pequeños productores con pocos recursos acceder a mercados rentables. Los circuitos alternativos de comercialización, en los cuales se vincula la agroecología, están mejor adaptados al pequeño productor que el mercado convencional. La comercialización alternativa permite a los pequeños productores captar una mayor parte del valor de su producto; de esta forma su producción es rentable aún si no hay grandes volúmenes (Heifer, 2014, pág. 96).

2.3.- Circuitos alternativos de comercialización (CIALCO)

Son espacios locales de encuentro directo entre productores y consumidores en condiciones equitativas para ambas partes donde se establecen relaciones que superan la compra-venta de productos, se valora tanto la importancia del trabajo del agricultor como el rol del consumidor y se consolida la seguridad y soberanía alimentaria a nivel territorial (Ministerio de agricultura y ganadería, 2017).

2.3.1.- Principios del (CIALCO)

- Abastecimiento local
- Encuentro directo entre productores y consumidores
- Condiciones equitativas de intercambio

- Rol activo del consumidor
- Valoración de la importancia del agricultor
- Productos frescos y generalmente más sanos

2.3.2.- Modalidades de circuitos alternativos cortos de comercialización

Tabla 1. Características de distintas modalidades de venta directa.

Cadenas cortas	Condiciones
Ferias campesinas	Volúmenes individuales pequeños. Volúmenes totales pequeños, pero con potencial de crecimiento. Diversidad de productos. Relación campo-ciudad y campo-campo. Organización regulando el espacio de venta. Infraestructuras mínimas. Espacio y permiso municipal.
Canastas de consumidores	Volúmenes individuales pequeños. Volúmenes totales pequeños, pero con potencial grande. Relación fuerte con consumidores. Regularidad requerida. Planificación y organización fuerte. Infraestructura mínima.
Tiendas campesinas o especializadas en productos campesinos	Venta diaria, volumen y flujos permanentes. Costos altos de operación y tiempo disponible para la venta. Productos no perecibles. Capacidad de gestión. Formalización requerida de la organización. Local (equipamiento básico, personal).
En la finca	Ahorro de tiempo y transporte. Bajos costos y precios. No requiere organización.
A domicilio (puerta a puerta)	Pequeños volúmenes. Relación fuerte con consumidor. Transporte. Inexistencia de relación social y organización
Compras públicas	Volúmenes entre medianos y grandes (en función del nivel de descentralización). Productos específicos. Licitaciones, trámites y condiciones y requisitos altos (sanidad). Alta capacidad de gestión organizativa. Irregularidad pagos.

Fuente: CIALCO, 2012.

2.3.3.-Ventajas de los circuitos cortos alternativos

En este ámbito, Taïpe (2010) señala las siguientes ventajas:

- Relación directa productor-consumidor: esto permite el fortalecimiento de confianza entre el productor y el consumidor, así como de la capacidad de control de los consumidores sobre los precios y la calidad de los productos.
- Cero intermediarios o máximo un delegado de los productores y consumidores.
- Los precios de venta de los productos son fijados en base al costo de producción, permitiendo una mejor valorización de la producción campesina y generalmente precios mas bajos para el consumidor.
- Permite introducir circuitos virtuosos de desarrollo rural en áreas marginales y mejora el acceso de la población pobre y de clase medias urbanas a alimentos sanos y de calidad.
- Son sistemas amigables con el medio ambiente en relación al menor uso de químicos y de la energía para el transporte y la conservación de los productos.
- El intercambio en los circuitos cortos de comercialización se plasma en el trayecto de vida del producto y no únicamente en calidades intersecas de este último.
- Fortalece la soberanía alimentaria de los pueblos, garantiza una mayor independencia productiva para los agricultores y se desvincula de las dinámicas del dumping internacional (Taïpe, 2010).

2.4.- Ferias de productores agroecológicos

“Una feria, es un punto de encuentro entre la oferta (prestadores de servicios y productos) y la demanda (compradores o consumidores) de una aldea, municipio, región y País” (Sagastume, pág. 10). Con lo anteriormente mencionado una feria agroecológica

es un evento económico que se caracteriza por la comercialización de productos agropecuarios producidos en armonía con el medio ambiente con la participación de los productores de forma abierta e inclusiva.

2.4.1.- Importancia de las Ferias Agroecológicas en la Soberanía Alimentaria

La constitución también incentiva a la producción orgánica por lo que manifiesta; el artículo 14 de la Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria establece que el Estado estimulará la producción agroecológica, orgánica y sustentable, a través de mecanismos de desarrollo productivo, programas de capacitación, líneas especiales de crédito y mecanismos de comercialización en el mercado interno y externo, entre otros.

La importancia de las ferias agroecológicas se describe a continuación:

- Obtener mejores productos y a precios justos. La compra directa ofrece una buena relación calidad-precio. Es decir, a un precio digno para el productor y justo para el consumidor.
- Apoyar al mercado y los agricultores. Aunque sea muy pequeña, se ayuda a los agricultores locales y sus familias a vivir bien.
- Conocer la procedencia de productos y a los productores. Siempre es más reconfortante comer sabiendo de dónde vienen los productos. El agricultor te puede comentar todo sobre el producto: la forma cultivo, las variedades que producen, prácticas empleadas, etc.
- Dinamizar la economía local. Al comprar en mercados locales también se invierte en la dinamización de la economía local.

2.5.- Planificación y Organización de la Feria

La planificación servirá para establecer metódicamente todo lo que se desea lograr en el evento. La identificación de los siguientes criterios es de utilidad para el comité organizador, ya que son importantes al momento de planificar el evento:

- a) *El nombre de la feria.* Nombre específico que identifique claramente al sector/sectores para el cual es organizada.

b) *Logotipo o marca*. El logotipo debe tener una estrecha relación con el nombre y el objetivo de la feria (puede generarse a través de un concurso).

c) *Fecha de realización*. Definida con base en un análisis previo sobre la disponibilidad local y la conveniencia de los productores.

d) *Público objetivo*. Que determinan la oferta y la demanda (Agro Rural, 2016).

La organización de la feria estará bajo la responsabilidad de los siguientes encargados:

a) Los Promotores y Organizadores deberán contar con un coordinador de ferias, quién será el responsable de la ejecución en el ámbito respectivo.

2.6.- Canales de comercialización

“Un canal de distribución es una estructura de organizaciones interdependientes que interactúan entre sí con el objetivo de permitir el flujo interrumpido de un producto desde su origen hasta el consumidor final” (Rojas D. , 2010, pág. 27). En contexto es colocar en contacto a los productores con los consumidores para que adquieran sus productos.

“Uno de los canales de comercialización que la agroecología de base familiar campesina ha encontrado son las ferias de venta directa, que hacen referencia a aquellos espacios de comercialización en los que todos los vendedores son productores” (Monteros, 2020, pág. 38).

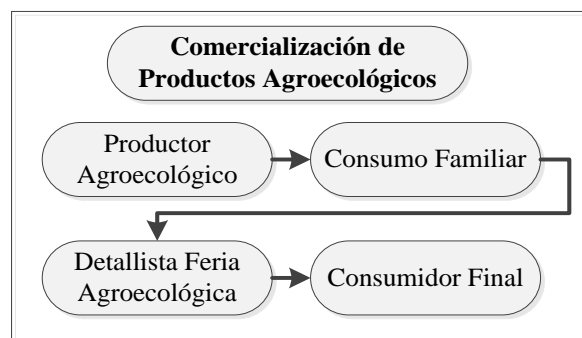


Figura 1. Canales de comercialización de productos agroecológicos.

Productor agroecológico: Es el individuo dedicado al cuidado de cultivos en una determinada área, así como también a la crianza de animales para obtener granos, hortalizas y carne para el autoconsumo y comercialización.

Consumo familiar: Los alimentos que se obtuvieron los agricultores, son utilizados en primera instancia para la alimentación de la familia y el excedente para la venta.

Feria agroecológica: Es un sitio donde se reúnen los productores organizadamente para la expedición y venta de cada uno de sus productos.

Consumidor final: Se refiere al individuo que asiste a la feria con la finalidad de adquirir los productos para su consumo familiar.

2.6.1.- Configuración del canal de comercialización

Según Villanueva y de Toro (2017) se puede diferenciar el canal directo y el canal indirecto, donde:

Canal directo: El productor vende directamente al consumidor o usuario final, no existe la presencia de intermediarios.

Canal indirecto: Se caracteriza porque uno o varios intermediarios toman la propiedad del producto, su tamaño se mide por el número de integrantes que existen entre el productor y consumidor final. El canal corto se caracteriza por la presencia de un intermediario entre el productor y usuario final, mientras que el canal largo interviene muchos intermediarios en las etapas de propiedad que recorre el producto hasta el cliente.

2.7.- Estrategias de comercialización

Producto:

Según Kotler (2007) define a un producto como “todo aquello que se puede ofrecer en el mercado para su atención, adquisición, consumo, que satisface un deseo o una necesidad”.

Los productos de las ferias de comercialización de alimentos vienen sin empaque, debido a la naturaleza del producto (esto es, que se venden sin empaque, bolsa o caja especial). A excepción de granos que están listo para su cocción. Es por esto que es conveniente poner los productos limpios a la vista del consumidor ya que la imagen (fresco, sano y de calidad), es la primera consideración que toman en cuenta los consumidores (Rivera, 2019, pág. 73).

El producto debe poseer:

Variedad: Presentan una gran variedad de productos tales como lechuga, zanahoria, tomate, cebolla, maíz, papa etc.

Diseño: Debe presentar un logo o marca de la asociación permitiendo así que lo diferencie de otros competidores. Un empaque que brindad protección y conservación al producto con el objetivo que el cliente prefiera dicho producto.

Calidad: “Es el conjunto de cualidades, características y componentes de un producto que hacen que el consumidor lo prefiera frente a otros. Entre más beneficios aporté un producto, el consumidor pensará que tiene mayor calidad” (Chávez, 2016, pág. 41).

Precio:

“El precio es la equivalencia monetaria de valor que las empresas asignan a un producto o servicio” (Chávez, 2016, pág. 63). “Al Establecer el precio, se debe tomar en cuenta el valor percibido por el cliente y cuanto está dispuesto a pagar por el producto” (Martinez & Ruiz, 2014).

Rivera (2019) dice, “en los centros de comercialización de productos agroecológicos no se definen los precios de venta como bajo o caro, sino como adecuado al producto que se ofrece, tomando en cuenta variables que inciden directa o indirectamente en su formación, sin olvidar una fundamental: el ser humano, que es el resultado final del proceso de Marketing”.

Distribución:

En términos generales la distribución consiste en un conjunto de tareas o actividades necesarias para trasladar el producto acabado hasta los diferentes puntos de venta. La distribución juega un papel clave en la gestión comercial de cualquier compañía. Es necesario trabajar continuamente para lograr poner el producto en manos del consumidor en el tiempo y lugar adecuado (Espinosa, 2016).

“El costo transporte es un problema, el precio de una carrera en camioneta es elevado (mínimo 6 dólares por carrera) y muchas veces no lo vendido no justifica el gasto” (Rojas E. , 2017, pág. 146).

Distribución directa: Cuando los distintos productos llegan directo al consumidor final.

Distribución Indirecta: Cuando los distintos productos llegan al consumidor final luego del paso por uno o varios intermediarios.

Comunicación

“La comunicación se refiere a los métodos que se emplea con el fin de dar a conocer el producto y transmitir información sobre el mismo” (Martinez & Ruiz, 2014). Se debe promocionar el producto por medios de difusión como internet, radio, televisión y venta personal.

2.8.- Coordinación de un sistema de comercialización

La capacidad del sistema para llevar a cabo las actividades comerciales depende en gran medida de la cooperación. Esta coordinación tiene dos componentes principales en el contexto de la comercialización de productos agropecuarios. En primer lugar, está la dimensión económica, que se basa en las reglas comerciales y el reconocimiento mutuo entre vendedor y comprador. En segundo lugar, está la dimensión física, que incluye aspectos como los tiempos acordados para la entrega de los productos, los volúmenes acordados, los detalles del tipo de unidades de venta, sus envases y sus características de calidad y presentación. (CRECE, 2014).

2.9.- El diagnóstico de la finca

Se identifica todos los recursos productivos de la finca, como la cantidad y la calidad de la tierra según los lotes, el agua para riego y consumo humano, los cultivos, los árboles, las áreas de pastoreo, los animales, la mano de obra de la familia que trabaja en la finca, las herramientas de trabajo agrícola existentes, las vías de acceso al predio y todos los demás elementos con que cuenta la finca (HEIFER, 2007, pág. 6).

Los pequeños, medianos productores deben disponer, dominar aplicar sistemas de información que les ayuden en su tarea gerencial y administrativa para mejorar el

desempeño productivo y socioeconómico de su finca o parcela, y también de sus organizaciones. Al levantar el diagnóstico en la finca o parcela se debe asegurar un diálogo interactivo con él, o la productora y su familia usando un lenguaje sencillo, pero claro, al aplicar, encuesta, al consultar, aclarar, observar bien, y anotar lo relevante al revisar registros e imágenes, etc (Maonic, 2016, pág. 11).

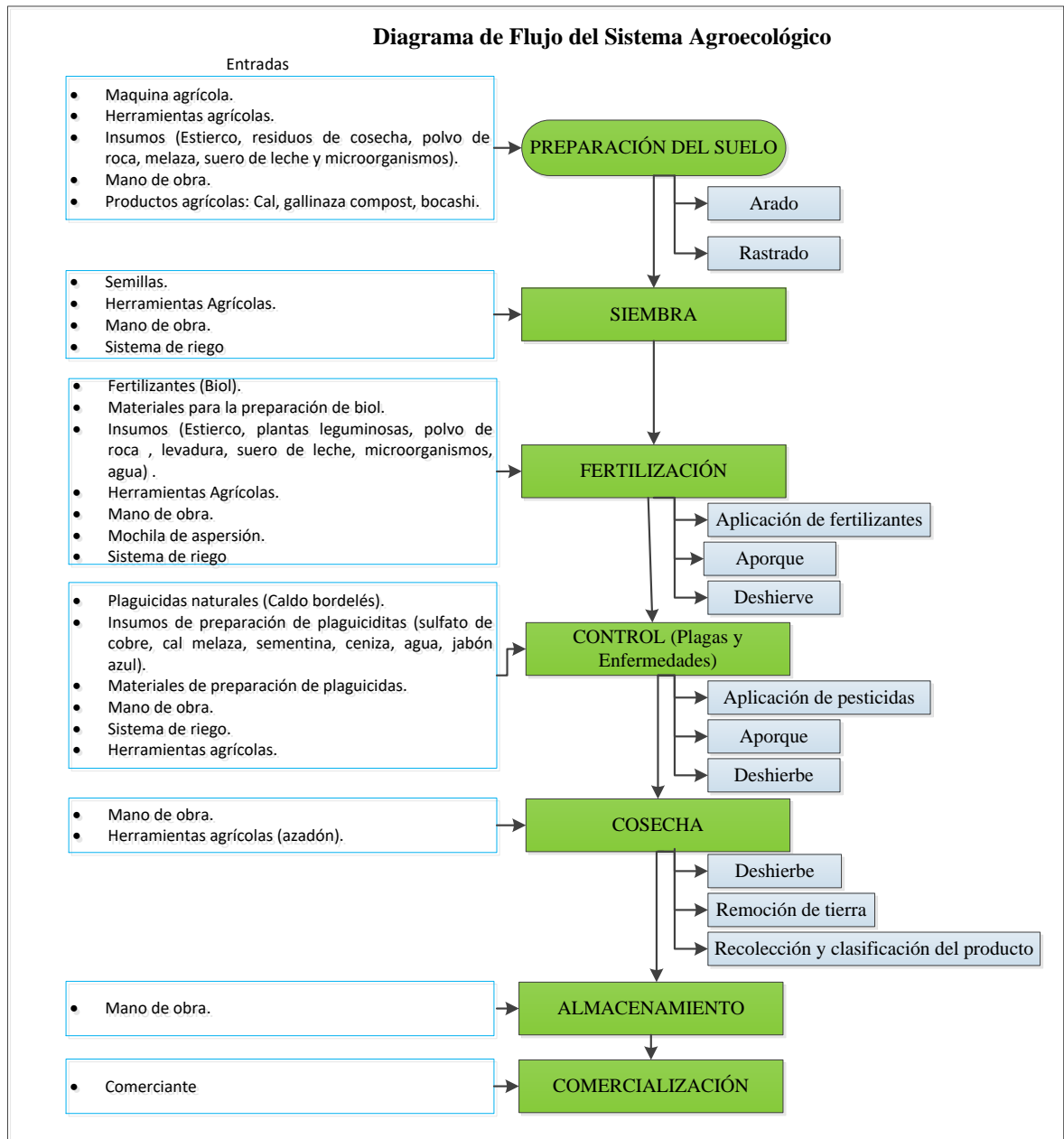


Figura 2. Diagrama de flujo del sistema agroecológico.
Fuente: Yandun, 2018.

2.9.1.- Estructura de la finca

“La estructura de la finca está dada por el número de componentes que interactúan y el tipo de los mismos, en el entendido que pueden ser físicos, bióticos y socioeconómicos” (Murcia, 2016). Como todo sistema posee:

- Estructura.
- Característica.
- Fusión determinada.

La función de la finca está dada por los procesos de generación genera flujos de materiales, energía, dinero e información que entra y salen del sistema.

2.9.2.- Mapa de la parcela o finca

Los mapas de fincas deben cumplir una misión significativa, como explicar una historia, presentar una idea o ilustrar una situación. Conviene construir un mapa base que tengan una buena definición de información, trabajar entre varias personas entendidas en el tema, dibujar claramente en lo posible todo lo más relevante, incluir información precisa básica, clara, veraz, divulgadora, y al tener leyendas visibles si poner la simbología (Maonic, 2016, pág. 15).

2.9.3.- Clasificación de las fincas

Se puede clasificar teniendo en cuenta: La estructura, como criterio de tamaño riqueza e interacción directa entre componentes” (Murcia, 2016); y se las puede clasificar por su función:

- Niveles de ingresos brutos o netos.
- Niveles de mano de obra usados en la finca.
- Porcentaje de mano de obra aportada por la familia.
- Eficiencia en el uso de la tierra, el capital y la mano de obra.

2.10.- La finca como un sistema

Según Murcia (2016) “es un sistema agrícola que posee componentes físicos, como agua, energía; componentes abióticos, como poblaciones de plantas y animales; y componentes socioeconómicos, como una vivienda, aspectos financieros etc.”

2.10.1.- Unidades productoras agroecológicas

Estas áreas o zonas comparten características naturales que establecen una problemática homogénea y, por lo tanto, tienen la probabilidad de tener un dominio específico de recomendaciones. La investigación de unidades agroecológicas implica adquirir información sobre el suelo, el clima y los recursos hídricos, así como comprender las posibilidades en términos de producción agropecuaria (Elías Velázquez, 2008).

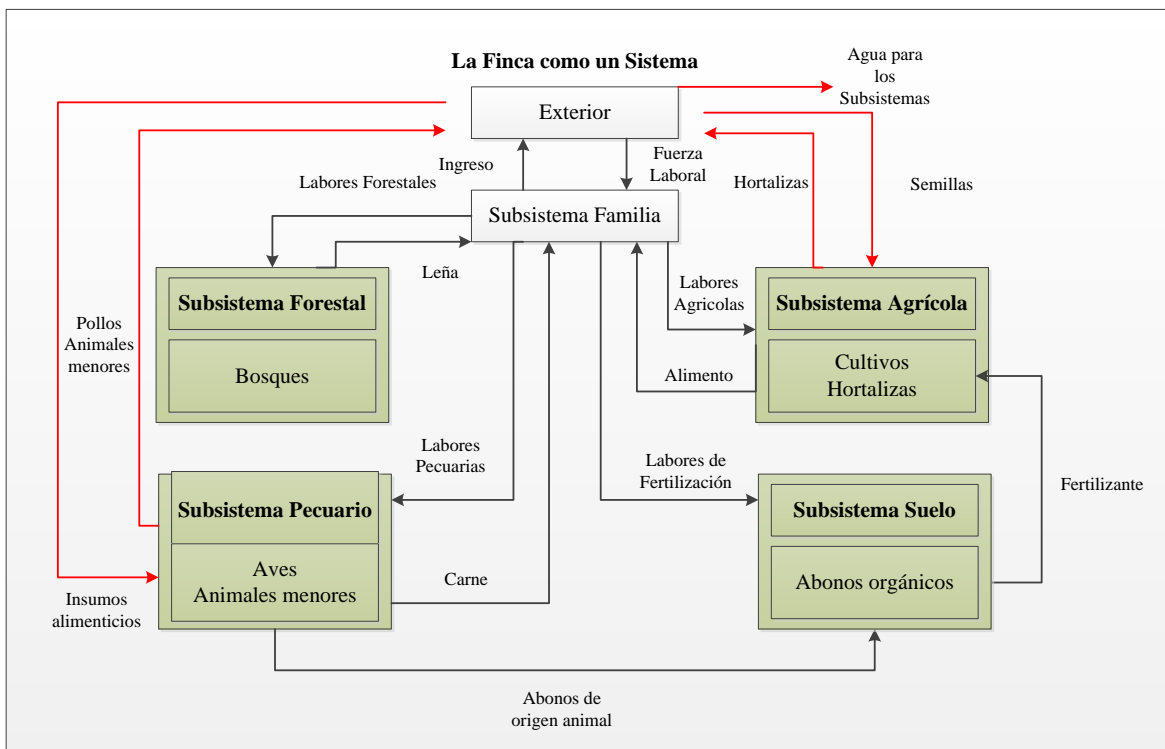


Figura 3. La finca agroecológica como un sistema.

Fuente: Adaptado de Griffon, 2008.

2.11.- Sistemas de producción agroecológica

El sistema de producción está constituido por seis diferentes subsistemas que se describen a continuación; subsistema suelo, subsistema cultivo, subsistema pecuario, subsistema riego y subsistema forestal, siendo de gran importancia ya que ayuda a conservar y regenerar el agua, el suelo y la biodiversidad además mantiene la productividad a largo plazo.

Dufumier, (1998) citado por Apollin & Eberhart, (1999, pág. 32), define el sistema de producción como “El conjunto estructurado de actividades agrícolas pecuarias y no agropecuarias establecido por un productor y su familia para garantizar la reproducción

de su explotación, resultado de la combinación de los medios de producción y de la fuerza de trabajo disponible en un entorno socioeconómico y ecológico determinado”.

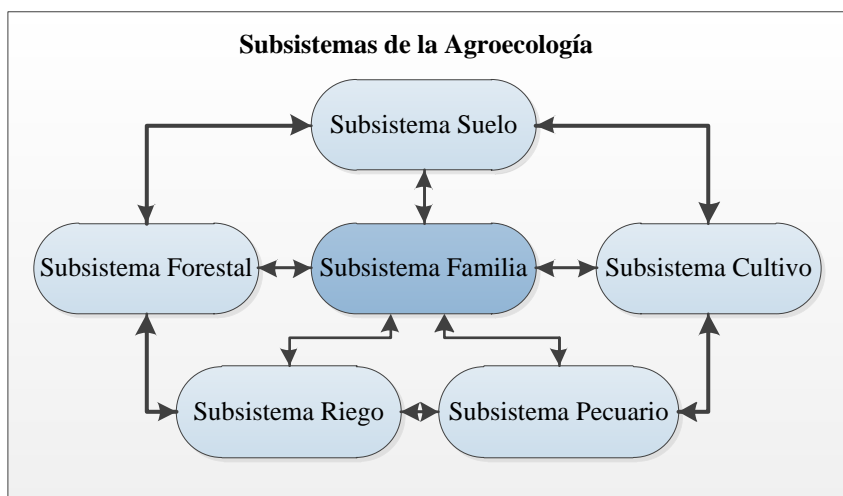


Figura 4. Estructura general de un subsistema agroecológico.
Fuente: Olivera, 2001.

2.11.1.- Subsistema suelo

“Es el sitio de almacenamiento de nutrientes o alimento para las plantas. La materia orgánica es un componente muy fundamental en todo suelo agrícola y es el factor principal del potencial total de la producción” (Padilla, 2005).

Los suelos sanos mantienen una comunidad variada de organismos del suelo que ayudan a controlar las enfermedades de las plantas, insectos y malezas, forman asociaciones simbióticas beneficiosas con las raíces, reciclan nutrientes esenciales para las plantas, mejoran la estructura del suelo con efectos positivos para el agua del suelo y la capacidad de retención de nutrientes, y en última instancia mejoran la producción agrícola (FAO, 2015).

2.11.2.- Subsistemas de cultivos

Las actividades agrícolas abarcan la producción de hortalizas, plantas medicinales, cultivos andinos, barreras vivas y forraje, cultivándose en pequeños espacios durante todo el año.

“Definidos al nivel de las parcelas, explotadas de manera homogénea, con las mismas tecnologías y sucesiones de cultivos. En este sentido, se distinguen varios sistemas de cultivo dentro de un sistema de producción” (Apollin & Eberhart, 1999, pág. 33).

2.11.3.- Subsistemas de pecuario

“Comprende todas las especies animales que se encuentran en la finca (bovinos, porcinos, equinos, caprinos, etc.), juntamente con parásitos y enfermedades relacionadas con las anteriores especies” (Malagón & Prager, 2001, pág. 33).

En este aspecto se encuentra la crianza de animales menores en la granja, beneficiándose de la carne y huevos como alimento nutricional para la familia. Se puede presentar una gran variedad de especies en la granja, teniendo una diversificación productiva e ingresos al productor.

2.11.4.- Subsistema forestal

“Están orientados a desarrollar actividades productivas en condiciones de alta fragilidad, con recursos naturales degradados, mediante una gestión económica eficiente, alterando al mínimo la estabilidad ecológica, lo cual contribuye a mejorar la sostenibilidad de los sistemas productivos” (Portillo, 2010). Esto se realiza a través de una explotación adecuada de árboles y técnicas que mantengan en equilibrio el ecosistema.

Las especies forestales contribuyen a la diversificación en los predios ayudando a la conservación del suelo, así como también a la protección del cultivo como barreras vivas.

2.11.5.- Subsistema riego

El riego es muy primordial en la producción agrícola ya que sin este no se podría cultivar durante todo el año, además un eficiente riego disminuye el desperdicio de agua que cada vez es más escaso, en cuanto a la gestión del agua realiza su reparto con criterios de equidad y saberes comunitarios.

Son mecanismos que permiten desviar el agua desde su lugar de almacenamiento hasta los campos agrícolas, con miras a incrementar el agua disponible para los cultivos e intensificar el rendimiento de los mismos. Para muchos productores agrícolas el riego es particularmente fundamental en las épocas en que las precipitaciones son inferiores a los niveles normales o en caso que llueva a destiempo (FAO, 2001).

2.11.6.- Subsistema familia

Olivera, (2002) afirma que la familia es una parte esencial en el manejo del predio, ya que de sus miembros depende el desarrollo de la parcela, por lo que es vital el grado de unión que existe entre sus integrantes y a su vez, como están distribuidas las actividades en ellos (hombre, mujer, hijos), conocer quienes tienen acceso a los recursos y quienes toman las decisiones en la finca.

2.12.- Modelo de gestión

Es la descripción del proceso administrativo que existe o se pondrá en marcha dentro de una organización con el fin de organizar los recursos que contribuirán a la sostenibilidad (Cabezas, 2010, pág. 3), consiste en reunir todas las actividades y funciones en forma tal que ninguna de ellas esté subordinada a las otras y que cada una se planee, controle y ejecute de un modo formal y sistemático (Fleitman, 2007, pág. 243).

“Es un esquema o marco de referencia para la administración de una entidad. Los modelos de gestión pueden ser aplicados tanto en las empresas y negocios privados como en la administración pública” (Hidalgo, 2015).

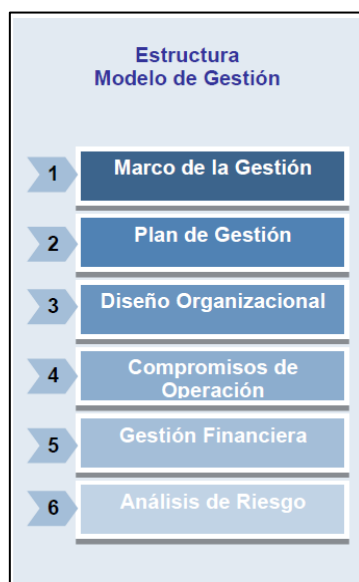


Figura 5. Estructura modelo de gestión.

Fuente: Cabezas, 2010.

2.13.- Modelo de gestión agrícola con enfoque agroecológico

El modelo como se aprecia posee tres aspectos fundamentales: las entradas; el proceso de gestión agrícola con enfoque agroecológico en sí y las salidas condicionadas por las acciones de mejoras, el rendimiento y la sostenibilidad agroecológica. Cada uno de los componentes del modelo se relaciona con los diferentes actores del proceso que actúan dentro del entorno social, económico y político (Burgo & Maldonado, 2016, pág. 10).

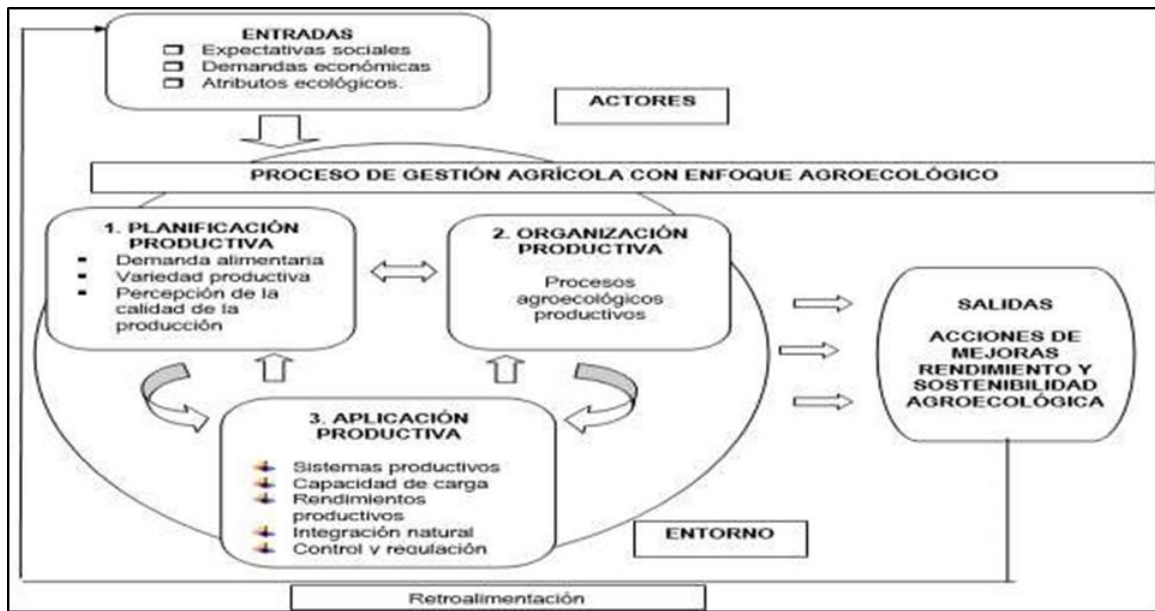


Figura 6. Estructura modelo de gestión agrícola con enfoque agroecológico.

Fuente: Burgo & Maldonado, 2016.

MARCO LEGAL

2.14.- Políticas públicas para la agroecología

La Constitución de Ecuador garantiza el derecho a la comida, establece la soberanía alimentaria como objetivo estratégico del gobierno y reconoce los derechos de la naturaleza. Estas disposiciones deben interpretarse considerando el contexto general de la constitución y los principios que guían la vida de los ecuatorianos. Desde el comienzo del documento se valoran las tradiciones ancestrales, la diversidad cultural y se celebra la importancia de la naturaleza para nuestra supervivencia. Los principios constitucionales promueven el concepto del "Buen Vivir" como una nueva forma de convivencia en armonía con el entorno natural (HEIFER, 2014).

Constitución de la República del Ecuador

Art. 13 en el que se establece el derecho a la alimentación: Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales. El Estado Ecuatoriano, promoverá la soberanía alimentaria

Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*

Art. 410.- El Estado brindará a los agricultores y a las comunidades rurales apoyo para la conservación y restauración de los suelos, así como para el desarrollo de prácticas agrícolas que los protejan y promuevan la soberanía alimentaria

Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria

Artículo 14. Fomento de la producción agroecológica y orgánica. - El Estado estimulará la producción agroecológica, orgánica y sustentable, a través de mecanismos de fomento, programas de capacitación, líneas especiales de crédito y mecanismos de comercialización en el mercado interno y externo, entre otros (Asamblea, 2010).

CAPITULO III.

MARCO METODOLÓGICO

La elaboración de esta investigación requirió la implementación de una metodología que desempeñó un papel fundamental en su progreso y desarrollo.

3.1.- Descripción del área de estudio

La parroquia La Esperanza está ubicada en la provincia de Pichincha del cantón Pedro Moncayo, su altura tomada desde la zona más alta que representa el Cerro Negro a 4300 m.s.n.m. y la zona baja que corresponde el cañón del río Pisque de 2400 m.s.n.m siendo una parroquia que tiene diversidad de microclimas debido a sus diferentes zonas altitudinales con una temperatura promedio 13 °C y su superficie de 3700 hectáreas (PDOT de La Esperanza, 2015, pág. 19).

Sus límites geográficos con otros cantones son: al norte limita con el cantón Otavalo, al sur se encuentra colindante con la parroquia Otón del cantón Cayambe, al este limita con Tabacundo y finalmente, al oeste limita con la parroquia Tocachi del cantón Pedro Moncayo.

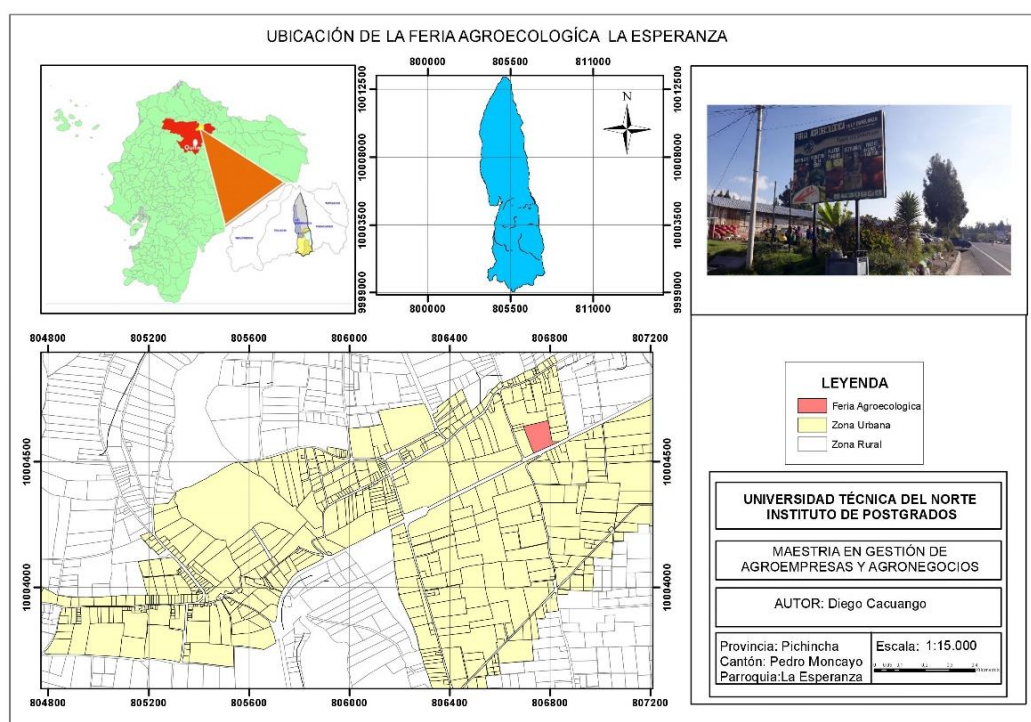


Figura 7. Ubicación geográfica de la feria agroecológica La Esperanza.

3.2.- Enfoque y tipos de investigación

- **Enfoque mixto: cualitativo y cuantitativo**

Se escogió por el enfoque cuantitativo en virtud de la obtención de datos numéricos, los cuales se obtuvieron a través de la realización de encuestas y posteriormente fueron sometidos a un proceso de tabulación y análisis.

También se apoyó del enfoque cualitativo debido a su importancia para enriquecer y complementar la comprensión del modelo de gestión en el ámbito de la producción y comercialización. Este enfoque permite una exploración más profunda y contextualizada, lo que conlleva a la toma de decisiones más informadas y a la implementación de mejoras efectivas en dicho modelo.

- **Investigación de campo**

Se levantó información de las Unidades Productoras Agroecológicas de la Parroquia La Esperanza perteneciente a la feria, para identificar las prácticas de labores culturales de los cultivos, lo cual contribuyó a obtener una comprensión más completa del sistema de producción presente en las fincas agroecológicas. Además, se realizó el levantamiento de información acerca del estado actual de la feria, realizando visitas a las instalaciones y observando la afluencia de consumidores.

- **Investigación documental**

La revisión de información obtenida de libros y manuales especializados en agroecología, así como de modelos de gestión enfocados en la producción, fue fundamental para llevar a cabo el proceso de recopilación de datos necesario en el diseño del modelo de gestión destinado a garantizar la calidad en la producción y comercialización de productos orgánicos.

- **Investigación descriptiva**

En la elaboración de este documento se utiliza la investigación descriptiva, que permitió conocer en forma detallada la gestión que se realiza en la feria Agroecológica, así como los procesos de producción. Además, nos facilitó la evaluación de las características del producto, los precios, la infraestructura, equipos, maquinarias y

recursos humanos. Dado que este proceso confronta el análisis teórico de la temática relacionada con un modelo de producción de calidad, se logra un aporte al conocimiento científico en el campo administrativo, productivo y comercialización.

- **Investigación deductiva**

En este caso se plantea considerar las tendencias de la población en términos generales y asimilarlas para su aplicación dentro de los estudios de la corporación en términos específicos.

Se aplicó este tipo de investigación con el fin de inferir y analizar de manera rigurosa los procesos inherentes al modelo de gestión, abarcando áreas tales como operaciones, producción, comercialización y aspectos asociativos.

3.3.- Procedimiento de investigación

3.3.1.- Fase 1: Diagnostico de la situación actual de la feria agroecológica

- Entrevista a los principales actores de la feria.

Se realizó una entrevista semiestructurada al presidente y vicepresidenta, con el fin de obtener información sobre el origen de la feria, su gestión y la estructura organizativa actual. Esta entrevista resultó fundamental para determinar la estructura organizativa vigente de la feria agroecológica.

- Observación in situ de la feria.

A través de esta observación, se logró identificar la infraestructura actual de la feria, así como sus ventajas y potencialidades. Asimismo, se detectaron las debilidades existentes que afectan el correcto funcionamiento de la feria.

- Aplicación de las encuestas a los consumidores.

Se aplicó una encuesta estructurada a 69 consumidores que visitan la feria, con la finalidad de obtener información sobre diversos factores que influyen en la compra de productos orgánicos. Estos factores incluyeron la aceptación de los productos orgánicos, la frecuencia de compra, el presupuesto destinado a la compra de productos orgánicos, así como la segmentación del consumo por edades. Esta encuesta nos proporcionó una visión integral del consumo actual de hortalizas en la feria.

- Análisis de datos recopilados.

Una vez aplicado los instrumentos de recolección de información, se procedió a la sistematización y el análisis correspondiente. En esta etapa se describió en detalle todo el proceso organizativo actual de la feria agroecológica

3.3.2.- Fase 2: Análisis de las unidades productivas

- Selección de las fincas productivas agroecológicas.

Se identificaron las principales unidades de producción agroecológica en el sector, para lo cual se realizó una encuesta estructurada a 46 socios activos que suministran sus productos en la feria agroecológica.

- Aplicación de la encuesta en las unidades productoras agroecológica.

Se aplicó una encuesta a cada propietario de las UPA. Con la finalidad de obtener información pertinente como; datos generales de la unidad productiva, mano de obra familiar, cultivos sembrados, crianza de animales, aspecto organizacional, ingresos, gasto y acceso acreditado, esta información nos permitió obtener datos pertinentes para su posterior análisis de las fincas agroecológicas en producción. También se determinó si tienen otros ingresos externos obtenidas por otras actividades.

- Análisis de datos recopilados

Una vez recolectada la información proveniente de las encuestas, se procedió a su tabulación con el propósito de presentarla en forma de tablas y gráficos, lo cual facilitó la discusión de la información relevante en el presente estudio.

3.3.3.- Fase 3: Elaboración del modelo de gestión de producción y comercialización

Utilizando la información analizada en las Fases I y II, así como la información bibliográfica recopilada de modelos de gestión, se procedió a la elaboración de un documento que propone un modelo de gestión integral. Este modelo busca consolidar todo el proceso, desde la producción en campo hasta el transporte y la comercialización del producto hacia el consumidor final. Con ello, se pretende facilitar iniciativas de innovación y promover la mejora continua.

- Análisis de datos.

Se analizó los datos en tabla de Excel y su tabulación en el programa SPSS obteniendo información sistemática.

3.4.- Técnica e instrumento

3.4.1.-Técnica

- **Entrevista**

La entrevista es una técnica el cual tiene un propósito de reunir información relevante pudiendo comparar puntos de vista diferentes sobre un tema específico. Se llevó a cabo una entrevista con el presidente y la vicepresidenta de la asociación de productores agroecológicos La Esperanza. La entrevista se realizó utilizando un cuestionario semiestructurado que incluía preguntas relacionadas con diversos aspectos. Entre las preguntas formuladas se abordaron temas como la propuesta de la feria agroecológica, los aspectos fundamentales de su fundación, las instituciones que les brindan apoyo, la estructura organizativa, los problemas actuales que enfrentan y la gestión de la feria en la actualidad

- **Encuesta**

La encuesta es uno de las técnicas más utilizadas en la investigación permite obtener amplia información de fuentes primarias, como mano de obra, insumos agrícolas entre otros, ayuda a identificar las características de producción de las unidades productoras agroecológicas.

Se aplicó dos encuestas estructuradas una dirigida a los consumidores, presentando tres aspectos importantes datos generales, dimensión social y dimensión económica. La segunda encuesta se realizó a los productores agroecológicos destinados al levantamiento de información de las fincas agroecológicas.

- **Observación directa**

Con esta “técnica de investigación que consiste en observar personas, fenómenos, hechos, casos, objetos, acciones, situaciones” (CreceNegocios, 2013), ya que evidencio la necesidad de establecer planes de organización a los agricultores agroecológicos permitiéndonos verificar, analizar y coleccionar información valiosa.

- **Revisión de documental**

Se tomó información científica de libros, revistas, simposios y todo material bibliográfico para contribuir al desarrollo del trabajo.

3.4.2. Instrumento

- **Guion de entrevista**

Para la realización de la entrevista, se utilizó un guion de entrevista semiestructurada que incluía una serie de preguntas relacionadas con aspectos relevantes de la feria agroecológica. Estas preguntas abordaron temas como la fundación de la asociación, las instituciones que apoyan el desarrollo de los agricultores, la infraestructura actual, la estructura organizativa, los estatutos y la gestión de la feria. La estructura del guion de entrevista se encuentra detallada en los Anexos.

- **Cuestionario**

Es un conjunto de preguntas sobre aspectos que son de interés en una investigación.

Se aplicó un cuestionario estructurado que contenía datos generales, aspectos sociales, aspectos económicos, consumo y preferencias de los productos orgánicos ofrecidos en la feria. El cuestionario constaba de un total de 15 preguntas. La encuesta para los consumidores se realizó en tres domingos a las personas que asistieron a la compra de los productos que ofertan. Una vez aplicado el cuestionario se tabuló en el programa SPSS para su posterior análisis e interpretación de los resultados. La estructura del cuestionario se presenta en los Anexos.

En lo que respecta al cuestionario dirigido a los productores agroecológicos, este incluye diversos aspectos, tales como: datos generales del productor, mano de obra familiar, cultivos, pecuario, aspectos organizacionales ingresos y gasto, y acceso al crédito. La estructura del cuestionario se presenta en los Anexos.

3.5.- Consideraciones bioéticas

Para llevar a cabo este trabajo de investigación, se obtuvo el permiso correspondiente de la asociación, siguiendo los principios de la bioética, como la autonomía, beneficencia, no maleficencia y justicia. Se realizó y aplicó una encuesta a todas las

personas involucradas en la producción agroecológica, quienes participaron de manera voluntaria y dieron su consentimiento para formar parte de este estudio.

Cabe destacar que este proyecto de investigación no requirió de ningún tipo de financiamiento económico, ya sea público o privado. Todos los recursos económicos utilizados fueron proporcionados y cubiertos por el investigador. Además, es importante resaltar que este estudio no causará ningún tipo de daño a los participantes involucrados en el proceso de diagnóstico.

CAPÍTULO IV.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1.- Diagnóstico de la situación actual de la Feria Agroecológica La Esperanza

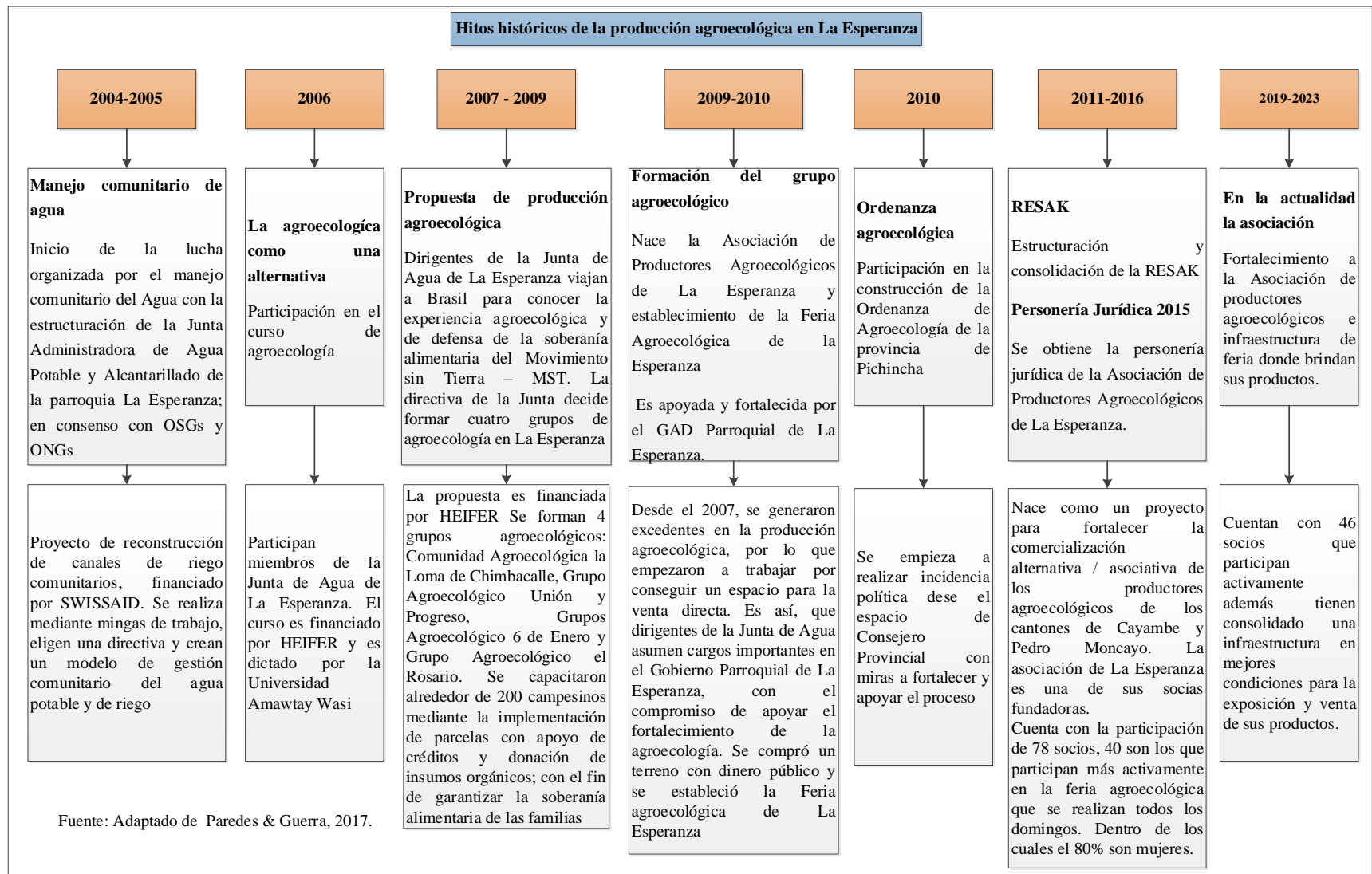
Este resultado brindó información actualizada acerca de la organización de la feria agroecológica, incluyendo su estructura organizativa, configuración física, estatutos y regulaciones.

4.1.1.- Antecedentes históricos de la Feria Agroecológica la Esperanza

La junta de agua potable La Esperanza y con el apoyo de la fundación SWISSAID en el año 2004 fue el primer pionero en fomentar la agricultura agroecológica, es así que se implementó proyectos agrícolas para garantizar la soberanía alimentaria con enfoque agroecológico y su excedente de producción véndela, de esta manera se fue adoptando lentamente el cambio de modelo de producción, formando y fortaleciendo grupos de productores agroecológicos.

La feria agroecológica nace de un grupo de productores agroecológicos quienes primero forman la asociación de productores agroecológicos La Esperanza y posteriormente es legalizada el 03 de agosto del 2015, con personería jurídica sin fines de lucro. Luego de haber conformado dicho grupo y con la ayuda del GAD parroquial proporciona un sitio para la comercialización de los productos que se encuentra ubicado en el barrio Seis de Enero, Panamericana norte Km 40, vía a la ciudad de Tabacundo. La feria ofrece sus productos todos los domingos, desde las 6:00 hasta las 14:00 horas.

Tabla 2. Hitos históricos de la producción agroecológica en La Esperanza.



Fuente: Adaptado de Paredes & Guerra, 2017.

4.1.2.- Situación legal

Asociación de Productores Agroecológicos La Esperanza

Está legalmente constituida el 03 de agosto del 2015, en su registro consta con 78 socios fundadores, pero con el pasar de tiempo, algunos socios se han desvinculado teniendo en la actualidad 46 socios activos los cuales se dedican a la producción agroecológica principalmente de hortalizas frutas y animales menores que comercializan todos los días domingos.

La comercialización de sus productos se realiza directamente en la feria agroecológica, un espacio apropiado y controlado que garantiza el cumplimiento del peso y establece precios justos. De esta manera, contribuimos a mantener la seguridad alimentaria en el sector.

La asociación de productores agroecológicos se sujeta a los principios fundamentales:

- La Constitución de la República del Ecuador.
- Ley orgánica de la economía social y solidaria.
- Estatutos y reglamento interno.
- Otras actividades jurídicas que se rige a la asociación.

La Asociación de Productores Agroecológicos La Esperanza una vez legalizada realiza la aprobación del reglamento interno misma que es registrada el 27 de marzo del 2017 estableciendo lo siguiente.

El objetivo general: Promover e incentivar la producción agroecológica para la contribución a la soberanía alimentaria, mediante la recuperación y conservación de semillas e integración de más productores agroecológicos de la parroquia La Esperanza y sus alrededores.

Los objetivos específicos: que contribuirán al buen desarrollo de la asociación y sus metas a cumplir.

- Producir con responsabilidad productos sanos para el cuidado de la salud de las familias, de la población en general y del medio ambiente, para consumir, intercambiar y comercializar los excedentes en canales directos.
- Mejorar la calidad de vida de los asociados, mediante la generación de ingresos económicos provenientes de la producción, conservación, transformación y comercialización de los productos agroecológicos.
- Promover los saberes y conocimientos ancestrales mediante la promoción de las propiedades nutricionales y medicinales de los productos agroecológicos. (Asociación de productores, 2017).

4.1.3- Estructura organizacional

La asociación de productores agroecológicos en el estudio presenta la siguiente estructura organizacional que está conformada por: Asamblea general, directiva y finalmente los productores agroecológicos.

La asamblea general que es la máxima autoridad y sus decisiones son obligatorias tanto, para los Organismos de Gobierno de la Asociación como para los asociados, siempre y cuando las mismas no implique violación al Estatuto, Leyes afines y reglamento interno, se conformara con todos los asociados activos en uso y goce de sus derechos legalmente establecidos (Asociación de productores, 2015, pág. 11).

Después sigue la directiva que es representada por el presidente, siendo la máxima autoridad ejecutora de la organización y corresponde ejercer la representación legal, en lo judicial y extrajudicial. El vicepresidente, corresponde reemplazar al presidente con igual derechos y obligaciones, en caso de ausencia, incapacidad o falta temporal del presidente titular. En caso de falta definitiva del presidente, el vicepresidente asumirá la presidencia hasta concluir el período correspondiente. El secretario cuya función principal es llenar el libro de actas de cada reunión de la Asamblea y de la Directiva, por otra parte, el tesorero debe realizar la recaudación de las cuotas a los asociados oportunamente y cualquier tipo de ingreso, siendo personal peculiarmente responsable de los valores a su cargo.

Finalmente, los miembros de la Directiva y las comisiones especiales durarán en sus funciones dos años calendario, podrán ser reelegidos por una sola vez en forma consecutiva.

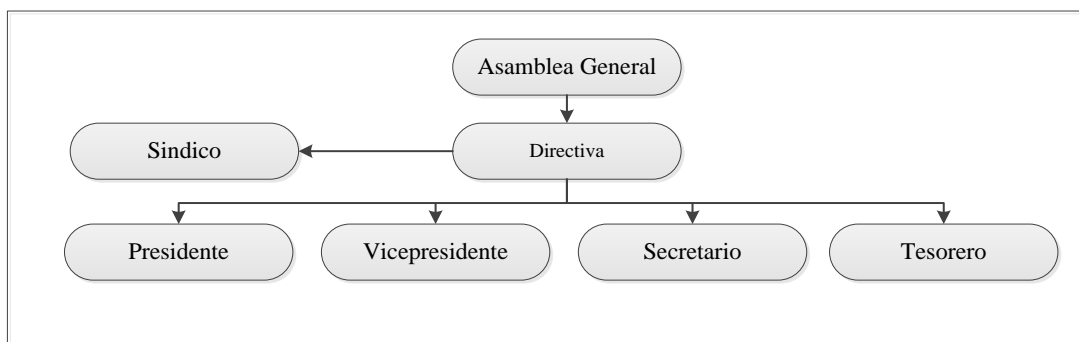


Figura 8. Estructura organizacional.
Fuente: Asociación de productores, 2020.

El esquema que se presenta en la figura 8. Genera poder cívico, proporcionándole derechos y obligaciones a las personas asignadas, y serán los representantes oficiales de la asociación ante cualquier actividad a realizarse.

4.1.4.- Obligaciones de los asociados.

Obligaciones de la asociación de productores agroecológicos:

- Cumplir con las disposiciones del presente Estatuto su Reglamento interno y demás resoluciones que emanen los organismos directivos, así como las del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.
- Participar activamente de la planificación y ejecución de los proyectos programas trazados por la Asociación para alcanzar los fines propuestos.
- Aceptar y desempeñar los cargos y comisiones para los cuales hayan sido designados por la Asamblea General o por la directiva.
- Suministrar a la asociación la información que aquella requiere con el fin de cumplir con sus objetivos.
- Cumplir el pago de las cargas económicas con la Asociación y por consecuencia pagar oportunamente las cuotas ordinarias y extraordinarias según sea el caso.

4.1.5.- Modelo de Gestión Actual

La parroquia La Esperanza es considerada como una zona de producción agroecológica en cultivos andinos, rescatando los saberes ancestrales y semillas del sector, donde no se utiliza productos químicos para la producción de los cultivos así disminuye el impacto de la contaminación del medioambiente y busca un comercio justo de sus productos agrícolas.

La asociación está conformada en su mayoría por mujeres, aproximadamente un 80%, dedicándose principalmente a la producción de hortalizas y a la crianza de animales menores. Se debe tener en cuenta que algunos productores también obtienen ingresos de otras actividades, además de su participación en la feria.

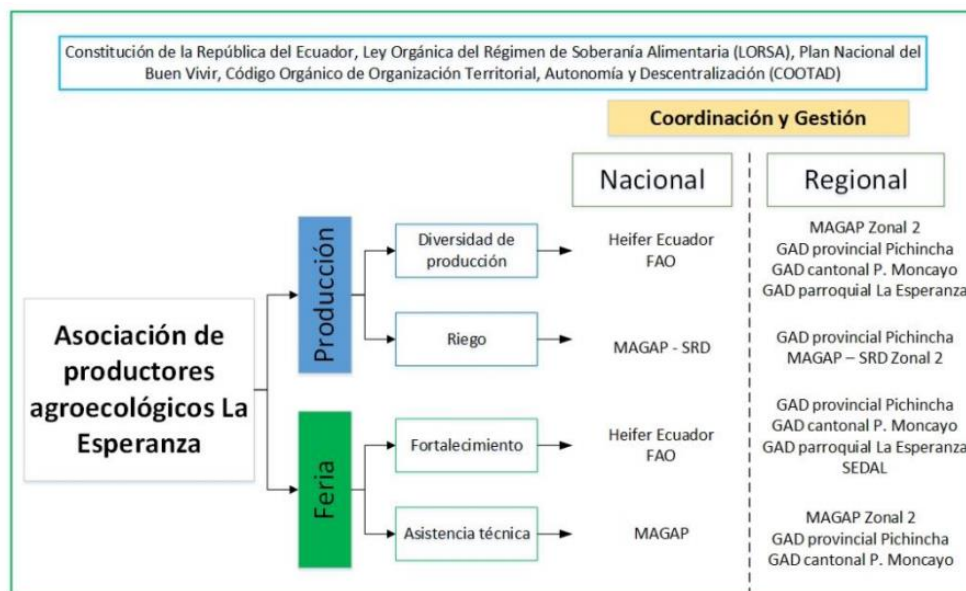


Figura 9. Modelo de gestión de la feria agroecológica La Esperanza.
Fuente: AndeanTech, 2016.

Como se puede observar en la figura 9. El modelo de gestión actual de la feria agroecológica La esperanza está compuesto por dos ejes principales:

La producción: que consiste en todo el proceso desde la siembra hasta la cosecha el cual es apoyada principalmente Heifer, FAO, MAGAP y GAD parroquial La Esperanza realizando capacitaciones en temas como: producción orgánica, escuela de agroecológica, preparación del suelo, elaboración de bonos y control de plagas y enfermedades del cultivo. Por otra parte, se realiza el fortalecimiento organizacional en la junta de agua de riego para la distribución eficaz del líquido vital.

Con el propósito de mejorar la producción, se ha establecido una delegación encargada de acompañar y monitorear a los socios de manera periódica. Esta delegación realiza una veeduría en las áreas productoras, asegurando así la producción de productos sanos y de alta calidad.

Feria: Una vez obtenidos los productos, son destinados a la feria agroecológica, que funciona como un sitio de comercialización. Igualmente reciben asistencia técnica y fortalecimiento de las instituciones ya mencionadas, en temas tales como atención al cliente, nutrición, limpieza y sanidad de alimento.

La junta parroquial brinda apoyo a la asociación de productores agroecológicos al proporcionarles un espacio propio que utilizan para la comercialización de los productos que oferta. Este espacio se ha denominado Feria Agroecológica La Esperanza, la cual se realiza todos los días domingos de 6:00 a 14:00 horas.

A nivel externo de la organización, el modelo de gestión pretende priorizar la atención a los pequeños productores agroecológicos que forman parte de la feria agroecológica La Esperanza, a través de la coordinación y gestión de acciones con instituciones públicas y privadas (AndeanTech, 2016).

4.1.6.- Modelo de producción

Los productores realizan algunas prácticas de incorporación de materia orgánica al suelo, dentro de esto se puede observar la aplicación de estiércol de cuy, biol, compost y gallinaza. De igual importancia se incorpora al terreno restos de cosechas anteriores para su posterior descomposición, con estas actividades mencionadas se pretende mejorar la fertilidad del suelo. Los productores mencionan que el aumento de materia orgánica tiene un efecto positivo como robustez en la planta, haciendo que se ha más resistente a plagas y enfermedades, y mejorando el rendimiento en la producción.

Es decir, la materia orgánica es un componente fundamental en los procesos edáficos y tiene un efecto positivo en la productividad de los sistemas agrícolas (Raison y Rab, 2001). Por otra parte, la materia orgánica incorporada en forma adecuada al suelo representa una estrategia básica para darle vida al suelo, ya que sirve de alimento a todos los organismos que viven en él (Gerrero, 1993).

Otra actividad que realizan es la asociación de cultivos, mencionan que permite repeler algunos insectos y se puede aprovechar al máximo el espacio del predio, un ejemplo que se observa en el sector, se realiza la siembra de maíz asociado con frejol.

Los sistemas de policultivos presentan una mayor eficiencia biológica en comparación a los monocultivos, es decir, que los agricultores realizan un mejor uso de

su tierra, pues aprovechan todos los espacios del suelo al sembrarlos a la misma vez, obtienen mayor estabilidad ecológica, económica, social, energética, e incremento en la productividad del trabajo (Gutierrez, 2007).

Los productos principales son hortalizas, los cuales son cultivos de ciclo corto y no requieren una alta inversión. Además, tienen la capacidad de ser producidas durante todo el año. También se puede observar que tienen una producción de flores, papas, granos andinos que contribuyen también a generación de ingresos familiares.

La mano de obra es principalmente familiar ya que todos contribuyen en las diferentes actividades de labores culturales en el cultivo, aunque cada vez la mano de obra familiar es menor debido a que los hijos dedican tiempo a los estudios.

En términos generales, la agricultura practicada por los pequeños productores se caracteriza por ser de índole doméstica. Esto se debe a que involucra el cultivo en huertas familiares, se apoya en la utilización de mano de obra de la propia familia, posee ciclos de cultivo cortos y está destinada principalmente al autoconsumo. Además, las producciones excedentes tienen la ventaja de proporcionar acceso a los mercados locales (FAO, 2004).

4.1.7.- Modelo de comercialización

Los agricultores agroecológicos realizan la comercialización directa la cual consiste en la venta del producto al consumidor cara a cara. En resumen, los productores cosechan y transportan sus productos hacia la feria agroecológica, donde los venden directamente a los consumidores. La feria se realiza todos los días domingos y cada productor tiene su propio puesto de venta, convirtiéndose este en su canal de comercialización.

Productor: Se refiere a individuos que se dedican a la producción de diversas hortalizas tanto para su consumo personal como para la comercialización de los excedentes, lo que les proporciona un ingreso adicional para el bienestar de su núcleo familiar. Entre las hortalizas que cultivan con mayor frecuencia se encuentran la col, la lechuga y la zanahoria, además de la cría de animales menores como cuyes, conejos y gallinas.

Postcosecha: Una vez separado los alimentos para el consumo propio el excedente es seleccionado para la venta. En esta fase se procede a la limpieza del producto y a la selección del mismo, luego es colocada en fundas simples o elaboran atados, esto depende de la variedad de hortalizas a ofertar; por ejemplo, el tomate riñón lo colocan en fundas transparentes y para el cilantro se realizan atados. No se realiza ningún tipo de empaque exclusivo ni la colocación de algún tipo de logotipo o etiqueta al producto.

Feria Agroecológica: Es un espacio apropiado en el cual cada productor dispone de un área designada para la comercialización de sus productos, dirigida a aquellos interesados en adquirirlos. Cada espacio está distribuido en zonas específicas para garantizar una organización eficiente.

Consumidor Final: Es el cliente que compra los productos dependiendo de los requerimientos de cada familia por lo general realizan una vez a la semana o cada 15 días.

Los precios del producto son establecidos por los socios, esto les permite tener un precio similar entre socios, cada cliente tiene preferencia por algunos productos con base a la atención al cliente o amistad que se ha dado entre ellos.

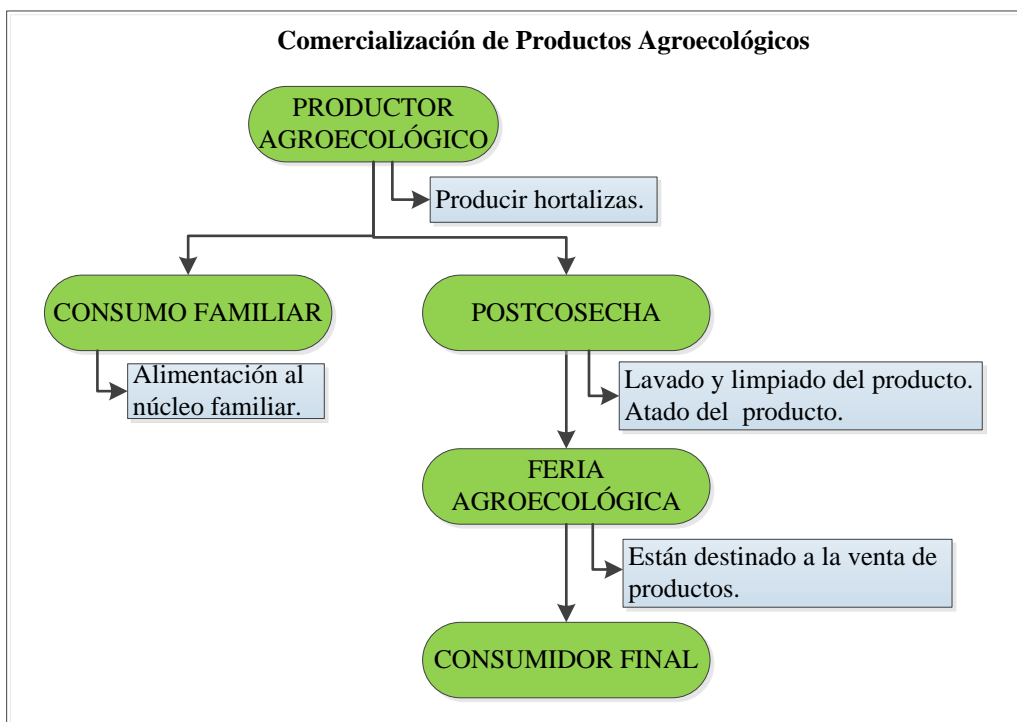


Figura 10. Comercialización de productos agroecológicos.

4.1.8.- Infraestructura física de la feria

La Junta Parroquial posee una propiedad de aproximadamente 2000 metros cuadrados ubicada en el tramo norte de la Panamericana, entre La Esperanza y Tabacundo. En esta propiedad, se ha establecido la Feria Agroecológica, la cual desempeña un papel fundamental como punto de comercialización de productos agroecológicos. Esta feria funciona regularmente todos los domingos, atendiendo al público desde las 6 a. m. hasta las 2 p. m.

El sitio donde se encuentra establecido la feria agroecológica cuenta con una infraestructura aproximadamente 180 m² de construcción, con las siguientes características: un espacio con cubierta de zinc e infraestructura realizada con madera, cuenta con ventanas amplias para una buena visualización, además con una entrada principal y una secundaria para el ingreso de los consumidores. Finalmente cuenta con un parqueadero amplio para recibir a propios y extraños que deseen visita la feria.

La feria está dividida en áreas las cuáles son: 1. Área de gastronomía donde se encuentra el respectivo comedor, aquí se ofertan un sin número de platos típicos de la zona para el deleite del consumidor. 2 Área de carnes donde expende diversidad de carnes entre las principales las aves y animales menores. 3. Área de productos agrícolas el cual principalmente se ofertan hortalizas y granos. 4. Tarima donde es utilizada para los eventos importantes.

Gracias a un convenio, se logró la construcción de un centro de acopio para los productos agroecológicos, cuya infraestructura ya está terminada. Sin embargo, actualmente no se encuentra en funcionamiento debido a la falta de los equipos necesarios para su operación.

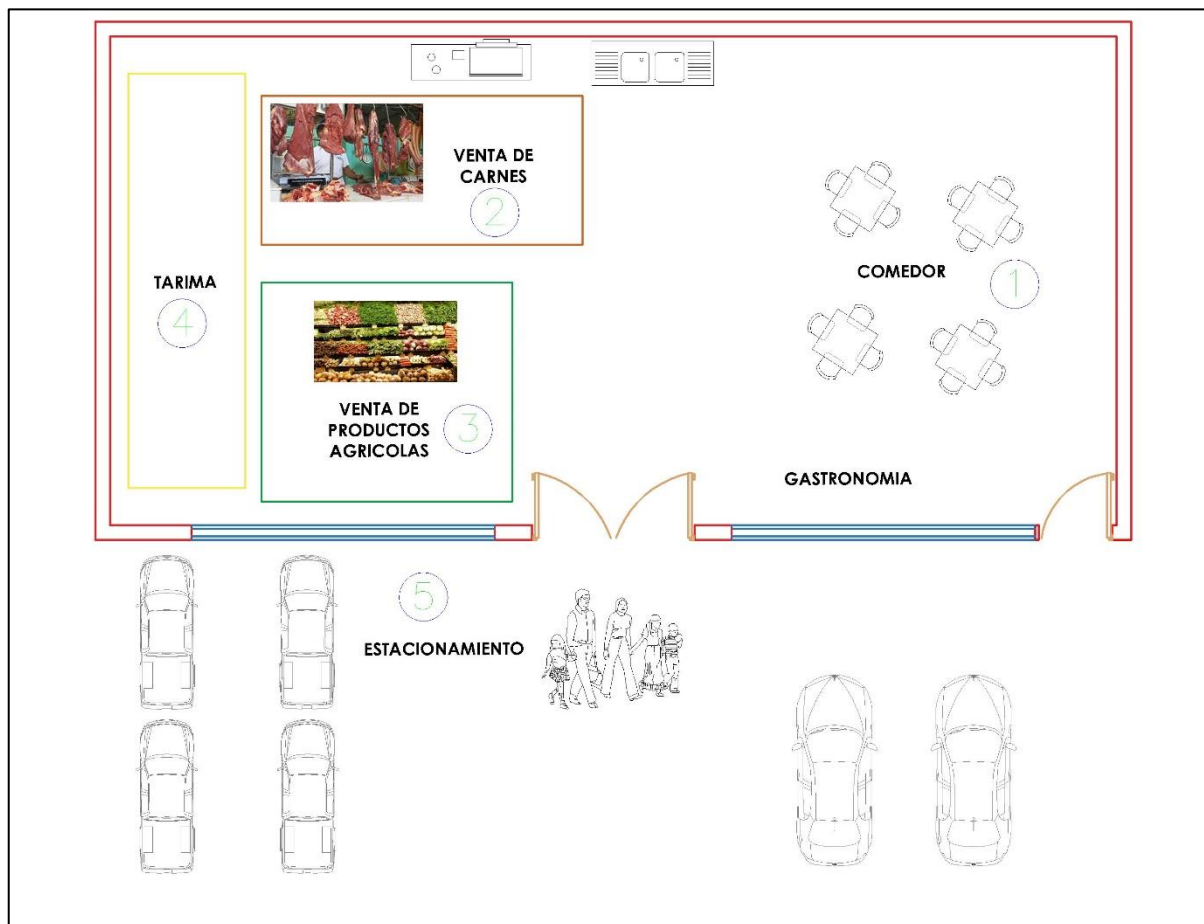


Figura 11. Croquis de la feria agroecológica.

Áreas: 1 Comedor, 2 Venta de carnes, 3 Venta de productos agrícolas, 4 Tarima, 5 Estacionamiento

4.1.9.- Matriz FODA

Tabla 3. Principales productos y cantidades demandadas por los clientes de la feria La Esperanza.

Fortalezas	Debilidades
Hay ingresos para la familia e intercambio de productos.	Falta generar una estructura de gestión entre la DAPLE y la organización de la feria que permita una administración, coordinación, gestión y ejecución eficiente de la feria.
Se consume alimentos sanos para la familia, se ahorra dinero, se produce sanamente sin químicos.	La falta de experiencia en marketing digital dificulta la implementación de estrategias efectivas.
Los agricultores dependen de su tierra y su producción, no de empresas ni patrones	No se garantizar totalmente al consumidor la producción agroecológica desde la finca hasta la feria.
Es un espacio de venta de productos agroecológicos	No hay un presupuesto para trabajar en la organización.
Hay contacto directo entre productores y consumidores	Falta agua para la producción permanente y diversificada.

Oportunidades	Amenazas
La feria es una alternativa de comercialización a la convencional.	El clima causa pérdidas a la producción.
La ubicación de la feria permite el acceso a muchos turistas nacionales y extranjeros.	Competencias de otras ferias: Municipio de Tabacundo (UCUPEM), feria del Buen Vivir.
	No se tiene apoyo institucional para asegurar la producción agroecológica.

Fuente: Entrevistas a productores, 2016.

Elaborado por: AndeanTech.

4.2. Características de los Consumidores de la Feria

Los datos de la encuesta muestran que en la actualidad la realización de las compras en la feria es indistinto del género ya que no existe mucha diferencia entre el sexo al momento de realizar las compras de alimentos para su hogar. Con base en esto del 100 % de clientes encuestados, un 52 % pertenecían al sexo femenino y 48 % al sexo masculino. Tanto hombres como mujeres asisten a la feria agroecológica a realizar las compras de los productos. Al contrario, un estudio realizado a una feria aledaña señala,

“el género femenino es quien más compra productos en las ferias de producción agroecológica, esta tendencia está dada porque aún en la zona se mantiene el estereotipo de que la mujer es quien realiza las compras de alimentos para el hogar y no el hombre” (Monteros, 2020, pág. 70).

Se puede apreciar en la investigación, una gran parte de los encuestados tiene una edad de 41 a 60 años que representa el 64%, esto nos permite conocer que dentro de este rango se encuentran las personas que tienen mayor interés por productos sanos de origen agroecológica, las personas menores a las edades mencionadas presentan un rango 20 a 30 años de edad representando el 22% de los encuestados. Se refiere principalmente a las personas más jóvenes, quienes muestran un interés limitado en adoptar hábitos alimenticios saludables. Por lo tanto, se observa que la participación de este grupo en la feria es relativamente baja. Igualmente, un estudio menciona en sus resultados, “el promedio de edad más bajo de consumo es entre los 21 y 27 años con 21% de los encuestados, (...) mientras que la población cuya edad se encuentra entre 35 a 69 años de edad representan el 48% del total de los consumidores de productos agroecológicos” (Monteros, 2020, pág. 69).

En cuanto a la ocupación, tanto empleados públicos, privados y amas de casa acuden a la feria, destacando una afluencia variada de compradores independientemente de su empleo. Igualmente, los consumidores cuyo nivel de instrucción es secundaria son quienes más consumen los productos de la feria agroecológica con un 43 %, seguido por los consumidores con educación primaria 28%, y finalmente cuya instrucción educativa es superior con un 26 %. Con base en esta información, se puede afirmar que el número de profesionales en el Cantón Pedro Moncayo es limitado. Además, es importante resaltar que, independientemente de su nivel educativo, los consumidores manifiestan una preferencia por alimentos procedentes de la agricultura agroecológica debido a los beneficios que aportan en términos de salud y valor nutricional para las familias.

Un alto porcentaje de encuestados afirma que se enteraron de la feria por amigos y familiares con un 58 %, que han manifestado una buena referencia de la feria tanto en sus productos agrícolas como en el área de gastronomía. La mayor afluencia de compradores es de la misma parroquia o de parroquias aledañas que pertenecen al cantón Pedro Moncayo.

En cuanto a frecuencia de compra el 65% corresponde a clientes que compran una vez a la semana, el 28 % una vez al mes y el 7 % corresponde a clientes que compran cada 15 días. De acuerdo con estos datos, se puede concluir que la mayoría de los clientes (65%) realizan sus compras en la feria agroecológica al menos una vez a la semana. Esto indica que visitar este lugar es una opción frecuente para ellos. Además, es importante destacar que el 99% de los consumidores encuestados están familiarizados con los beneficios de los productos orgánicos. Es por esta razón que acuden a realizar sus compras en este tipo de ferias. Además, destacan la importancia de apoyar a los productores locales y consumir los productos de nuestra región.

La mayoría de los consumidores encuestados acuden principalmente a la feria para comprar hortalizas, representando un 88% de los encuestados. Esto se debe a que la feria ofrece una amplia variedad de hortalizas de alta calidad, y además las hortalizas son un alimento de consumo diario en la alimentación. En cuanto a frutas (6%), granos (4 %) y carnes (1 %) no existe mucho consumo, ya que la feria no cuenta con mucha variedad de los tres productos antes mencionados. Según la información recopilada el rango de gastos en la compra de los diferentes productos es de 10 a 20 dólares que representa el 51 % de los encuestados este valor depende de la capacidad de adquisición de cada familia y los ingresos mensuales por sus empleos o negocios.

Como resultado de la encuesta el 100 % del cliente hace énfasis en tres características el precio, la calidad y tendencia de consumir alimento de origen orgánico para realizar sus compras. En cuanto a los costos, el 54% de los encuestados afirman que los precios de venta de los productos son económicos a comparación con los supermercados. Además, el otro 46% manifiesta que son regulares lo quiere decir que los precios no difieren entre comprar en la feria o en otros mercados de los diferentes sectores, pero hay que tomar en cuenta que estos productos son orgánicos y ahí se encuentra su beneficio adicional. En relación al precio, los consumidores mencionan que el cultivo de estos productos requiere un arduo trabajo que no siempre es reconocido de la manera adecuada.

Por otra parte, una investigación menciona que “el 58% de los consumidores valora la salud al momento de consumir productos agroecológicos, como también el cuidado del medio ambiente y un aporte al desarrollo de los productores. Esto

es importante porque crea de manera indirecta un valor agregado para los productos” (Rivera, 2019, pág. 43).

El 80% manifiesta que, si hay variedad de productos en la feria, aunque la principal oferta de productos agrícolas son las hortalizas esto se debe a que son de ciclo corto y su costo de producción es bajo, además no necesitan una gran cantidad de insumos para la producción. Adicionalmente el 81 % de los consumidores encuestados mencionan que se sienten influenciados de comprar productos agroecológicos porque son de buena calidad, siendo productos de un tamaño adecuado y una presentación óptima para el consumidor, aunque un pequeño grupo no está de acuerdo con la presentación.

De manera similar una investigación menciona, el 75% de los consumidores califica de manera excelente los productos agroecológicos, y el 24% califica como buenos y, apenas el 1% como regular, esto debido a que algunos consumidores no han tenido buenas experiencias al momento de consumir; por ejemplo, las coles, lechugas, brócoli, vienen con insectos en las hojas a pesar de que pasan por un proceso de limpieza de los productos antes de llegar a las mesas de comercialización (Rivera, 2019, pág. 44).

Con relación a la infraestructura actual, se puede afirmar que está organizada de manera eficiente, ya que se distribuye en áreas para un uso óptimo del espacio, además se destaca un ambiente amigable dentro del local, caracterizado por la limpieza, el orden y el cuidado en general. Esta buena infraestructura fue mencionada por el 91% de los encuestados. Por otra parte, la mayoría de encuestados manifiesta que la presentación de los vendedores es considerable con un 75 % para la buena imagen de la feria, hay que tomar en cuenta que la buena presentación del vendedor como por ejemplo llevar un uniforme (un delantal) y una buena higiene es vital para que los consumidores se sientan seguro que está comprando alimentos limpios. Finalmente, el 16 % de los encuestados mencionan que la presentación de los vendedores es regular, esto se debe a que existen uno pocos vendedores que no cumplen con las normas establecidas por la feria, pero se sigue trabajando para que los socios estén en mejores condiciones de presentación así poder acaparar más clientes.

La atención al público deja mucho que decir del vendedor y por ende del grupo de feriantes, el cliente al ser bien atendidos con mucho respeto y amabilidad se sienten

cómodos en el medio y por ende regresarán oportunamente e incluso sugerirán la visita a la feria. En este marco de los clientes encuestados el 87 % expresa que son atendidos de buena manera con un saludo, una sonrisa y despedida. En cuanto al 10% restante, manifiestan que la atención al cliente es regular, esto se debe a que todavía existen unos pocos vendedores que no tratan de forma amable y atenta a los clientes, por esta razón se pretende realizar talleres de atención al cliente para mejorar este aspecto.

Con respecto a la pregunta se debería ofertar otros días los productos en la feria, la mayoría de consumidores manifiesta que si debería ofertar otros días los productos de la feria (86 %). Los clientes sugieren que se debería ofertar los días sábados y domingos de todas las semanas, de esta manera también podrán captar mayor número de consumidores.

Finalmente, el promedio de personas que acuden el fin de semana a la feria es de 100 personas teniendo un total de 400 clientes al mes que realizan sus compras en este sitio, pero que cada vez se va incrementando con la aplicación estrategias de publicidad.

4.3.- Caracterización de las unidades productoras

Se identifica todos los recursos productivos de la finca, como la cantidad y la calidad de la tierra según los lotes, el agua para riego y consumo humano, los cultivos, los árboles, las áreas de pastoreo, los animales, la mano de obra de la familia que trabaja en la finca, las herramientas de trabajo agrícola existentes, las vías de acceso al predio y todos los demás elementos con que cuenta la finca (HEIFER, 2007, pág. 6).

Los principales cultivos que presentan los productores agroecológicos en sus predios son; hortalizas como lechuga, remolachas, brócoli, zanahoria, coliflor, tomate riñón, acelga que principalmente son de ciclo cortó. Seguido de la producción de animales menores como gallinas, cuyes y porcinos.

Aunque a nivel de la parroquia existen otros cultivos tales como; maíz, frejol, chocho, haba, quinua, zapallo, hortalizas, tubérculos, papas, melloco, miso, zanahoria, camote, yuca, aguacate, guaba, limones, mandarinas meyer, capulí. El sistema de crianza de animales consta de cuyes, conejos, gallinas y ganado bovino para la provisión de leche y queso (PDOT de La Esperanza, 2015, pág. 19).

Por lo general presentan herramientas básicas para la producción como azadón, pala, machete y bomba para fumigar. En referencia al riego el 100% de los socios activos mantienen riego por aspersión el cual es repartido por turnos semanalmente.

Tabla 4. Principales cultivos en la parroquia La Esperanza.

Cultivo	Superficie (ha)
Maíz	253,72
Hortalizas	3,36

Fuente: Censo comunitario agropecuario y riego, 2010.

Como se observa en la tabla anterior la superficie destinada a la producción de hortalizas es mínima, pero en la actualidad se está incrementando y potencializando en este tipo de cultivo.

Familia Campesina

La composición promedio de una familia campesina consta de cuatro a cinco miembros conformados por los padres y dos o tres hijos en promedio que ayudan en las labores de agrícolas en las horas de la tarde ya que en la mañana asisten regularmente a la unidad educativa. Los padres trabajan principalmente en la floricultura y se dedican en las horas de la tarde y los fines de semana a sus huertos agrícolas.

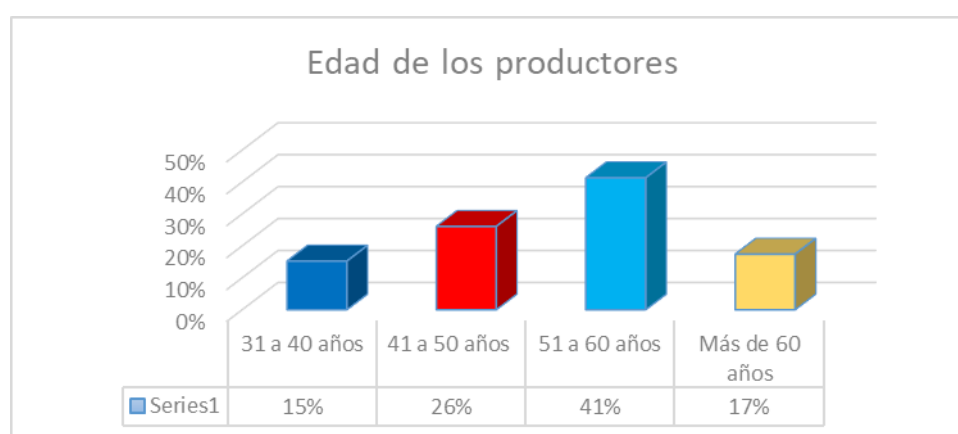


Figura 12. Edad de los productores.

Se observan dos grupos predominantes. En el primer grupo, que representa al 26% de los participantes, se encuentran individuos cuyas edades oscilan entre los 41 y los 50 años. Por otro lado, el segundo grupo, que comprende al 41% de los encuestados, se

sitúa en el rango de edades de 51 a 60 años. Estos hallazgos se derivan de los resultados obtenidos a partir de la encuesta aplicada a los productores.

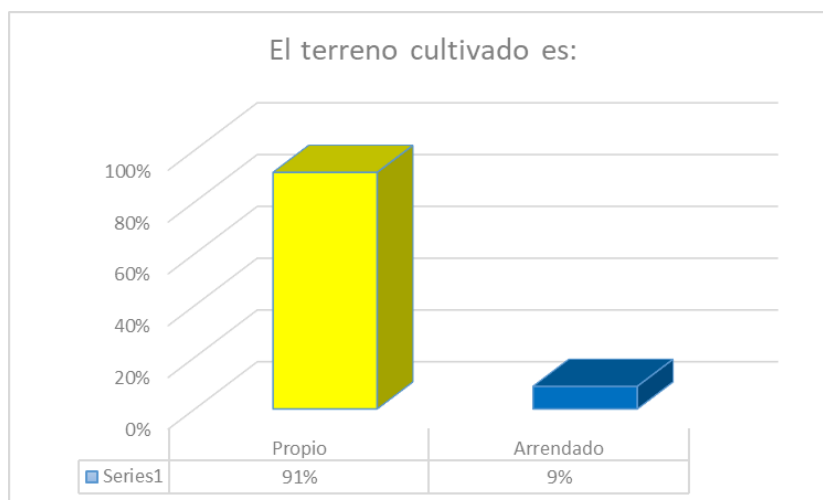


Figura 13. Tenencia de tierras.

Igualmente, el 91 % de los predios son propios, siendo en la mayoría heredados de los padres y en pocos casos que fueron predios comprados, finalmente solo un pequeño grupo tiene predios arrendados o prestados que corresponde al 9 %.

En el caso de familias de edad más adultas el vínculo familiar está conformado solo por papá y mamá ya que los hijos trabajan o estudian principalmente en las ciudades de Quito e Ibarra. Por lo general los padres son personas ya adultas que están dedicados a sus huertos agroecológicos para su alimentación el excedente para la comercialización.

4.3.1.- Predios Agrícolas

La tenencia de tierras para los cultivos varía adecuado a los propietarios ente 0,4 a 1,2 hectáreas (AndeanTech, 2016) donde se encuentra su vivienda familiar, en estos predios se encuentra divididos por parcelas ya sea con plantas forestales o repartido con materiales de la zona como madera y plástico. Las parcelas tienen unas dimensiones que oscilan entre 300 a 500 m² esto depende de la tenencia de terreno del propietario.

Aprovechan el espacio disponible para cultivar principalmente hortalizas, que son cultivos de ciclo corto, aunque también se observa cultivos de maíz, frejol, chochos, haba quinua y papas que son cultivos nativos del sector. Además, existen plantas medicinales que le utilizan como repente para insectos y para la preparación de algunos remedios familiares mediante infusiones.

Se toma en cuenta un predio representativo agroecológico que pertenece a una propietaria que todas las semanas acude a comercializar sus productos en la respectiva feria, la cantidad de producto puede variar, pero se ha tomado un promedio, además no tienen información registrada por lo que se dieron valores de acuerdo a lo que el productor recuerda.

Tabla 5. Venta anual del predio agroecológico.

Producto	Unidad	Cantidad Producida	Cantidad anual en 4 ciclos	Precios	Total anual
Lechuga	Unidad	45,00	180,00	\$0,40	\$72,00
Remolacha	Atado	25,00	100,00	\$0,50	\$50,00
Brócoli	Unidad	30,00	120,00	\$0,45	\$54,00
Zanahoria	Atado	26,00	104,00	\$0,55	\$57,20
Alfalfa*	Atado	25,00	100,00	\$1,00	\$100,00
Total		151,00	604,00		\$333,20

Los productores agroecológicos generan ingresos no solo a través de los cultivos agrícolas, sino también por la venta de animales menores, ya sea en pie o faenados. Además, el 80 % de los productores tienen ingreso por otras actividades como trabajadores en empresas como: plantaciones florícolas, granja de Pronaca, productora de champiñones entre otras que proveen ingresos a la familia.

Tabla 6. Producción estimada agroecológica.

Producto	Unidad	Cantidad Producida	Productores	Total mensual
Lechuga	Unidad	15,00	46,00	690,00
Remolacha	Atado	8,00	46,00	368,00
Brócoli	Unidad	10,00	46,00	460,00
Zanahoria	Atado	9,00	46,00	414,00
Alfalfa*	Atado	8,00	46,00	368,00
Total				2.300,00

En la tabla anterior se muestra una estimación mensual de la producción de las principales hortalizas, para la lechuga 690 unidades, remolacha 368 atados, brócoli 460 unidades y zanahoria 414 atados, además se presenta la alfalfa 368 atados ya que

también es un producto que se encuentra en los predios para la alimentación de los animales siendo otro producto de frecuente comercialización. Se realiza el cálculo con base a los 46 socios activos que recurren frecuentemente a la feria.

Mapa de un predio agrícola



Figura 12. Predio Agroecológico.

4.3.2.- Mano de obra

Por lo general al frente de las actividades de producción se encuentra liderada por la mujer, pero también el hombre ayuda en las diferentes actividades principalmente aquellas que necesitan mayor esfuerzo físico, las cuales se mencionan a continuación: la preparación del terreno, labores culturales y cosechas. En cuanto a la labor de comercialización las mujeres tienen un papel destacado, ya que son ellas quienes se encargan de acudir a la feria para vender sus productos. Además, en el registro de la asociación las mujeres figuran como las responsables legales de esta actividad.

También hay que incluir la participación de los hijos que después de sus estudios diarios colaboran en las actividades productivas del predio. Hay que tomar en cuenta a

más que la mujer realiza las actividades de mano de obra también se carga de las actividades propias del hogar como cocinar, planchar cuidar a los niños etc. El propósito es llevar un ingreso adicional al hogar que está compuesta en promedio de 4 a 5 miembro de la familia.

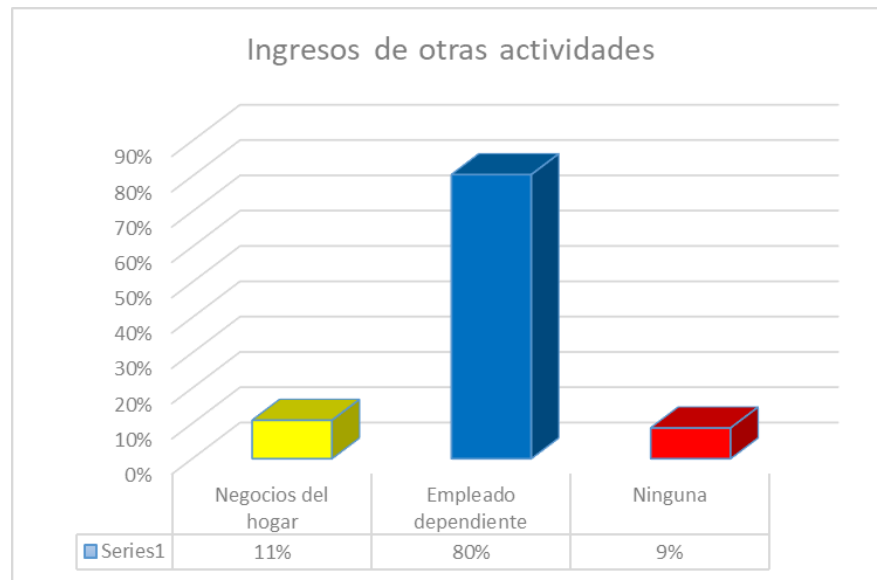


Figura 13. Ingreso de otras actividades.

Por otra parte, el padre de familia también es empleado en relación de dependencia, el 80 % menciona que trabaja en alguna empresa florícola del sector, por lo tanto, las actividades agrícolas en el predio agroecológico lo realizan en las horas de la tarde y los fines de semana.

4.3.3.- Principales hortalizas que se producen

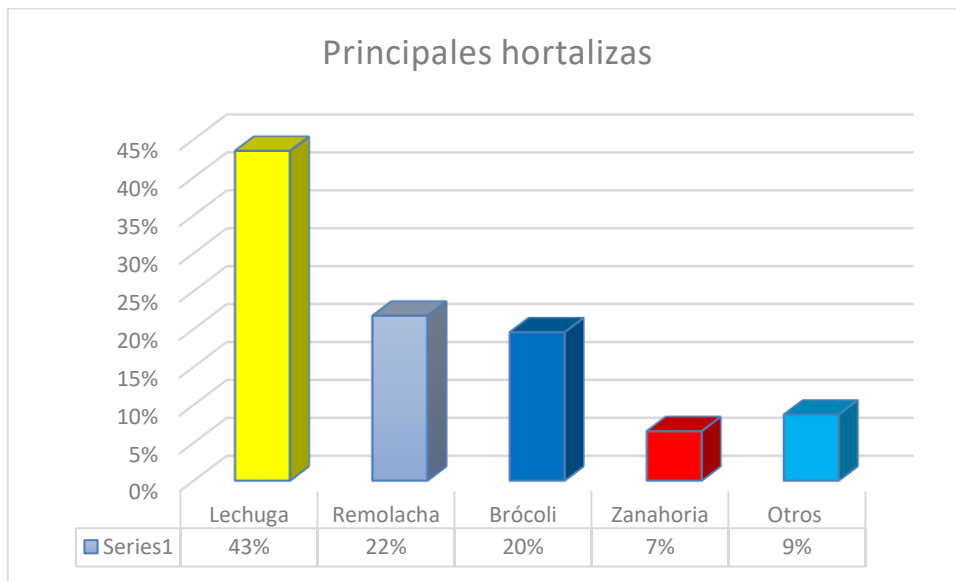


Figura 14. Principales hortalizas que se producen.

En los predios se cultivan una amplia variedad de hortalizas, pero las más frecuentes y preferidas son la lechuga con un 43%, la remolacha con un 22%, el brócoli con un 20%, la zanahoria con un 7% y otras hortalizas en menor cantidad que representan un 9% del total, estas hortalizas son consumidas principalmente por las familias en su dieta diaria.

Es debe tener en cuenta que las hortalizas mencionadas son las más demandadas en la feria, esta alta demanda es otra razón que explica su preferencia entre los productores.

4.3.3.- Producción agrícola

La producción agroecológica en las comunidades es una alternativa a la soberanía alimentaria que cada vez ha ido tomando fuerza en las últimas décadas, los productores en su mayoría producen hortalizas por su corto ciclo de producción y fácil manejo a continuación se detalla cada una de sus fases para la obtención del producto.

Arado: se realiza un arado para remover el suelo compacto, así como también la eliminación de malezas y agentes patógenos que pueden encontrarse en el terreno. En esta fase se realiza la incorporación de abono orgánico y rastrojo de cosechas anteriores finalmente se deja descansar el terreno de una a dos semanas. Para los predios que son

pequeños se remueve el suelo con el azadón e igualmente incorporan abono orgánico al suelo.

Surcado: La mayoría de los productores siembran las hortalizas en surcos manteniendo una distancia aproximada de 30 cm entre ellos.

Trasplante: la mayoría de productores compran las hortalizas listas para ser trasplantadas ellos no realizan semilleros. Una vez llegadas las plántulas se procede a la siembra a una distancia de 25 cm a 30 cm entre planta, la distancia dependerá del tipo de hortaliza a ser sembrada. En algunos casos las plántulas son donadas por la Junta Parroquial o algunas organizaciones que apoyan la agroecología.

Cuidados culturales: Se realiza el desojado para eliminar hojas muertas y enfermas, además se eliminan plantas enfermas para evitar la propagación a las de más plantas.

Se realiza la eliminación de malas hierbas que dificulten el mal desarrollo de las hortalizas, finalmente se realiza el aporcado que consiste en amontonar la tierra en la base de las plantas.

Fertilización: se aplica fertilizantes orgánicos como biol, gallinaza, compost entre otros. Se incorpora durante el arado o elaboración de los surcos. Se aplica también fertilizantes foliares como biol para fortalecer el desarrollo de la planta.

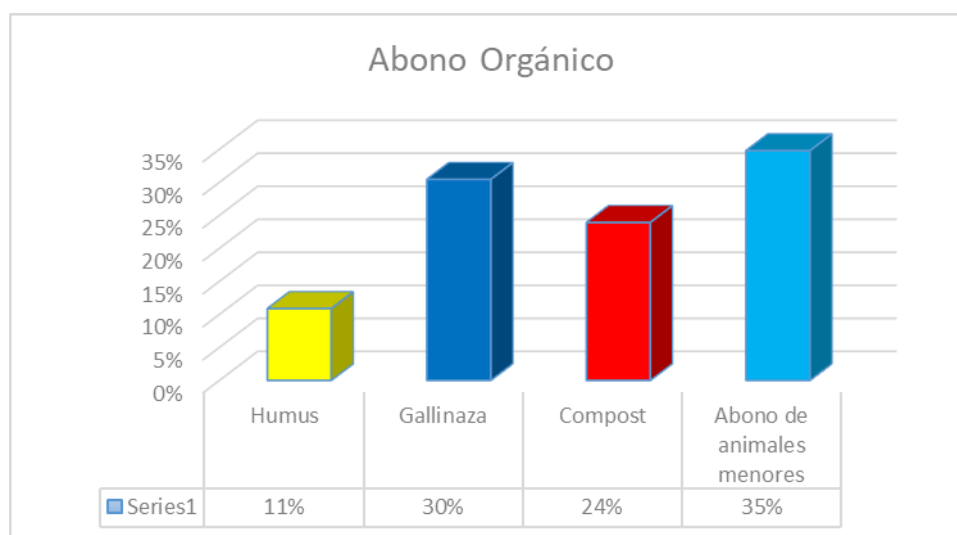


Figura 15. Abonos de origen orgánico.

Los productores utilizan principalmente abonos de origen orgánico, dentro de ello el más utilizado es el que proviene de animales menores con un 35 %, esto se debe a que

la mayoría de socios tienen crianza de cuyes. Seguido por la gallinaza con un 30 %, la utilización de este abono también predomina porque en el sector existe la empresa de crianza de pollos (pronaca), el cual vende la gallinaza de sus galpones.

La aplicación de compost representa el 24 %, su elaboración de este abono no es muy dificultoso siendo residuos de material vegetal y estiércol de diferentes animales.

Elaboración de compost: Para la preparación de este abono se utiliza insumos propios del sector como abono de cuy, porcino, gallinaza, restos de cosechas. Todos estos residuos orgánicos se trituran con el machete y se mezclan todos los materiales, se procede a amontonar trazando una cama de 1 metro de ancho y 2 metros de largo finalmente cubrir con una fina capa de paja.

Luego cada 3 semanas se debe remover hasta lograr la descomposición total y a los 2 a 3 meses está listo para ser incorporada como fertilizante al suelo.

Elaboración del biol: También es un abono, pero en forma líquida fermentada se le utiliza como fertilizante foliar, su elaboración también se realiza con insumos del sector. Se utiliza un tanque de 100 litros y se colocan los siguientes insumos, 3 libras de ceniza, media arroba de estiércol seco, media arroba de estiércol fresco, 6 libras de cualquier leguminosa, 2 litros de orina de bovino luego se coloca agua hasta el borde y se mezcla.

Se debe tapar herméticamente dejando un orificio en la parte superior y colocar una manguera que debe estar conectada a una botella con agua en el otro extremo, luego se transcurrió de 2 a 3 meses se debe cernir. Finalmente se debe hacer una dilución de 5 litros de biol en 15 litros de agua y se aplica al cultivo con una bomba de mochila.

Bioinsecticidas: Son extractos de plantas con aromas fuertes que repelan a los insectos. Se pesa 5 libras de distintas plantas como guanto, marco, ortiga, ají y cebolla se pica y se machaca en un tanque de 50 litros dejando reposar 15 días. Una vez transcurrido el tiempo necesario se debe cernir, finalmente se aplica al cultivo realizando la siguiente dilución 1 litro bioinsecticida en 20 litros de agua y fumigar con bomba de mochila.

Rotación de cultivos: Es una sucesión de cultivos diferentes dentro del mismo predio, en el caso de la producción de hortalizas realizan la rotación de la siguiente

forma hortalizas de hojas, luego hortalizas de flores y se sigue con hortalizas de raíces, con el objetivo de es disminuir el ataque de plagas y enfermedades.

Cosecha: Una vez cumplido el ciclo se procede a realizar la cosecha, que de preferencia se realiza en la mañana es decir en las horas más frescas. Consiste en arrancado la hortaliza madura con la ayuda de un cuchillo o jalando con la mano esto dependerá del tipo de hortaliza a cosechar. La producción se lo realiza para consumo propio y el excedente es sacado a la venta.

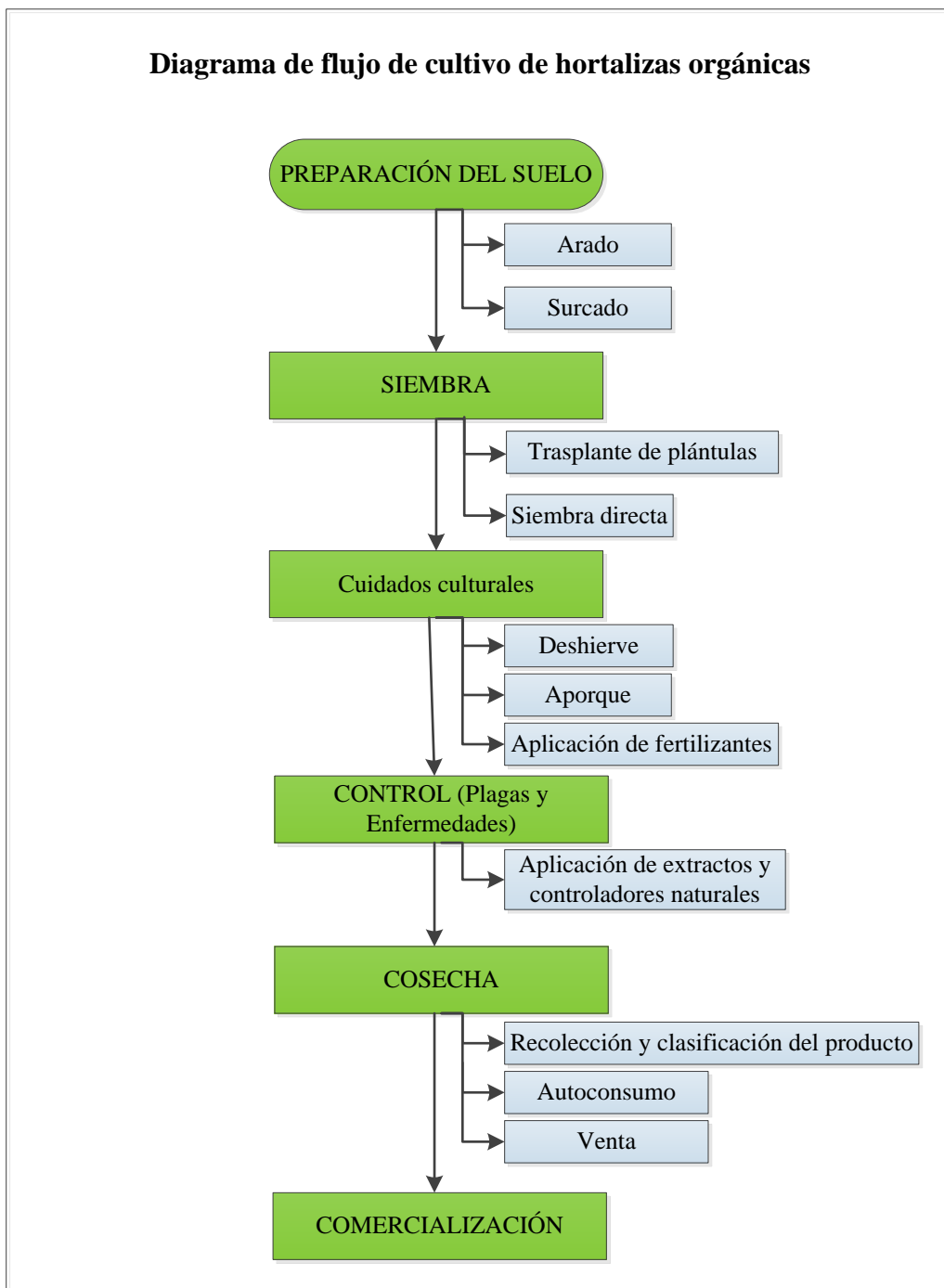


Figura 13. Diagrama de flujo de cultivo de hortalizas agroecológicas.
Fuente: Productores agroecológicos, 2021.

4.3.4.- Sistema de riego

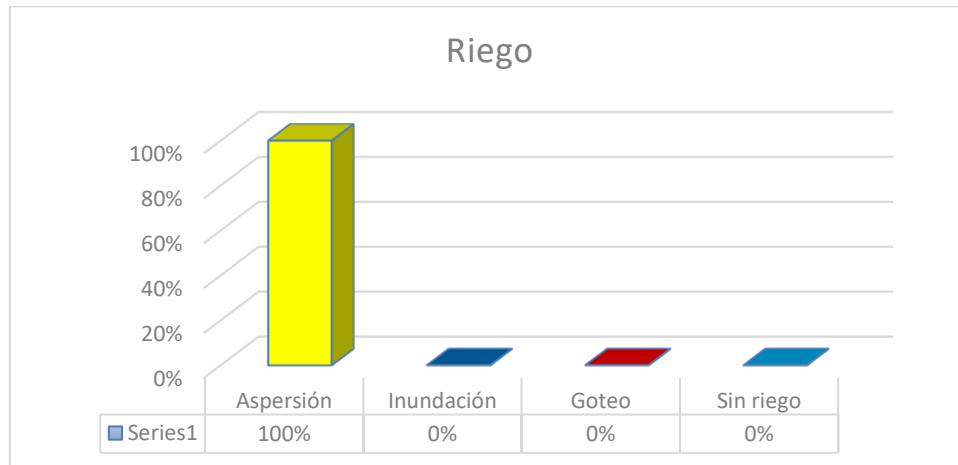


Figura 15. Riego.

El riego es necesario para la producción de los cultivos ya que sin agua no se puede obtener cultivos frecuentes. Se tiene que el 100% de los productores cuentan con riego, en algunos casos por goteo, pero muy escaso, siendo el que predomina en el predio es el riego por aspersión.

El turno de riego se realiza dos veces a la semana ya sea por la mañana o por la tarde, los productores mencionan que es insuficiente la cantidad de agua recibida esto limita la producción ya que sin agua se puede perder el cultivo. Hay que tomar en cuenta que la cantidad de agua es limitada en el sector ya que el canal de riego abastece a todo el cantón Pedro Moncayo y la mayor parte es consumida por las empresas florícolas.

4.3.5.- Certificado orgánico, planificación de siembra, compra de insumos

Tabla 7. Planificación de la siembra en el predio agroecológico.

	Si	No
¿Posee certificación orgánica?	2%	98%
Realizan planificación de siembras:	48%	52%
Compran volúmenes grandes de insumos para la asociación:	0%	100%

Como se puede observar en la tabla 6. El 98% de los productores no cuenta con ningún tipo de certificación, principalmente debido a la falta de un plan estructurado y a su desconocimiento acerca de los procesos necesarios para obtenerla.

Las familias realizan la planificación individual de sus siembras, pero no existe una planificación conjunta dentro de la asociación y tampoco se considera la demanda de los consumidores. Cada socio siembra según su criterio personal sin tener en cuenta las necesidades del mercado.

La compra de herramientas e insumos lo hace cada socio en forma individual así lo afirma el 100 % de encuestados, lo que hace que los costos de insumos sean mayores, una forma de abaratar costo sería comprar en volúmenes grandes por la asociación.

En cuanto al transporte de los productos lo realizan mediante fletes a si menciona el 61% en su mayoría y los que tienen pocos productos son traídos en la cajuela de los buses que corresponde al 35% de encuestados.

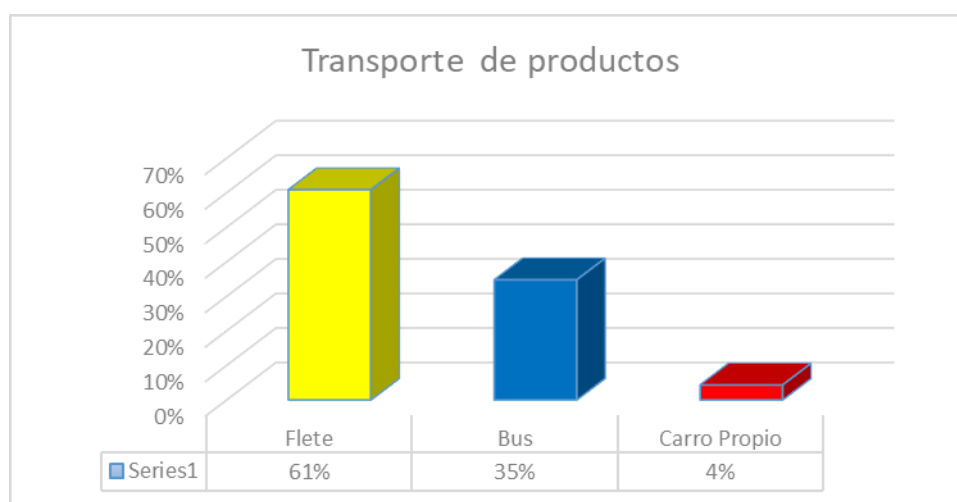


Figura 16. Transporte de productos.

El apoyo y asistencia técnica los realiza principalmente la junta parroquial La Esperanza y el gobierno provincial de Pichincha que realizó capacitaciones, entrega de plántulas y proporcionó el terreno para la feria. Otra fundación que ha colaborado desde los inicios en la asociación es la fundación Heifer que adoptó como estrategia el enfoque agroecológico en todos sus programas y proyectos.

4.3.6.- Costo de producción

Se realiza el costo de producción de las tres principales hortalizas que tienen mayor preferencia los consumidores; la lechuga, la remolacha y el brócoli hay que tomar en cuenta que está calculado por hectárea producida, estos costos pueden variar ya que en las parcelas se siembra en cantidades pequeñas lo cual aumenta el costo de producción al comprar insumos y plántulas en volúmenes pequeños, además no cuentan con registro de gastos e ingresos.

Tabla 8. Costo de producción por hectárea.

Hortaliza	Costo total/ha	Número de unidades	Costo unitario (\$)
Lechuga	\$3.039,75	29150 unidades	\$0,10
Remolacha	\$4.092,90	17143 atados	\$0,24
Brócoli	\$3.345,83	29150 unidades	\$0,11

Como se puede observar en la tabla anterior el costo de producción por cada lechuga es de 0,10 centavos, para el brócoli 0,11 centavos por cada unidad producida, en cuanto a la remolacha el costo por atado es de 0,24 centavos hay que tener en cuenta que cada atado lleva en promedio 6 a 7 remolachas dependiendo del tamaño. En los anexos se encuentra el desglosado del costo de producción agroecológico.

4.3.7.- Comercialización

Los ingresos obtenidos por los productores agroecológicos varían dependiendo de los productos ofertados el producto mayor vendido son las hortalizas principalmente la lechuga que es utilizada para las ensaladas. También se oferta animales menores como cuyes y gallinas ya sea en pie o faenados.

Las familias primero aseguran los productos para la alimentación interna, el excedente se lo destina a la venta en la feria agroecológica donde acuden todos los domingos a ofertar sus productos como se puede observar en la figura 15.

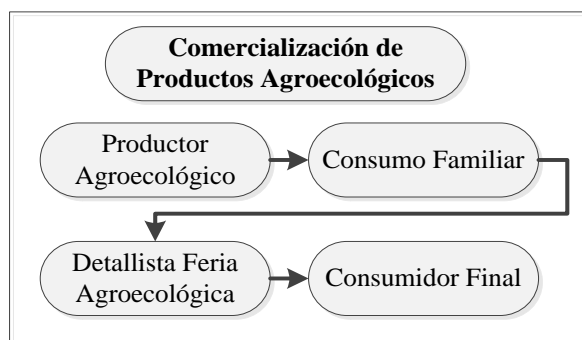


Figura 14. Comercialización de la feria agroecológica.

Tabla 9. Principales productos que se ofertan en la feria agroecológica.

Área	Productos
Productos Agrícolas	Hortalizas: lechuga, remolachas, brócoli, zanahoria, coliflor, tomate riñón, acelga, coliflor culantro y rábano.
	Harinas y granos: arroz de cebada, harina de huchujacu, harina de trigo, arroz de cebada y machica; Fréjol tierno, choclo y maíz
Productos Pecuarios	Animales menores: Faenado y en pie; cuyes, gallinas y porcinos
Gastronomía	Patos típicos: cuyes asados, pollo al carbón, caldo de patas y caldo de gallina

4.4.- Modelo de Gestión

Tema: Proponer un modelo de gestión para la feria agroecología de la parroquia La Esperanza.

Antecedentes de la propuesta

Una de las alternativas sostenibles para los vendedores de la feria agroecológica es implementar un modelo de gestión que se base en la integración de las plantas, animales, suelo, clima y las personas.

La presente investigación tiene como propuesta generar un modelo de gestión mediante el cual los integrantes de la feria agroecológica obtengan una herramienta útil que permita seguir un proceso de producción y comercialización de sus productos agroecológicos así captar nuevos clientes y ofertar productos con una buena calidad, para lo cual basaremos el modelo en los siguientes puntos: Estructura organizacional, Planificación productiva, Organización productiva y Aplicación productiva.

En el documento se detalla la estructura organizacional en forma ordenada donde se presenta los cargos y funciones de los miembros de la directiva, que deben desempeñar dichas funciones durante todo el periodo para el que fueron elegidos.

En la planificación productiva, se presentan un esquema del proceso productivo que debe tener en cuenta en las chacras para un mejor desarrollo, en cuanto a la organización productiva ayudara a la asociación a la toma de decisiones coordinadas en todo a lo que se refiere a compras de insumos y otras herramientas importantes en las actividades que se desarrollan en el predio. Además, para la aplicación productiva enmarcan al sistema productivo agroecológico que comprende una serie de subsistemas como suelo, cultivo y riego.

Finalmente, las estrategias pueden ayudar al posicionamiento, aumentar el volumen de ventas y aumentar la producción; las estrategias de publicidad como: hojas volantes, red social (Facebook) y publicidad radial favorecen al posicionamiento del producto.

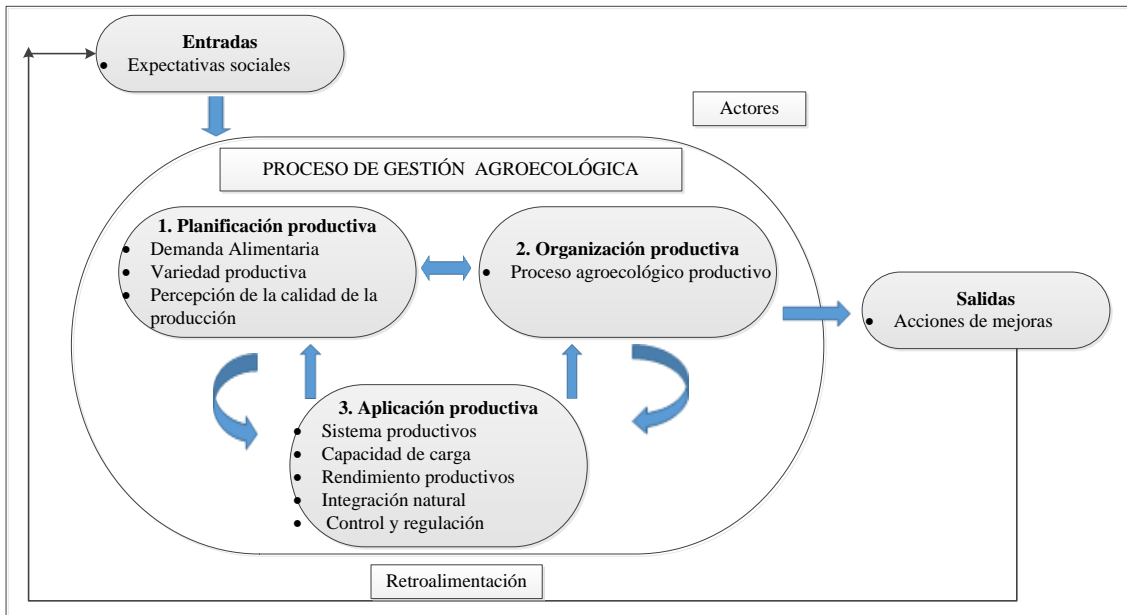


Figura 15. Estructura modelo de gestión agrícola con enfoque agroecológico.
Fuente: Adaptado Burgo & Maldonado, 2016.

Estructura organizacional

La estructura organizacional desempeña un papel fundamental en un modelo de gestión ya que proporciona una jerarquía clara para el liderazgo. Esta estructura organizativa influye en la toma de decisiones en beneficio de la asociación asegurando el cumplimiento y seguimiento de las actividades. Está conformada por el presidente, el vicepresidente, el secretario y el tesorero, siendo la asamblea general la máxima autoridad.

Expectativas sociales

El objetivo de la asociación es promover e incentivar la producción agroecología para contribuir a la soberanía alimentaria, mediante la recuperación y conservación de semillas e integración de más productores agroecológicos de la parroquia La Esperanza y sus alrededores para el cual se propone lo siguiente:

Producir con responsabilidad productos sanos para el cuidado de la salud de las familias, de la población en general y del medio ambiente, para consumir, intercambiar y comercializar los excedentes en canales directos.

Mejorar la calidad de vida de los asociados, mediante la generación de ingresos económicos, provenientes de la producción, conservación, transformación y comercialización de los productos agroecológicos.

Promover los saberes y conocimientos ancestrales mediante la promoción de las propiedades nutricionales y medicinales de la producción agroecológica.

Misión

Convertirnos en una feria agroecológica sólida a mediano plazo, referente del mercado a nivel de la provincia y el País, con productos sanos, limpios y que contribuyan a la soberanía alimentaria, mejorando la calidad del producto ofertado de forma permanente, incrementando nuestros volúmenes de producción y ventas, garantizando a los socios productores: estabilidad e ingresos para sus familias (Asociación de productores, 2016).

Visión

Comercializar productos de alto valor y calidad para el mercado local y regional, empleando buenas prácticas agroecológicas de producción, cosecha y postcosecha, con asesoría técnica y formación profesional que permitan la mejora continua de nuestros procesos, obteniendo el compromiso, eficiencia y bienestar de nuestros clientes, colaboradores, sus familias y la comunidad (Asociación de productores, 2016).

1.- Planificación Productiva

La planificación juega un papel crucial, ya que permite estimar la producción futura de los cultivos destinados al mercado, esto implica desarrollar un plan de trabajo en el cual los agricultores deben considerar tanto la demanda alimentaria como los productos agrícolas que cada socio produce. En este sentido es necesario llevar a cabo reuniones para establecer qué productos agrícolas cada socio cultivará y establecer un plan de producción unificado, durante estas reuniones se determinará cuáles son los productos agrícolas más demandados y se propondrá a cada socio qué cultivo debe cultivar, evitando así la sobreproducción de un solo tipo de cultivo hortícola en la feria.

1.1.- Demanda alimentaria

Se lo puede definir a la demanda alimentaria como la cantidad de productos agrícolas que los consumidores pueden adquirir para su alimentación y tienen la capacidad de pagar.

La demanda de productos agrícolas en la feria agroecológica principalmente es de hortalizas las cuales comprende de lechuga, remolachas, brocoli, coliflor, zanahoria, tomate riñón, acelga además maíz, estos son los productos más frecuentes que son comprados semanalmente, y son vendidos en fundas, atados y unidades dependiendo del tipo de hortaliza. La tendencia a alimentarse sano con productos libres de químicos y fresco hace que se tenga una alta demanda del mismo.

Es necesario conocer que productos son más demandados, así como también cuales son los que tienen menor demanda con la finalidad de tener esta información valiosa y poder planificar con los productores que productos debo sembrar con mayor cantidad y cuales en menor cantidad además en que temporada debería sembrar para sacar a la feria y no tener sobre producción.

Tabla 10. Principales productos y cantidades demandadas por los clientes de la feria La Esperanza.

Productos	Cantidad de compra por consumidor a la semana
Remolacha	1 Atado
Zanahoria	1 Atado
Pimiento	1 Funda
Zapallo	1 Unidad
Tomate riñón	1 Funda
Cebolla	1 Atado
Rábano	1 Atado
Lechuga	1 Unidad
Choclo	1 Funda
Fréjol	1 Funda
Habas	1 Funda
Col	1 Unidad
Alfalfa	1 Atado

Fuente: AndeanTech, 2016.

La tabla anterior presenta un promedio de consumo por cliente, que corresponde a una canasta, cada semana se tiene un promedio de visita a la feria de 100 personas del cual el 65 % son compradores potenciales. Por lo que cada semana se debería tener 65 canastas con los productos mencionados en el cuadro 9.

1.2.- Variedad productiva

Es fundamental que tengamos una gran variedad de cultivos en producción dentro del predio en el caso de los productores agroecológicos la mayoría de productos son hortalizas tales como lechuga, remolachas, brócoli, coliflor, zanahoria, tomate riñón, acelga además maíz. Estos productos deben ser coordinados para que cada socio siembre planificadamente evitando que cada agricultor siembre los mismos tipos de hortalizas y por ende provocar una sobre producción de un solo producto.

También debemos tener en cuenta la demanda del producto ya que a estos se deben cultivar en mayor cantidad para evitar el desabastecimiento del mismo he aquí la importancia de la demanda.

Por otro lado se debe establecer una lista donde cada socio sugerirá que tipos de hortalizas va a sembrar en su predio. También debemos tener en cuenta el ciclo de producción de cada uno para evitar que el producto sea cosechado en una sola fecha, si no que la producción sea escalonada permitiendo que la producción se frecuente y constante.

En el caso de un grupo productivo se debe unificar y ordenar sus ideas para trabajar eficientemente. La planificación participativa es una actividad que facilita la toma de decisión lógica para un programa del trabajo conjunto en la producción.

Planifiquemos los cultivos dibujando los rubros seleccionados para su parcela. El mapa de los cultivos planificados les facilitaría:

- Utilización efectiva de la parcela
- Diversificación de los rubros
- Realización de la rotación de cultivos

Al final de la planificación, deben preguntarse si lo planificado es ¿Específico?, ¿Realizable?, ¿Tiempo factible?, ¿Quién es responsable?.

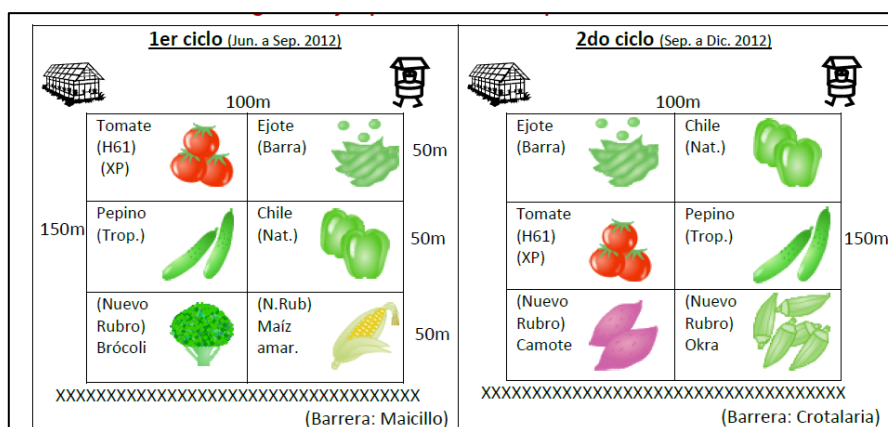


Figura 16. Mapa de cultivo
Fuente: CENTA, 2012.

Ciclo de las hortalizas: Hay que tomar en cuenta el ciclo de cada variedad de hortaliza para la planificación y poder tener una gama de productos.

Tabla 11. Ciclo vegetativo de hortalizas.

Hortalizas	Ciclo (días)
Acelga	65
Lechuga	60
Remolacha	75
Tomate	80-90
Zanahoria	80-120
Coliflor	120-150
Espinaca	80-90

Fuente: FAO, 2011.

1.3.- Percepcion de la calidad de la producción según el SPG (Sistema de participación de garantía)

La feria debe posicionarse como algo diferente en la mente de los consumidores porque la gente no compra productos si no que compra en base a las percepciones que tienen esa marca o ese producto. Siendo así los productos agroecológicos deben ser ofertados por su funcionalidad por los beneficios que tiene ese producto y fomentarle con ese enfoque.

La percepción de la calidad para un agricultor incluye aspectos de campo como rendimientos, resistencia a las enfermedades, tiempo entre la siembra y la cosecha, insumos agrícolas que debe emplear, precios del mercado y los atributos del producto

que exige su cliente forma, tamaño, apariencia y otros (Cerdas & Montero, 2004, pág. 46).

La calidad de la producción incluye todas las actividades que se realizan en el campo como preparación del suelo, siembra, labores culturales y cosecha, cada una de estas actividades debe estar planificadas y controladas para que los agricultores agroecológicos mantengan un producto con estándares mínimos de calidad y por ende tener una buena percepción de la producción.

Se debe promocionar que la feria agroecológica “**vende salud**”, ya que dichos productos son de origen agroecológico. Esto hace que tenga una percepción de calidad de producto que le hace diferente a los demás mercados tradicionales. Así influenciamos que el producto agroecología intervenga en la mente de los consumidores haciendo que estos productos sean mejores que los productos convencionales.

El sistema de participación de garantías es un proceso que promueve la participación de algunos productores interesados en asegurar la calidad del producto final y todo el proceso de producción.

La norma de producción agroecológica establecidas en este modelo de gestión son exigencias mínimas que tienen que ser cumplidas.

Normas para la producción agroecológica

- **Selección de cultivos:** Los cultivos y sus variedades deben estar prácticamente adaptadas a la zona, las plantas de hortalizas, cereales y otros cultivos deben provenir de cultivos agroecológicos, una alternativa es utilizar semilla seleccionada de cosechas anteriores. Está prohibido el uso de plantas o semillas que sean transgénicos.
- **Rotación y asociación de cultivos:** Esta debe ser variada entre gramíneas y leguminosas, puede rotarse entre cultivos de ciclo corto y largo. Está prohibido el monocultivo.
- **Abonadura:** Se deberá aplicar todos los residuos de origen animal o vegetal obtenidos en el propio predio constituye los abonos para el suelo, como por

ejemplo el estiércol, los abonos verdes, los residuos de cosechas anteriores entre otras.

- **Labranza del suelo:** Se deberá evitar el desgaste del suelo que daña la textura y estructura mediante prácticas de conservación de suelo.
- **Manejo de plagas y enfermedades:** La aplicación de las normas anteriores disminuirá la afectación a los cultivos manteniendo la población de insectos en equilibrio, se puede aplicar organismos benéficos como una alternativa para el control de plagas y enfermedades. Está prohibido la aplicación de insecticidas y fungicidas de origen químico.
- **Prácticas culturales:** El control de malezas se realizará mediante deshierbe manual u otras técnicas culturales. Está prohibido el uso de herbicidas para el control de maleza.
- **Riego:** Se deber realizar el riego evitando el desperdicio de agua mediante métodos eficientes de riego además deben contribuir a la conservación de las fuentes de agua.

El diseño del empaque es un elemento crucial a considerar: Es fundamental crear un empaque que destaque mediante un color llamativo y un diseño de logotipo cautivador para los clientes. Estas estrategias desempeñan un papel fundamental en la mejora de la imagen del producto y en la creación de experiencias memorables para los clientes, fortaleciendo de esta manera su percepción de valor.



Figura 17. Logotipo

2.- Organización productiva

La asociatividad ofrece ventajas económicas que la asociación debe aprovechar en beneficio propio.

- a. Comprar insumos en grupo esto permite bajar los costos de producción.
- b. Solicitar créditos para la asociación esto permitiendo las inversiones conjuntas.
- c. Solicitar apoyo técnico esto permite obtener asesoramiento técnico de diferentes entidades como MAG.
- d. Facilita el acceso al mercado ya que cuenta con su propio sitio de comercialización.
- e. Facilita el procesamiento del valor agregado a los productos.

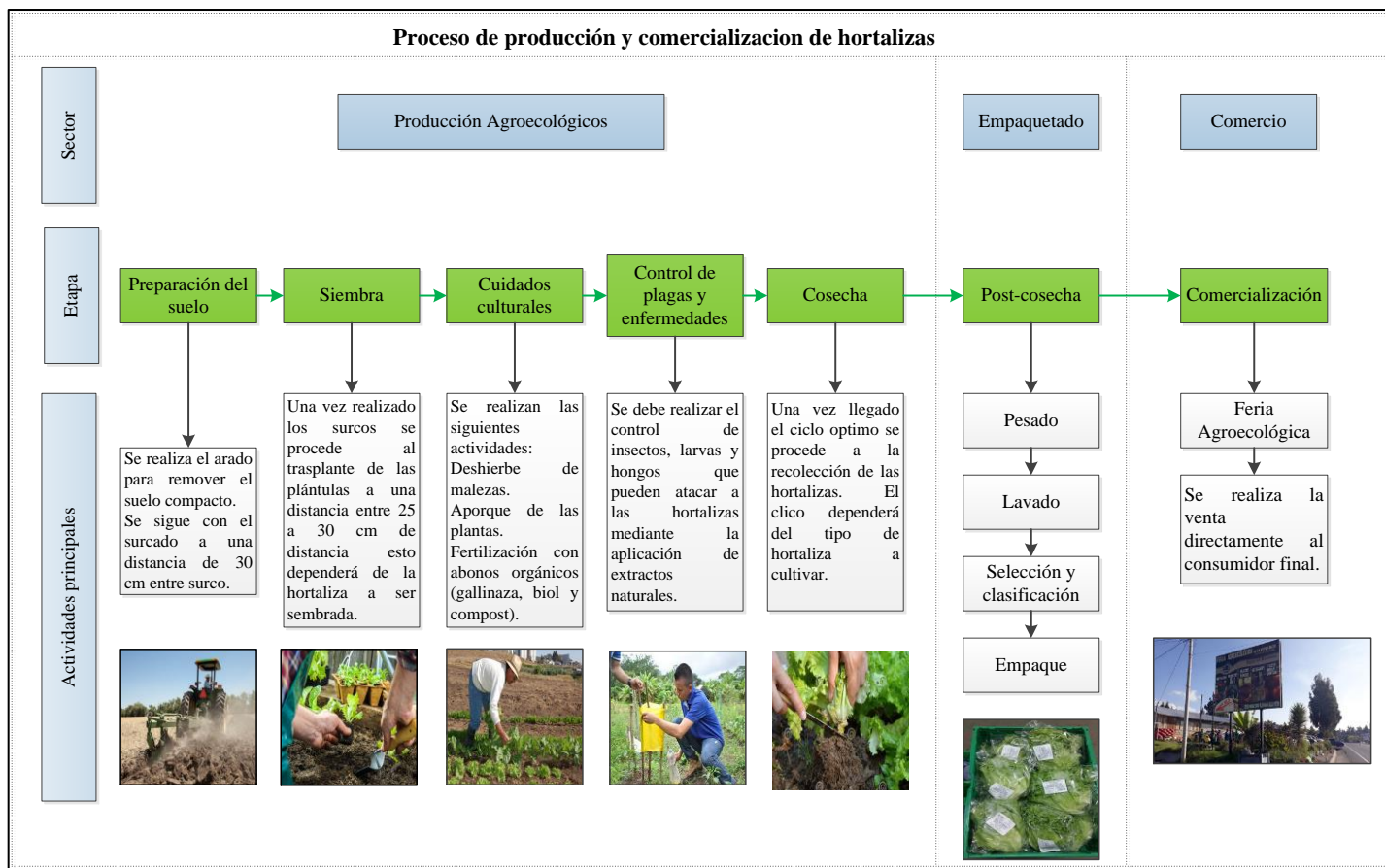


Figura 18. Proceso de producción y comercialización de hortalizas.

Gráficas Gantt-Planificación de producción

Tabla 12. Planificación de producción

N° Actividad	Inicio	Días	Final
Lechuga	01/01/2023	60	02/03/2023
Remolacha	25/02/2023	75	11/05/2023
Brócoli	05/05/2023	85	29/07/2023
Zanahoria	23/07/2023	80	11/10/2023
Tomate Riñón	03/10/2023	90	01/01/2024

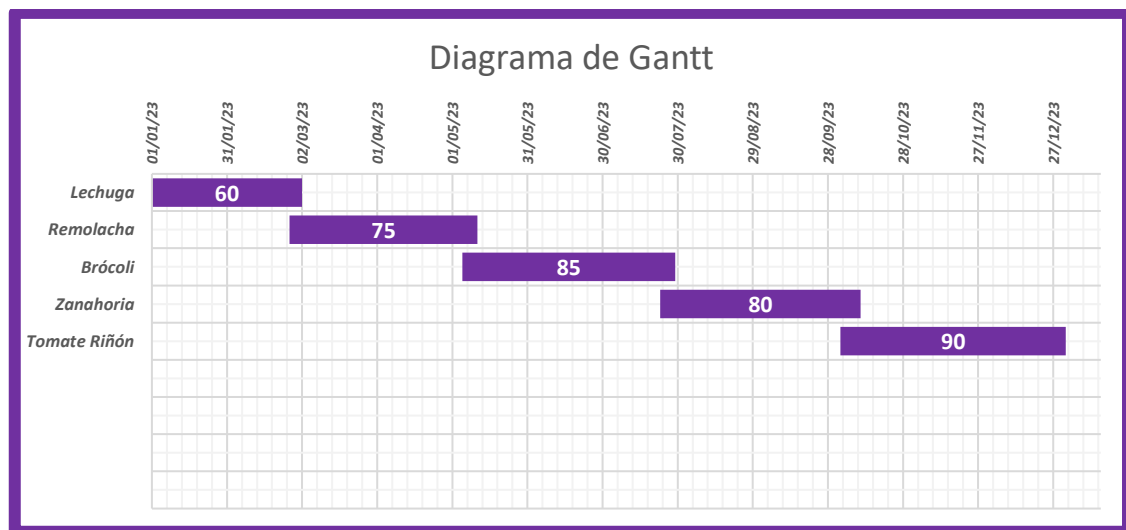


Figura 19. Planificación de producción

La figura anterior presenta el diagrama de Gantt de una planificación de hortalizas en un año, tomando en cuenta aspectos de la tabla 12.

Para fortalecer las estrategias de comercialización se presenta el flujo de proceso de la elaboración de canastas propuesta por CIALCO que permitirá un trabajo compartido entre los actores, permitiendo la venta directa de los productos y evitando la intervención de los intermediarios, así se oferta todos los productos agroecológicos a buen precio y con una calidad aceptable.

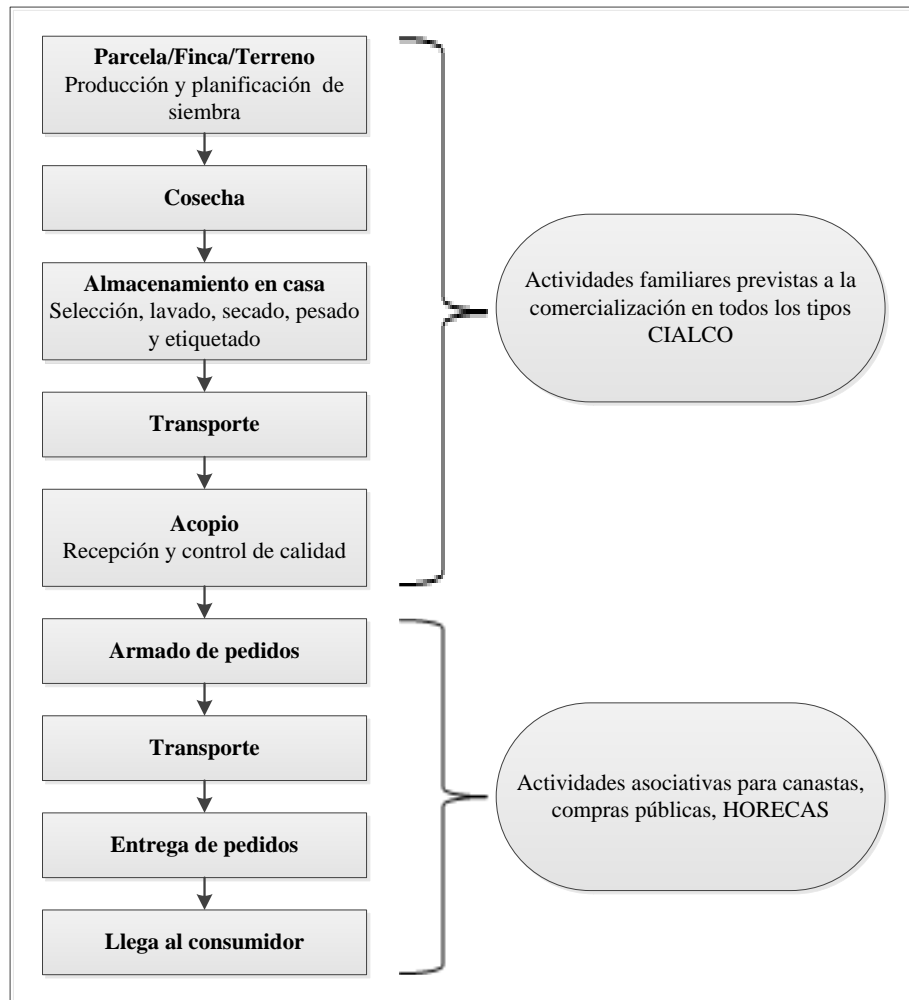


Figura 20. Flujo del proceso y conformación de canastas.
Fuente: CGRC y CIALCO, 2017.

Tabla 13. Producción estimada anual para la elaboración de canastas.

Producto	Unidad	Cantidad a Producir por canasta	Total mensual	Total anual
Lechuga	Unidad	100,00	400,00	4800,00
Remolacha	Atado	100,00	400,00	4800,00
Brócoli	Unidad	100,00	400,00	4800,00
Zanahoria	Atado	100,00	400,00	4800,00
Tomate riñón	Funda	100,00	400,00	4800,00
Total				24000,00

Canastas Agroecológicas a comercializar

Canasta básica: De este modo, la canasta básica tendrá un costo unitario de venta de \$3,20, tal como se muestra en la tabla siguiente.

Tabla 14. Costo por canasta básica.

Producto	Unidad	Cantidad	Precio	Precio Total
Lechuga	Unidad	1,00	\$0,40	\$0,40
Remolacha	Atado	1,00	\$0,50	\$0,50
Brócoli	Unidad	1,00	\$0,45	\$0,45
Zanahoria	Atado	1,00	\$0,55	\$0,55
Tomate riñón	Funda	1,00	\$1,00	\$1,00
Bolsa tipo costal	Unidad	1,00	\$0,30	\$0,30
	Total costo unitario			\$3,20

Canasta compuesta: De este modo, la canasta compuesta tendrá un costo unitario de venta de \$7,30, tal como se muestra en la tabla siguiente.

Tabla 15. Costo por canasta compuesta.

Producto	Unidad	Cantidad	Precio	Precio Total
Lechuga	Unidad	2,00	\$0,40	\$0,80
Remolacha	Atado	2,00	\$0,50	\$1,00
Brócoli	Unidad	2,00	\$0,45	\$0,90
Zanahoria	Atado	2,00	\$0,55	\$1,10
Tomate riñón	Funda	2,00	\$1,00	\$2,00
Cebolla paiteña	Funda	1,00	\$1,00	\$1,00
Bolsa tipo costal	Unidad	1,00	\$0,50	\$0,50
Total costo unitario				\$7,30

3.- Aplicación productiva

3.1.- Sistemas productivos

En cuanto a la aplicación productiva se debe estar compuesta por los subsistemas, cada uno de estos forman parte integral de nuestro sistema productivo el cual se describe a continuación.

Subsistema suelo

Los productores agroecológicos deben utilizar oportunamente fertilizantes de origen animal y vegetal. Los de origen animal estiércoles de cuyes, pollos y ganados mientras que los de origen vegetal los residuos de cosechas anteriores y extractos de plantas para el control de plagas y enfermedades. Además, realizan mezclas para obtener compost, humus, biol, te de estiércol.

Subsistemas de cultivos

Los principales cultivos realizados son de hortalizas las cuales comprende lechuga, remolacha, acelga, rábano, col coliflor, brócoli y también predomina el cultivo de maíz. Todos estos cultivos están divididos en pequeñas parcelas con el objetivo de tener una producción variada.

Subsistemas de pecuario

Los animales también son indispensables en el subsistema de agroecología, en el sector principalmente se producen cuyes, conejos, pollos criollos, porcinos que ayudan a la reincorporación de sus estercoles como abono al suelo.

Subsistema forestal

Se cuenta con plantas forestales en menor cantidad las cuales se utilizan principalmente para la delimitación de terrenos de manera natural y como repelente de algunas plagas. Los predios tienen un área promedio de 4000 a 5000 m² lo que no hace referencia de predios pequeños donde se encuentra todos nuestros subsistemas.

Subsistema riego

La asociación de productores cuenta con sistemas de riego por aspersión y algunos de ellos también disponen de riego por goteo. El riego desempeña un papel crucial en la eficiencia de la producción por lo tanto es indispensable que se realicen esfuerzos constantes para tecnificar y mejorar los métodos de riego. En este sentido, sería recomendable buscar formas de seguir implementando el riego por goteo en la asociación.

Subsistema familia

Este subsistema es el más importante ya que el productor debe coordinar todas las actividades dentro de ámbito familiar, así como también en el manejo del predio con la ayuda de todos los miembros de la familia en un ámbito de armonía de los saberes ancestrales.

3.2.- Capacidad de carga

Esto se refiere al número de animales en promedio que puede colocar en una determinada área y en un determinado tiempo, aquí depende mucho de la decisión de los productores la duración de los animales en pastoreo.

3.3.- Rendimientos productivos

El rendimiento se refiere a la producción de hortalizas por unidad de superficie que puede ser expresado en kilogramos por hectárea, con esto se refiere cuanto produce en el predio agroecológico en una determinada área para cada tipo de cultivo.

El rendimiento productivo está relacionado con la fertilización que se aplica al cultivo, prácticas de manejo y siembra con las distancias pertinentes. La aplicación de gallinaza es una alternativa para mejorar la fertilidad del suelo que es de fácil acceso ya que en el la zona se encuentra explotaciones avícolas.

Tabla 16. Principales cultivos de la Parroquia La Esperanza.

PRINCIPALES CULTIVOS	SUPERFICIE (Ha)	PRODUCCIÓN (quintal)
Maíz	253,72	3317,87
Cebada	173,11	2361,29
Trigo	110,08	1294,26
Papa	35,31	971,19
Fréjol	42,48	426,42
Haba	9,67	204,23
Chocho	6,54	49,38
Arveja	6,21	38,01
Tomate	2,12	29,54
Alfalfa	59,86	10,15
Hortalizas	3,36	9,12
Legumbres	0,24	2,00
Frutilla	0,71	2,00
Cebolla	0,15	1,00
Col	0,15	1,00
Lechuga	0,04	0,50
Frutas	2,60	0,09

Fuente: PDOT de La Esperanza, 2015

3.4.-Integración natural

En esta sección debe dar énfasis en el manejo integrado de suelo la cual contempla la fertilización, control de plagas e integración de los subsistemas.

Según IICA (2016) menciona los siguientes principios generales para el manejo de los suelos.

- Aumentar la cobertura de los suelos.
- Aumentar la materia orgánica de los suelos.
- Aumentar la infiltración y la retención de la humedad.
- Reducir la escorrentía.
- Reducir la contaminación del suelo.

3.5.- Control y regulación

El MAG manifiesta que los mecanismos de promoción y control social para la producción agroecológica, propio de organizaciones sociales y comunitarias, que implica el desarrollo y uso participativo de principios, normas, instrumentos técnicos para garantizar la calidad y la generación de credibilidad en circuitos económicos solidarios de producción, distribución y consumo responsable de productos agroecológicos. Su estructura con la participación de productores, consumidores y actores sociales en espacios democráticos y funcionales, quienes ejercen la regulación sobre el sistema, y promueven la cohesión social, generación de redes de confianza y conocimiento.

3.6.- Estrategia de comercialización

Esta estrategia tiene como finalidad ampliarse a los supermercados, comisariatos y despensas, lo que permitirá llegar a un nuevo segmento de consumidores. Es por esta razón que se ha priorizado la innovación en cuanto a los envases y las presentaciones de estos productos.

Producto

Las hortalizas orgánicas desempeñan un papel fundamental en la dieta al proporcionar una amplia gama de nutrientes esenciales con un bajo aporte calórico. Entre las principales hortalizas cultivadas por los productores, se incluyen la lechuga, la remolacha, el brócoli, la zanahoria y el tomate riñón. En este sentido, se debe llevar a cabo una selección adecuada con el propósito de elegir aquellos productos que presenten las mejores condiciones en términos de tamaño y frescura, garantizando así la calidad de la hortaliza.

Claves para incrementar la percepción de valor de tu producto: Los materiales a utilizar deberán ser renovable y reciclable.

- **El empaque:** Es un medio de comunicación visual ya que influencia mucho al momento de la compra y si tienen algún diseño fascínate atraerá al comprador.
- **Color:** También influye en el momento de la compra ya que colores vivos hace más atractivo al producto.
- **Diseño:** La elaboración de un logotipo con un diseño atractivo identifica y logra diferencia de los otros productos.
- **Crear experiencias memorables:** Los clientes deben sentirse a gusto realizando las compras en el sitio con una buena atención.
- **Canales de comunicación:** Se debe a la promoción del producto por radio televisión y medios electrónicos.

Como parte integral de la estrategia, se procede a diseñar el logotipo y el eslogan del producto (De la Tierra a tu Mesa, Cultivando Sabor y Salud), los cuales se exponen en el siguiente esquema:



Figura 21. Logotipo

EMPAQUE DEL PRODUCTO LECHUGA



Figura 22. Empaque lechuga

La estrategia de comercialización para la lechuga consiste en ofrecer un producto natural a un precio asequible, el cual será envasado en fundas biodegradables y presentado en unidades individuales. Este diseño, caracterizado por su llamativo y colorido aspecto, tiene como finalidad atraer la atención de los clientes, contribuyendo así a la consolidación de una posición sólida en el mercado.

EMPAQUE DEL PRODUCTO REMOLACHA



Figura 23. Empaque remolacha

La estrategia que se implementará para la comercialización de la remolacha consiste en presentar el producto en envases de 1000 gramos, que incluirán información detallada sobre las propiedades nutricionales del producto. Estos envases se caracterizarán por un diseño colorido y atractivo que busca captar la atención de los clientes, contribuyendo así a su destacada posición en el mercado.

EMPAQUE DEL PRODUCTO BRÓCOLI



Figura 24. Empaque brócoli

La estrategia de comercialización para el brócoli consiste en ofrecer un producto natural a un precio accesible, incluyendo información detallada sobre las propiedades nutricionales. Este producto se envasará en fundas biodegradables 1000 gramos. Este diseño, caracterizado por su atractiva y llamativa apariencia, tiene como finalidad captar la atención de los clientes, contribuyendo de esta manera a consolidar una posición sólida en el mercado.

EMPAQUE DEL PRODUCTO ZANAHORIA



Figura 25. Empaque zanahoria

La estrategia que se implementará para la comercialización de la zanahoria consiste en presentar el producto en envases de 1000 gramos, que incluirán información detallada sobre las propiedades nutricionales del producto. Estos envases se caracterizarán por un diseño colorido y atractivo que busca captar la atención de los clientes, contribuyendo así a su destacada posición en el mercado.

EMPAQUE DEL PRODUCTO TOMATE



Figura 26. Empaque tomate

La presente estrategia se emplea con el propósito de promover la comercialización del tomate, incluyendo en el envase la información detallada de las propiedades nutricionales del producto y especificando un peso de 1000 gramos. Además, el empaque de cartón desempeña un papel fundamental al resguardar los tomates de daños físicos durante su transporte y almacenamiento.

Tabla 17. Precios de hortalizas orgánicas en sus nuevas presentaciones.

Hortaliza	Unidad	Precio
Lechuga	1c/u	0,70
Remolacha	1Kg	1,60
Brócoli	1Kg	1,10
Zanahoria	1Kg	1,25
Tomate	1Kg	1,50

El precio se determina tomando como referencia el costo de las hortalizas en otros supermercados, teniendo en cuenta que se trata de productos orgánicos. Es importante señalar que el precio puede variar en función de la época del año.

Distribución de las hortalizas

Los productores deberán ingresar sus productos en el centro de acopio ubicado en las instalaciones de la Feria Agroecológica, donde se llevarán a cabo las tareas de clasificación, limpieza y empaquetado de las hortalizas. Estos productos serán

distribuidos desde el centro de acopio hacia el supermercado utilizando un furgón refrigerado de tamaño mediano.

Este procedimiento se lleva a cabo con el propósito de preservar y transportar de manera óptima los pedidos, evitando cualquier posible daño durante el proceso de entrega. La distribución se realizará semanalmente o de acuerdo con la frecuencia de los pedidos realizados.

3.7.- Estrategias publicitarias

"Las estrategias de publicidad, también conocidas como estrategias comerciales, consisten en acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo relacionado con el marketing" (Zyman & Brott, 2008, pág. 84).

Estrategia de publicidad radial

Mediante la publicidad radial se dará a conocer los diferentes productos de la feria, aumentando la fluencia de nuevos clientes. Esta publicidad deberá tener una introducción con el nombre de la feria, seguido de un contenido donde se da a conocer los principales productos y sus respectivas características y finalmente el cierre, en el que expresan el día, el horario y dirección.

Estrategia alternativa

Mediante la elaboración de un tríptico que se entregara al cliente como una alternativa de publicidad esta consta de tres partes, la primera el logotipo con la importancia de alimentarse saludablemente, la segunda los principales productos que ofrece y finalmente la tercera que consta el día de atención, horario y un croquis de la dirección.

Estrategia publicidad herramientas digitales

Es evidente que se debe crear una cuenta Facebook, ya que por medio de esta red social nos brinda herramientas virtuales para dar a conocer los productos y poder estar en contacto con los posibles compradores potenciales. Además, esta red social tiene la ventaja de ser gratuita.

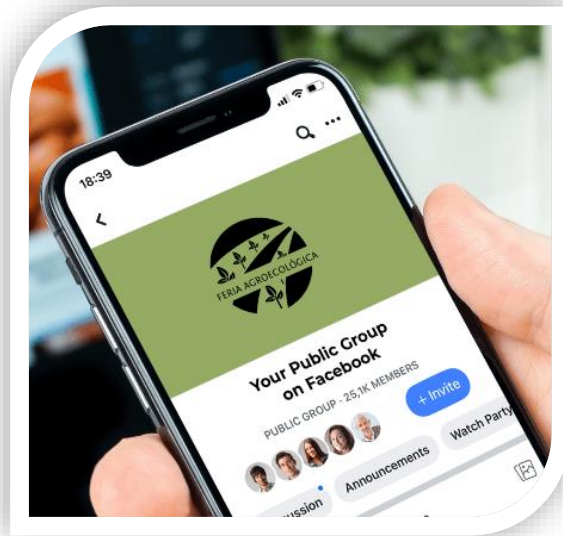


Figura 27. Página en el Facebook

Tabla 18. Estrategias de publicidad.

Estrategia	Publicidad radio Inty Pacha.
Objetivo	Incrementar la afluencia de clientes por ende mejorar las ventas de los productos agroecológicos.
Responsable	Feria Agroecológica.
Medio de verificación	Efecto del comercial radial.
Estrategia	Publicidad tríptico.
Objetivo	Incrementar la afluencia de clientes por ende mejorar las ventas de los productos agroecológicos.
Responsable	Feria Agroecológica.
Medio de verificación	Elaboración del tríptico
Estrategia	Diseño de cuenta de Facebook y TikTok
Objetivo	Incrementar la afluencia de clientes por ende mejorar las ventas de los productos agroecológicos.
Responsable	Feria Agroecológica.
Medio de verificación	Página en el Facebook y TikTok

Estrategia de uniformes

La identificación mediante uniformes contribuye a una buena presentación de los vendedores por lo tanto es necesario contar con delantales y gorras elaborados con colores que estén relacionados con la agricultura y un logotipo adecuado.



Figura 28. Camiseta

Estrategia de ventas

La capacitación a los socios es de mucha importancia ya que puede aplicar técnicas de ventas, atención al cliente y las ventajas que dar valor agregado a los productos, estas son las capacitaciones que se propone como estrategia.

Estrategia de promoción

Con el fin de disminuir el uso de bolsas plástica se diseñan bolsos reutilizables en el cual constara el nombre de la feria y se entregara a las personas que realicen comprar superiores a los 10 dólares.

Tabla 19. Estrategias de ventas.

Estrategia	Diseño de uniformes
Objetivo	Incrementar la afluencia de clientes por ende mejorar las ventas de los productos agroecológicos.
Responsable	Feria Agroecológica.
Medio de verificación	Elaboración de delantal y gorra
Estrategia	Capacitación a la asociación en dos temas principales: atención al cliente e implementación de valor agregado al producto.
Objetivo	Incrementar la afluencia de clientes por ende mejorar las ventas de los productos agroecológicos.
Responsable	Junta Parroquial La Esperanza.
Medio de verificación	Registro de asistencia.
Estrategia	Diseño del bolso tipo costal
Objetivo	Disminuir el uso de bolsas plásticas.
Responsable	Feria Agroecológica.
Medio de verificación	Elaboración de bolsos ecológicos



Figura 29. Diseño de bolsas tipo costal.

Tabla 20. Presupuesto de Publicidad.

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Anual
Cuña radial	12	\$30,00	\$360,00
Redes sociales	12	\$30,00	\$360,00
Trípticos	1000	\$0,10	\$100,00
Camisetas	300	\$5,00	\$1.500,00
Total			\$2.320,00

Criterios de desarrollo sustentable agroecológico

Según Altieri y Nicholls (2000), los criterios de la agricultura sustentable son:

- La producción estable y eficiente de recursos productivos.
- La seguridad y autosuficiencia alimentaria.
- El uso de prácticas agroecológicas o tradicionales de manejo.
- La preservación de la cultura local y de la pequeña propiedad.
- Un alto nivel de participación de la comunidad en decidir la dirección de su propio desarrollo agrícola.
- La conservación y regeneración de los recursos naturales.

Para cumplir los criterios de desarrollo sustentable se debe abordar tres categorías: el ambiental que está compuesta por uso de los recursos locales, producción estable equidad y viabilidad económica; social que está compuesta por autosuficiencia, satisfacción de las necesidades locales y desarrollo rural; finalmente económica que incluye biodiversidad, función ecosistémica y estabilidad productiva.

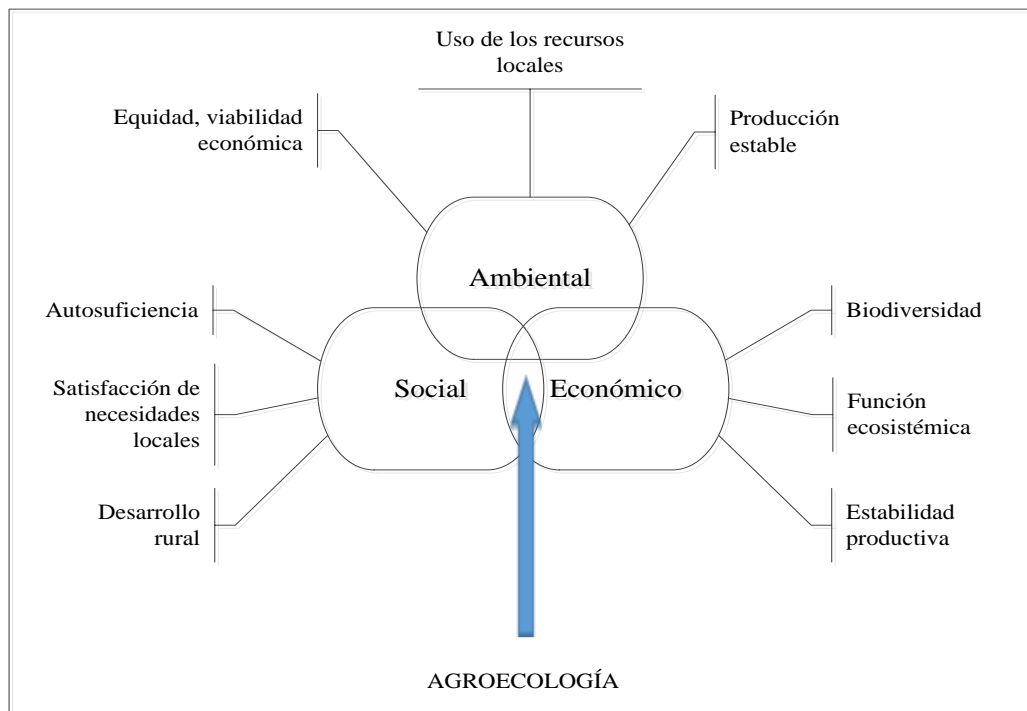


Figura 30. Modelo de sustentabilidad agroecológica.
Fuente: Altieri y Nicholls, 2000.

Este modelo de agricultura de producción agroecológica que se desea alcanzar mediante la incorporación de todos sus componentes:

- **Social:** Corresponde a como la agroecología influye en la sociedad liderando su propio proceso de desarrollo y abasteciéndose así mismo de los elementos indispensables para su supervivencia. Este es un criterio que los agricultores han tomado, porque la producción que ellos realizan primero es para la alimentación de sus propias familias y el excedente lo comercializan en la feria. Por tanto, al dinamizarse el sector social se produce un desarrollo rural que permite satisfacer las necesidades locales.
- **Ambiental:** Implica el uso de recursos propios del sector para mantener una producción estable y en armonía con el medio ambiente, disminuyendo al mínimo la contaminación del agua y suelo y recuperando aquello que han sido degradados por la agricultura convencional. Los agricultores realizan mingas para la limpieza de acequias, reforestación en plantas nativas en las vertientes de agua y conservación de suelos mediante prácticas agroecológica que aseguran un equilibrio entre la producción y conservación.

- **Económico:** En esta categoría involucra la estabilidad productiva que debe tener el sector agroecológico permitiendo adaptar, los productos a las necesidades de las personas. La biodiversidad económica corresponde a las formas de actividad económica ya sea agrícola, pecuaria y turística. En la investigación se da prioridad a la agricultura específicamente a la producción de hortalizas, pero los productores agroecológicos también producen animales menores y aunque todavía no se ha avanzado mucho en el ámbito turístico también se está fortaleciendo el agroturismo.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- La feria agroecológica está conformada por una asociación legalmente constituida el 03 de agosto del 2015, aunque sus actividades se remontan al año 2005, cuando comenzaron a realizar la feria de manera informal. En la actualidad, cuentan con una superficie facilitada por la junta parroquial de 2000 m², donde se encuentra una infraestructura de 180 m² dividida en áreas específicas como gastronomía, carnes, productos agrícolas y una tarima. La feria atiende todos los domingos de 6 am a 2 pm, y a partir del 06 de junio del 2020 también se ha extendido la atención los días sábados.
- En cuanto a la frecuencia de compra, el 65% de los clientes realizan compras en la feria una vez a la semana, mientras que el 28% lo hacen una vez al mes. Por otro lado, el 7% corresponde a clientes que compran cada 15 días. La mayoría de consumidores mencionan acuden principalmente a la feria por la compra de hortalizas con un 88 %, debido a que la feria principalmente oferta variedad de hortalizas de una buena calidad, puesto que los clientes lo consideran así. Según la información recopilada el rango de gastos en la compra de los diferentes productos es de 10 a 20 dólares que representa el 51 % de los encuestados.
- La junta parroquial La Esperanza, la fundación SWISSAID y HEIFER son los principales contribuyentes en fortalecer la feria agroecológica desde los inicios hasta la actualidad con entrega de insumos y capacitación técnica.
- En la asociación de productores agroecológicos, los principales insumos utilizados son de origen orgánico, principalmente provenientes de animales menores. En cuanto a sus cultivos, predominan las hortalizas, con un 43% de lechuga, un 22% de remolacha, un 20% de brócoli y un 7% de zanahoria.
- La comercialización de los productos se efectúa tanto en la feria agroecológica, donde se realizan ventas directas al consumidor final, como en las viviendas de los propios productores. Estos productos son altamente valorados por los consumidores de la parroquia y sus alrededores.

- Las estrategias relacionadas con estos productos se encuentran actualmente limitadas debido a la falta de innovación en aspectos como el empaque, diseño y logotipo. Por esta razón, su disponibilidad se restringe a la feria y no ha sido posible expandir su comercialización a supermercados.
- Finalmente, cabe mencionar que en la presente investigación se propone el modelo de gestión agroecológico con tres ejes principales planificación productiva, organización productiva y aplicación productiva donde se debe hacer acciones de mejora progresivamente.

Recomendaciones

- Se sugiere a la asociación que implemente el presente modelo de gestión, ya que representa una herramienta fundamental para la toma de decisiones que promueve el desarrollo productivo y eficiente.
- Se recomienda realizar investigaciones adicionales relacionadas con la evaluación del modelo de gestión agroecológica desde el ámbito integral de producción y comercialización para generar información que contribuya al desarrollo agroecológico.
- Generar estrategias para la dotación de equipos e infraestructura complementaria con fines de funcionamiento del centro de acopio, proponiendo alianzas público-privadas entre la organización de productores agroecológicos y entidades estatales.
- Realizar un plan de negocios de productos agroecológicos para fortalecer la comercialización, distribución y operatividad del modelo de gestión propuesto en la investigación.

Bibliografía

- Agro Rural. (2016). *Reglamento y Guía para la Organización en ferias Agropecuarias en el ámbito de acción de AGRO RURAL*. Lima: AGRO RURAL.
- Agrocalidad. (s.f.). *Instructivo de la normativa general para promover y regular la producción orgánica - ecológica - biológica en el Ecuador*. QUITO: AGROCALIDAD.
- Altieri, M., & Nicholls, C. (2000). *Teoría y práctica para una agricultura sustentable*. México.
- , M., Nicholls, C., & Astier, M. (2021). *Documentando la evidencia en Agroecología: Una perspectiva Latinoamericana*. CELIA.
- Apollin, F., & Eberhart, C. (1999). *Análisis y diagnóstico de los sistemas de producción en el medio rural*. Quito: CAMAREN.
- Bazurto, L. (2022). *Modelo de gestión administrativa para centros de acopio de productos agrícolas en el cantón Bolívar*. Manabí: ESPAMMFL.
- Burgo, O., & Maldonado, F. (2016). Aproximación a un modelo de gestión de la producción agrícola con enfoque agroecológico para el desempeño de pequeñas y medianas empresas (PyMES) bananeras. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 2-14.
- Cabezas, C. (2010). Guía Metodológica Para la Elaboración de Modelos de Gestión del Patrimonio cultural Inmueble. *Departamento Gestión de Inversiones Regionales*, 26.
- Cerdas, M., & Montero, M. (2004). *Guías técnicas del manejo poscosecha de apio y lechuga para el mercado fresco*. San José: MAG.
- Chauveau, C., & Taipe, D. (2012). *Circuitos alternativos de comercialización*. Quitp: MAGAP.
- Chávez, V. (2016). *Marketing en productos y servicios*. Riobamba: ESPOCH.
- Cimas, F. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Rural de la Esperanza*. Quito: Cimas.
- CRECE. (2014). *Propuesta para Desarrollar un Modelo Eficiente de Comercialización y Distribución de productos*. Bogotá: DNP.
- CreceNegocios. (13 de Noviembre de 2013). *CreceNegocios*. Recuperado el 19 de Marzo de 2018, de <https://www.crecenegocios.com/la-tecnica-de-observacion/>
- Cuatrecasas, L. (2011). *Organización de la producción y dirección de operaciones*. Madrid: Díaz de Santos.



- Daza, E., & Peña, D. (2014). *La Agroecología en el Ecuador*. Quito: IEE.
- Dufumier, M. (1998). *La Investigación para el desarrollo: El papel de los diagnósticos en los proyectos de desarrollo*. La Paz: RURALTER.
- Elías Velázquez, F. R. (2008). *Caracterización del sistema de producción agrícola de la comunidad de Llano Grande, Agua Zarca y Tamarindo, Pachalum, El Quiché*. Guatemala: USAC.
- Espinosa, R. (17 de Abril de 2016). *Academia*. Obtenido de <https://robertoepinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2>
- FAO. (2001). *ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO Y DE GÉNERO*. Roma: FAO.
- FAO. (2015). *Los suelos sanos son la base para la producción*. Roma.
- Fernández, R. (2018). *Implementación de un modelo de gestión asociativa en la asociación artesanal de centro de comercialización de productos agropecuarios Tipishca, para el mejoramiento de la producción y comercialización de café*. Quito: UCE.
- FIDA. (2003). *Agricultura orgánica*. Turrialba.
- Fleitman, J. (2007). *Evaluación integral para implementar modelos de calidad*. México: Pax México.
- Flores, F. (2021). *Modelo de gestión para la planta de producción de aceites esenciales de la pre-asociación de mujeres productoras de aceites esenciales y afines "Oshun", de la parroquia La Concepción cantón Mira-Ecuador*. Ibarra: UTN.
- Gerrero, J. (1993). *Abonos orgánicos, tecnología para el manejo ecológico de los suelos*. Lima: RAAA.
- González Sosa, G. (2008). *CONSIDERACIONES SOBRE LA COMERCIALIZACIÓN AGRÍCOLA*. La Habana.
- Gortaire, R. (2016). *Agroecología en el Ecuador. Proceso histórico, logros, y desafíos*. Quito.
- Guerrero Varga, R. (2015). *Fortalecimiento del Sistema Cantonal de Ferias Agroecológicas y Solidarias*. Tabacundo: GAD Pedro Moncayo.
- Gutiérrez, M. (2007). *Impacto socioeconómico de los sistemas de policultivos maíz-frijol-calabaza en la frailesca*. Chiapas: UNACH.
- Heifer. (2014). *La agroecología está presente*. Quito.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Marketing*. México: Pearson.

- Liendo, M., & Martínez, A. (2001). *Asociatividad una alternativa para el desarrollo y crecimiento*. Argentina: Investigaciones en la Facultad de Ciencias Económicas y Estadística. .
- Malagón, R., & Prager, M. (2001). *El Enfoque de Sistemas*. Bogotá: FERIVA.
- Maonic. (2016). *Manual Técnico Agroecológico*. Managua: UNAG.
- Martinez, A., & Ruiz, C. (2014). *Marquetin en la Actividad Comercial*. Madrid: McGraw-Hill.
- Maya, E. (2014). *Métodos y técnicas de investigación*. Universitaria: UNAM.
- Melara, M. (26 de 05 de 2020). *EL BLOG DE MARLON MELARA*. Obtenido de <https://marlonmelara.com/que-es-la-percepcion-del-cliente/>
- Ministerio de agricultura y ganadería. (2017). *Circuitos Alternativos de Comercialización, experiencias Ecuatorianas*. Quito.
- Moncada, M. (2006). Flores y Flujos de Materiales. *En Revista Iberoamericana de la Economía Ecológica*, 17-28.
- Monteros, E. (2020). *Ferias agroecológicas y su relación con el consumo responsable de alimentos en la parroquia Tabacundo del cantón Pedro Moncayo*. Quito: UASB.
- Murcia, M. (27 de 09 de 2016). *Prezi*. Obtenido de <https://prezi.com/z4nkghecvlowd/la-finca-como-un-sistema/>
- Padilla, W. (2005). *Fertilizacion de Suelos y Nutriión Vegetal*. Quito: UCE.
- Palacios , D., & Reyes, P. (2016). Cambio de la matriz productiva del Ecuador y su efecto en el comercio exterior. *Dominio de las ciencias*, 419-420.
- Paredes, M., & Guerra, M. (2017). *Turismo comunitario agroecológico, eje de Desarrollo Sostenible en el territorio rural indígena Kayambi: estudios de caso Paquiestancia y La Esperanza, localizados en los cantones Cayambe y Pedro Moncay*. Quito: FLACSO.
- Portillo, J. (2010). *MANUAL DE SISTEMAS AGROFORESTALES PARA EL DESARROLLO RURAL SOSTENIBLE*. San Lorenzo: JIRCAS.
- Rivera, C. (2019). *Desarrollo de Estrategias para el incremento de consumo de productos Agroecológicos de la Provincia del Azuay-Ecuador*. Buenos Aires: UTN-FRBA.
- Rojas, D. (2010). *Diseño de un canal de distribución comercial para productos fabricados a base de soya por comunidades con vulnerabilidad económica beneficiarias de programas nutricionales*. Bogotá.

- Rojas, E. (2017). *Entre lo material e inmaterial: El caso de la Red de Productores Agroecológicos del Pueblo Kayambi (RESAK)*. Quito: FLACSO.
- Sagastume, M. (s.f.). *Manual para Organizadores de Ferias*. PROMOCAP.
- Secretaría General de la Comunidad Andina. (2011). Una opción para mejorar la seguridad alimentaria y conservar la biodiversidad. *Agricultura familiar agroecológica campesina en la ciudad andina*, 93.
- Stott, L., & Ramil, X. (2014). *Metodología para el desarrollo de estudios de caso*. Madrid: UPM.
- Taibe, D. (2010). *Circuitos cortos de comercialización CIALCOS y herramientas para su implementación*. Quito: VSF-CICDA.
- Vicens, J. (1999). *Manual de planes de gestió*n. Catalunya.
- Villanueva, J., & Toro, J. (2017). *Marketing estratégico*. España: EUNSA.
- Zyman, S., & Brott, A. (2008). *El fin de la publicidad tal como la conocemos*. McGraw Hill editorial.



Anexos

Anexo 1. Formato de encuesta para el diagnóstico de las unidades productoras agroecológicas.

 UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE			
INSTITUTO DE POSGRADOS PROGRAMA DE MAESTRÍA EN GESTIÓN DE AGROEMPRESAS Y AGRONEGOCIOS MODELO DE GESTIÓN PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN LA FERIA AGROECOLOGÍA DE LA PARROQUIA LA ESPERANZA DEL CANTÓN PEDRO MONCAYO.			
Encuesta Dirigida a Productores			
Objetivo: Obtener información relacionada de la producción Agroecológica del sector.			
I Datos generales			
Parroquia: La Esperanza	Provincia: Pichincha	Cantón: Pedro Moncayo	
Dirección:		Sexo:	Masculino <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/>
Nombre:		Edad:	
Nivel de Educación:	Primaria <input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/>	Superior <input type="checkbox"/>	Ninguna <input type="checkbox"/>
Servicios Básicos:	Luz <input type="checkbox"/>	Agua Potable <input type="checkbox"/>	Alcantarillado <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> Teléfono o cel <input type="checkbox"/>
Poner: Si o No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
II Vivienda			
La casa que usted vive es:	Propio <input type="checkbox"/>	Arendada <input type="checkbox"/>	Familiar <input type="checkbox"/>
Cuántas personas habitan en la vivienda:	Nº: _____		
El terreno cultivado es:	Propio <input type="checkbox"/>	Arendado <input type="checkbox"/>	Área: _____ m ²
III Mano de obra Familiar			
Mano de obra en la UPA:	Conyugue <input type="checkbox"/>	Hijos <input type="checkbox"/>	
Mano de obra contratada:	Fijo <input type="checkbox"/>	Temporal <input type="checkbox"/>	Ninguno <input type="checkbox"/>
Nº de trabajadores contratados:	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/>
Además de la agricultura a que otra actividad se dedica por la que obtenga ingresos:	Negocios del hogar <input type="checkbox"/>	Cuál _____	Comercio <input type="checkbox"/> Cuál _____
	Empleado dependiente <input type="checkbox"/>	Cuál _____	Transporte <input type="checkbox"/> Cuál _____
	Ninguna <input type="checkbox"/>		Otros: _____
IV Agrícola (Cultivos Sembrados)			
Parcela	Cultivo	Área m ²	% Consumo
Parcela 1			
Parcela 2			
Parcela 3			
Parcela 4			
¿Qué tipo de riego posee?			
Aspersión <input type="checkbox"/>	Inundación <input type="checkbox"/>	Goteo <input type="checkbox"/>	Sin Riego <input type="checkbox"/>
Insumos Fertilizantes			
Utiliza insumos químicos		Utiliza abono orgánico	
Urea <input type="checkbox"/>		Humus <input type="checkbox"/>	
18-46-0 <input type="checkbox"/>		Gallinaza <input type="checkbox"/>	
15-15-15 <input type="checkbox"/>		Compost <input type="checkbox"/>	
Ninguno <input type="checkbox"/>		Estiércol de animales menores <input type="checkbox"/>	
Otros: _____		Otros: _____	
Insumos control de Plagas y Enfermedades			
Utiliza insumos químicos		Utiliza insumos orgánico	
Fungicidas e insecticidas <input type="checkbox"/>		Extractos plantas <input type="checkbox"/>	
Ninguno <input type="checkbox"/>		Microorganismos eficientes <input type="checkbox"/>	
		Ninguno <input type="checkbox"/>	

Inversión Agrícola						
Producto		Tomare Riñon	Lechuga	Brócoli		
Preparación del terreno						
Semilla/plantas						
Abonos						
Mano de obra						
Cosecha						
Transporte						
Agua de riego						
Otros gastos						
<i>Total</i>						
V Pecuario						
¿Posee Animales en la Unidad Productora?						
Aves	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	Cuyes	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	Ovejas	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	Porcinos
	N°:		N°:		N°:	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> N°:
¿Posee Instalaciones en la Unidad Productora?						
Cuyera	<input type="checkbox"/>	Chanchera	<input type="checkbox"/>	Galpón	<input type="checkbox"/>	Otros:
¿Cuál es el estado de la infraestructura?		Buena	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	
		Regular	<input type="checkbox"/>			
VI Aspecto Organizacional						
¿Posee certificación orgánica?		Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	
Realizan planificación de siembras:		Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	
Compran volúmenes grandes de insumos para la asociación:		Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	
¿Cómo realiza el transporte de los productos hacia la feria?		Flete	<input type="checkbox"/>	Bus	<input type="checkbox"/>	
		Carro propio	<input type="checkbox"/>			
¿Posee apoyo y asistencia técnica de Organizaciones?		Municipio	<input type="checkbox"/>	Junta Parroquial	<input type="checkbox"/>	
		Consejo Provincial	<input type="checkbox"/>			
		ONG	<input type="checkbox"/>	Cual _____		
VII Ingresos y Gastos						
Ingresos	USA/mes	Gastos	USA/mes			
Bono de desarrollo		Alimentación				
Pensión jubilación		Educación				
Actividad Agrícola		Salud				
Otra actividad		Vestimenta				
		Servicios básicos				
		Arriendo				
	Total		Total			
VIII Acceso a Crédito						
Accede a crédito		Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>			
Institución		Pública	<input type="checkbox"/>	Privada	<input type="checkbox"/>	
¿En qué Utiliza?:						

Anexo 2. Formato de encuesta a los consumidores de la feria agroecológica.

 UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE		INSTITUTO DE POSGRADOS			
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN GESTIÓN DE AGROEMPRESAS Y AGRONEGOCIOS					
MODELO DE GESTIÓN PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN LA FERIA AGROECOLOGÍA DE LA PARROQUIA LA ESPERANZA DEL CANTÓN PEDRO MONCAYO.					
Encuesta Consumidor Final					
I Datos generales					
Parroquia: La Esperanza		Provincia: Pichincha		Cantón: Pedro Moncayo	
Edad:	20 a 30 años	()	Sexo:	Masculino	()
	31 a 40 años	()		Femenino	()
	41 a 50 años	()			
	51 a 60 años	()			
	Más de 60 años	()			
Nivel de Educación:	Ninguna	()	Estado Civil:	Casado	()
	Primaria	()		Soltero	()
	Secundaria	()		Divorciado	()
	Superior	()		Unión libre	()
Ocupación:	Agricultor	()	Ama de casa	()	
	Empleado privado	()	Otros:	()	Especifique:
	Empleado público	()			
II Dimensión Social					
Usted proviene de:		La misma Parroquia ()			
		De otras parroquia ()		Especifique:	
		De otras ciudad ()		Especifique:	
¿Cómo usted se enteró de esta feria?		Amigos	()	Periódico	()
		Radio	()	Porque son del mismo sector ()	
¿Con que frecuencia compra los productos?		Semanal	()	Mensual	()
		Quincenal	()		
¿Cuál es el principal producto que usted compra?		Hortalizas ()		Granos ()	
		Frutas ()		Carne ()	
		Otros ()	Especifique		
III Dimensión Económica					
¿Cuánto dinero usted gasta en la feria?		Menos de 10 dólares ()		21 a 30 dólares ()	
		10 a 20 dólares ()		Mayor a 30 dólares ()	
¿Porque adquiere los productos en esta feria?		Precio	()	Servicio	()
		Calidad	()	Orgánicos	()
		Ubicación	()	Todos los anteriores ()	
Los precios son		Buenos	()	Malos	() Regulares ()

¿En promedio que cantidad, con que frecuencia y a que precio comprar los productos?					
	Producto	Unidad	Costo \$	Frecuencia	
	Tomate riñón				
	Pimiento				
	Coliflor				
	Col				
	Brócoli				
	Lechuga				
	Cilantro				
	Arveja				
	Fréjol				
	Maíz				
IV Dimensión Ecológica					
Sabe lo que es un producto orgánico			Si	()	No ()
¿Qué calidad presentan estos productos agrícolas?		Regulares	()		
		Buenos	()		
		Muy buenos	()		
Existe variedad de productos en la feria			Si	()	No ()
¿Qué productos debería implementar en la feria?		Variedad de Hortalizas		()	
		Variedad de Carne		()	
		Variedad de Granos		()	
		Otros ()	Especifique:		
V Atención al Cliente					
La infraestructura para la venta es:		Adecuada	()	No adecuada	()
La presentación de los vendedores es:		Buena	()	Muy Buena	()
		Regular	()		
La atención al público es:		Buena	()	Muy Buena	()
		Regular	()		
¿Cree usted que se debería ofertar otros días los productos?		Si	()		
		No	()		
		Especifique el día:			

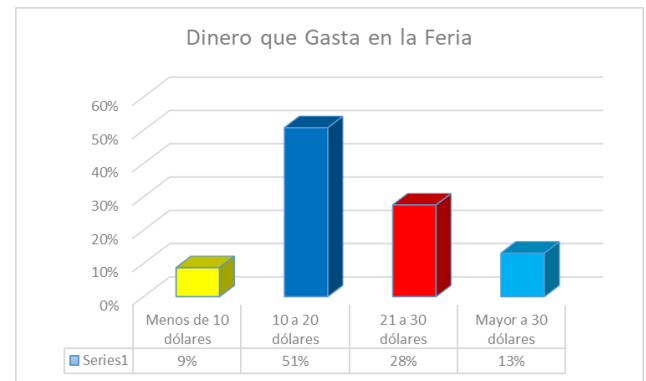
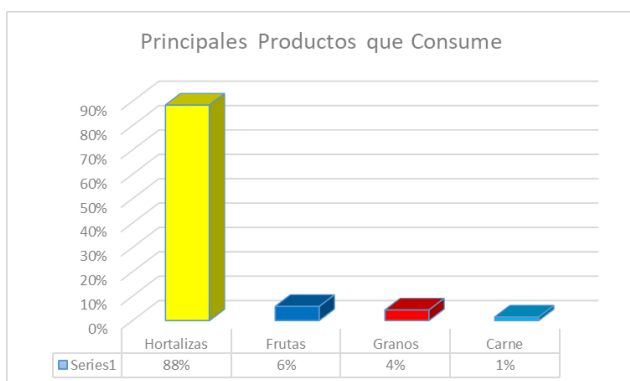
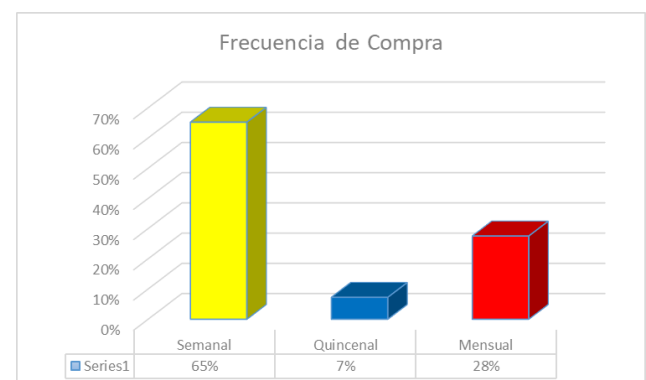
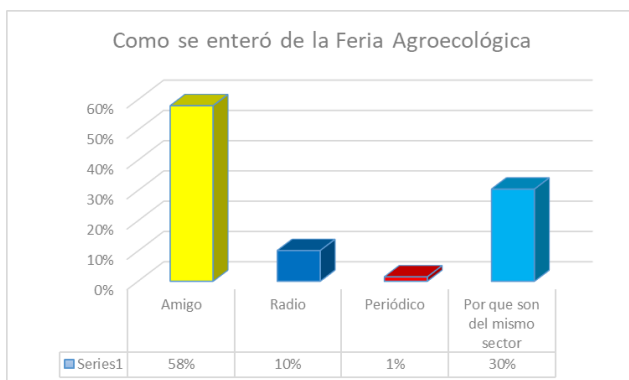
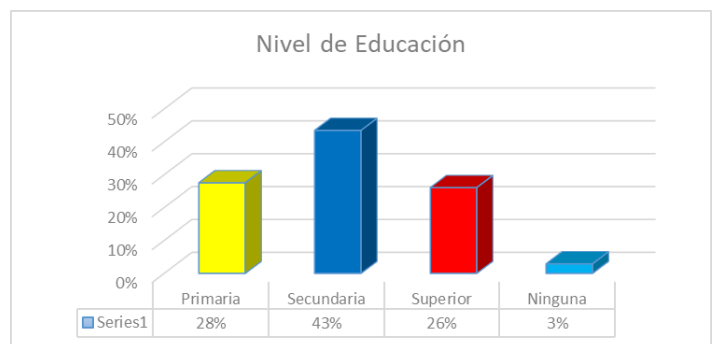
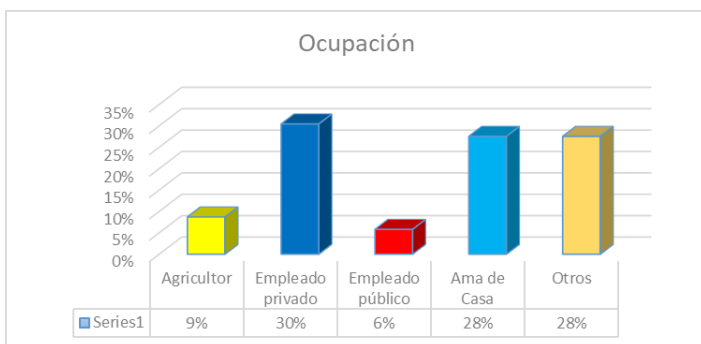
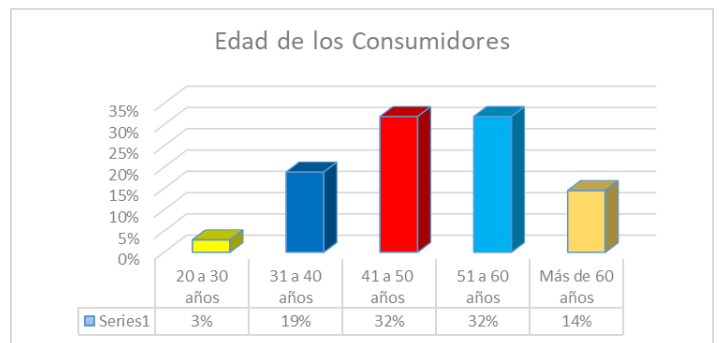
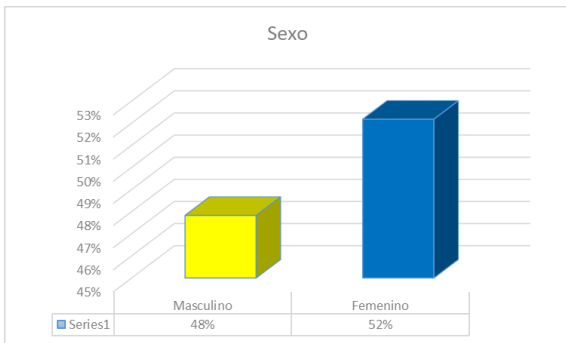
Anexo 3. Guía de entrevista semiestructurada.

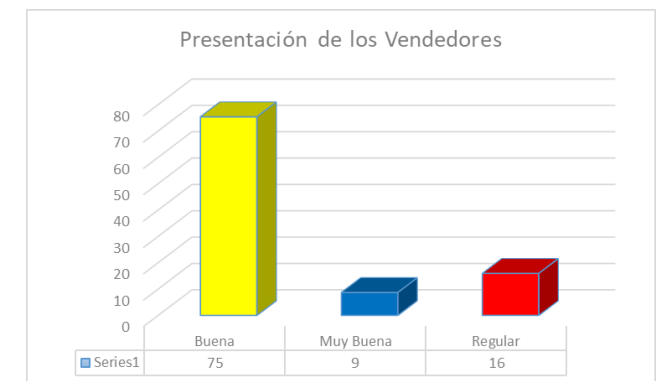
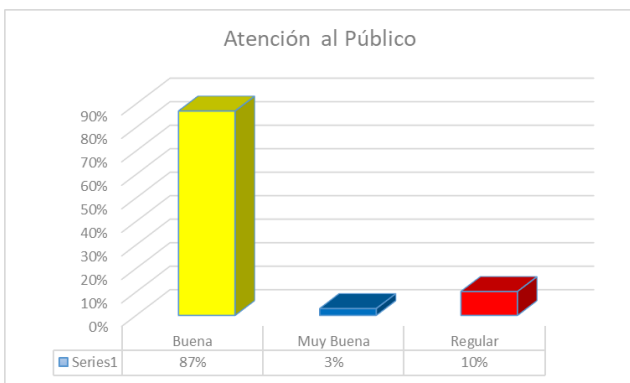
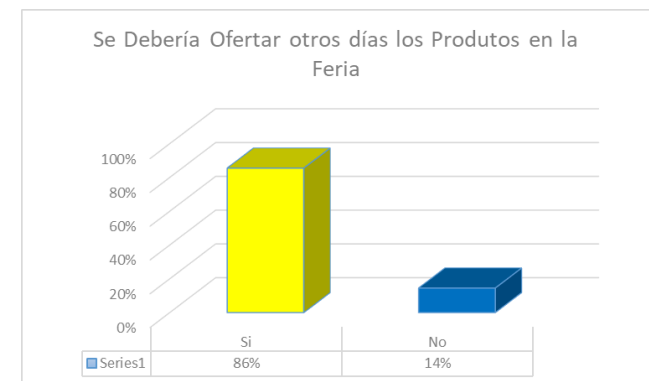
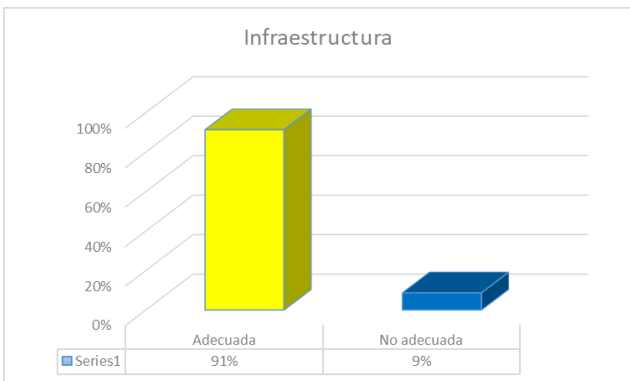
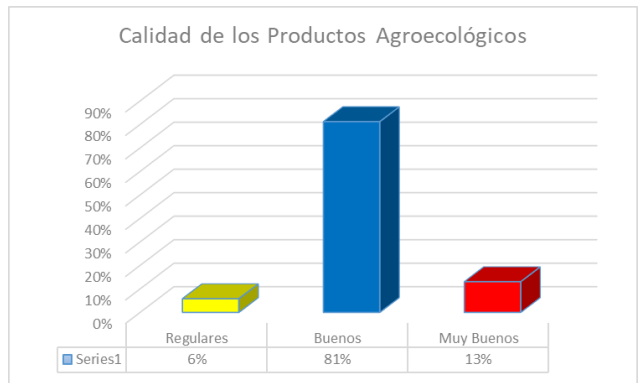
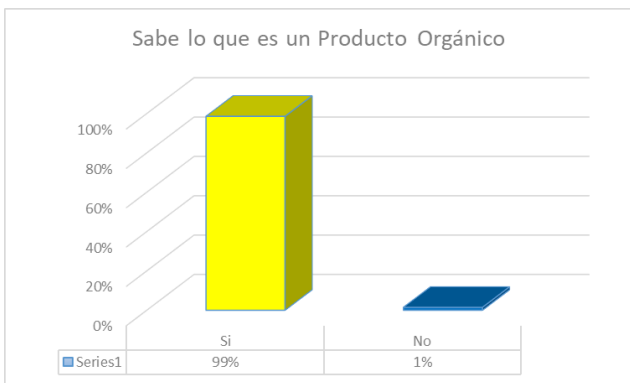
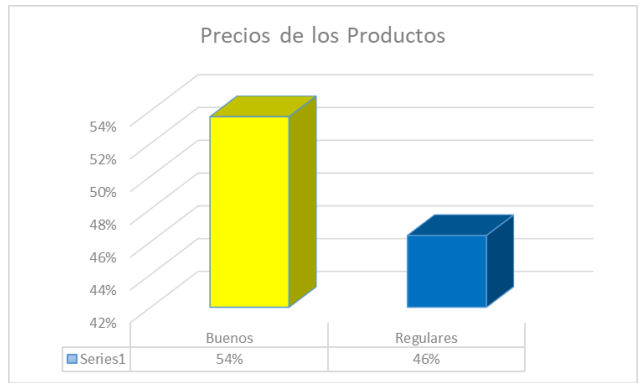
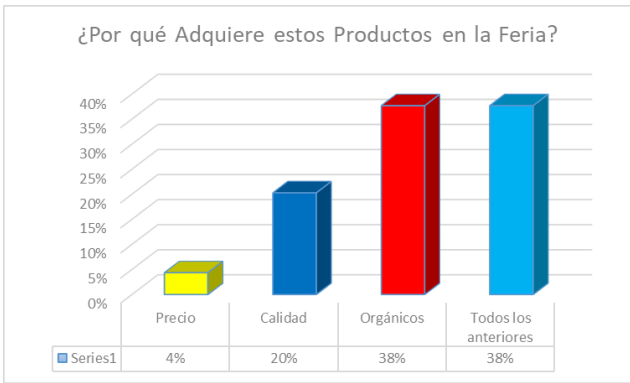
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	
INSTITUTO DE POSGRADOS	
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN GESTIÓN DE AGROEMPRESAS Y AGRONEGOCIOS	
Guía de Entrevista Semiestructurada para la Feria Agroecológica	
1. ¿Cómo nació la propuesta de la feria agroecológica?	
2. ¿Quién lo fundo y su fecha?	
3. ¿Cuáles son los aspectos más relevantes de la feria?	
4. ¿Qué instituciones están apoyando a los agricultores agroecológicos?	
5. ¿Qué infraestructura tenían al comenzar la feria y cuál es la que tienen actualmente?	
6. ¿Cuál es la estructura organizacional de la feria agroecológica?	
7. ¿Cuentan con un reglamento o estatutos internos para los feriantes?	
8. ¿Cuáles son los problemas que tienen actualmente?	
9. ¿Qué cree usted que le hace falta para mejorar la gestión de la feria?	

Anexo 4. Directiva de la asociación de Productores Agroecológica La Esperanza.

N°	Dignidades	Apellidos y Nombres	N° Cédula
1	Presidente	Morocho Morocho José Hilario	1711423291
2	Vicepresidente	Cisneros Fernández Janeth Alexandra	1719325332
3	Tesorero	Chorlango Sánchez Carlos Justavo	1708318793
4	Secretario	Niza Parra José Fernando	0501808166
5	Sindico	Espinoza Molina Esteban Geovanny	1719871467
6	Primer Vocal	Pujota Cacuango Margarita Gladys	1713382461
7	Segundo Vocal	Romero Marcia María De Lourdes	1705159562
8	Tercer Vocal	Torres Collaguazo Maria Margarita	1707918031
9	Cuarto Vocal	Rochez Cusco Olga Teresa	1715129167
10	Quinto Vocal	Lema Cacuango Aria Teresa	1712957883
11	Sexto Vocal	Verdesoto Soliz Zoila Rosa	1712007093

Anexo 5. Tabulación de encuestas dirigida a los consumidores.





Anexo 6. Costo de producción por hectárea de hortalizas

COSTOS DE PRODUCCIÓN POR HECTÁREA "LECHUGA"				
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
1. PREPARACIÓN DEL SUELO				
Arada	horas/tractor	1	18,00	18,00
Rastrada	horas/tractor	2	18,00	36,00
Surcada	horas/tractor	1	18,00	18,00
Subtotal preparación del suelo				72,00

2. MANO DE OBRA				
Transplante	Jornal	8	17,00	136,00
Fertilización	Jornal	6	17,00	102,00
Control fitosanitario	Jornal	4	17,00	68,00
Deshierba y aporque	Jornal	20	17,00	340,00
Riego	Jornal	10	17,00	170,00
Cosecha	Jornal	8	17,00	136,00
Subtotal mano de obra				952,00

3. INSUMOS				
Plántulas	unidad	29150	0,04	1166,00
Abono (gallinaza)	saco	100	4,00	400,00
Biol	litro	250	1,00	250,00
Agua de riego	turno	10	3,00	30,00
Transporte	flete	5	5,00	25,00
Subtotal insumos				1871,00

Imprevistos (5%)				144,75
-------------------------	--	--	--	---------------

TOTAL DE COSTOS				3.039,75
------------------------	--	--	--	-----------------

Fuente: La investigación.

COSTOS DE PRODUCCIÓN POR HECTÁREA "REMOLACHA"				
	Costo total	4.092,90		
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
1. PREPARACIÓN DEL SUELO				
Arada	horas/tractor	1	18,00	18,00
Rastrada	horas/tractor	2	18,00	36,00
Surcada	horas/tractor	1	18,00	18,00
Subtotal preparación del suelo				72,00
2. MANO DE OBRA				
Transplante	Jornal	10	17,00	170,00
Fertilización	Jornal	6	17,00	102,00
Control fitosanitario	Jornal	4	17,00	68,00
Deshierba y aporque	Jornal	23	17,00	391,00
Riego	Jornal	10	17,00	170,00
Cosecha	Jornal	10	17,00	170,00
Subtotal mano de obra				1071,00
3. INSUMOS				
Plántulas	unidad	120000	0,015	1800,00
Abono (gallinaza)	saco	150	4,00	600,00
Biol	litro	300	1,00	300,00
Agua de riego	turno	10	3,00	30,00
Transporte	flete	5	5,00	25,00
Subtotal insumos				2755,00
Imprevistos (5%)				194,90
TOTAL DE COSTOS				4.092,90

Fuente: La investigación.

COSTOS DE PRODUCCIÓN POR HECTÁREA "BRÓCOLI"				
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
1. PREPARACIÓN DEL SUELO				
Arada	horas/tractor	1	18,00	18,00
Rastrada	horas/tractor	2	18,00	36,00
Surcada	horas/tractor	1	18,00	18,00
Subtotal preparación del suelo				72,00

2. MANO DE OBRA				
Transplante	Jornal	8	17,00	136,00
Fertilización	Jornal	6	17,00	102,00
Control fitosanitario	Jornal	4	17,00	68,00
Deshierba y aporque	Jornal	20	17,00	340,00
Riego	Jornal	10	17,00	170,00
Cosecha	Jornal	8	17,00	136,00
Subtotal mano de obra				952,00

3. INSUMOS				
Plántulas	unidad	29150	0,045	1311,75
Abono (gallinaza)	saco	100	4,00	400,00
Biol	litro	250	1,00	250,00
Agua de riego	turno	10	3,00	30,00
Transporte	flete	5	5,00	25,00
Subtotal insumos				2016,75

Imprevistos (5%)				152,04
-------------------------	--	--	--	---------------

TOTAL DE COSTOS				3.192,79
------------------------	--	--	--	-----------------

Fuente: La investigación.

Anexo 7. Feria Agroecológica La Esperanza.

Fotografía 1. Valla publicitaria



Fotografía 2. Infraestructura de la feria

