



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

UTN
IBARRA - ECUADOR

Facultad de
Postgrado

FACULTAD DE POSGRADO

MAESTRÍA EN GESTIÓN DE AGROEMPRESAS Y AGRONEGOCIOS

INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

**“MEJORAMIENTO DE LA CADENA DE VALOR EN EL SISTEMA
AGROPRODUCTIVO DE LA PARROQUIA URBANA PIMAMPIRO, PROVINCIA
DE IMBABURA, COMO INICIATIVA PARA CONTRIBUIR AL CRECIMIENTO
ECONÓMICO DEL SECTOR”**

Trabajo de Grado previo a la obtención del título de Magister en Gestión de Agroempresas y Agronegocios.

Autor: Ing. Danny Margoth Gómez Ponce

Tutor: MSc. Mario Renato Leguísamo Guevara

Director: MSc. Silvio Raúl Álvarez Pasuy

Ibarra, septiembre 2023



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 DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1002191508		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Danny Margoth Gómez Ponce		
DIRECCIÓN:	Las violetas y los Rosales (Urcuquí)		
EMAIL:	mtcdannyotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062590013	TELF. MOVIL	0995656822

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“MEJORAMIENTO DE LA CADENA DE VALOR EN EL SISTEMA AGROPRODUCTIVO DE LA PARROQUIA URBANA PIMAMPIRO, PROVINCIA DE IMBABURA, COMO INICIATIVA PARA CONTRIBUIR AL CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL SECTOR”
AUTOR (ES):	Danny Margoth Gómez Ponce
FECHA: DD/MM/AA	20/09/2023
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Magister en Gestión de Agroempresas y Agronegocios
ASESOR/DIRECTOR:	MSc. Mario Renato Leguísamo Guevara

2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) 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 20 días del mes de septiembre de 2023

EL AUTOR:



.....
Danny Margoth Gómez Ponce

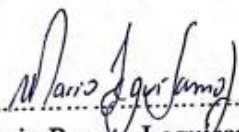
CERTIFICACIÓN DIRECTOR DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Ibarra, 04 de julio de 2023

MSc. Mario Renato Leguísamo Guevara
COORDINADOR DE PROGRAMA

CERTIFICA:

Luego de haber revisado el presente informe final del trabajo de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

(f) 
MSc. Mario Renato Leguísamo Guevara
C.C.: 1711942308

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación dedico en primer lugar a Dios por darme la vida, la sabiduría y la paciencia para desarrollarlo; en segundo lugar, lo dedico a mis hijas que son el motor de mi vida y que por ellas he realizado el esfuerzo para culminar este nuevo nivel profesional y finalmente va dedicado a mi madre por estar siempre presente ayudándome y motivando mi accionar hacia esta carrera, que demanda de esfuerzo y perseverancia.

AGRADECIMIENTO

Al finalizar mis estudios de maestría en el área de Gestión De Agroempresas y Agronegocios debo agradecer a las siguientes personas e instituciones:

A la universidad Técnica del Norte por darme la oportunidad de continuar mis estudios y hoy ver culminado un peldaño más de mi vida profesional.

Un agradecimiento al Magister Silvio Álvarez y Magister Mario Leguísamo por guiar mi trabajo y apoyarme en el desarrollo de la misma.

Al Ingeniero Caicedo Presidente de ASOPROSOL y Presidente de la Junta de Agua de Pimampiro, quien colaboró en este trabajo indicando todos sus conocimientos sobre el tema.

A los agricultores que me ayudaron a contestar las encuestas y a determinar su opinión sobre las fortalezas y debilidades que tiene este proceso agrícola.

RESUMEN

“MEJORAMIENTO DE LA CADENA DE VALOR EN EL SISTEMA AGROPRODUCTIVO DE LA PARROQUIA URBANA PIMAMPIRO, PROVINCIA DE IMBABURA, COMO INICIATIVA PARA CONTRIBUIR AL CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL SECTOR”

Autor: Ing. Danny Margoth Gómez Ponce

Director: MSc. Mario Renato Leguísamo Guevara

Año: 2023

La cadena de valor en el sector agroproductivo de Pimampiro es esencial para mejorar la actividad agrícola. El objetivo fue proponer un sistema de distribución y comercialización, que garantice el crecimiento económico en la cadena de valor productiva. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo, un nivel descriptivo apoyado en una revisión bibliográfica y campo, se aplicó el método deductivo y la encuesta como técnica investigativa. El estudio obedece al diagnóstico actual del tomate riñón como la fruta de mayor producción y demanda, cultivada en invernadero y de la variedad Pietro; detectando aspectos críticos en su producción como: inexistencia de asociatividad, poco conocimiento de cadenas de valor, de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) y Manejo Integral de Plagas (MIP), el pago de fletes para distribución incrementan el costo del tomate, otro aspecto preocupante es el alto nivel de intermediarios que generan más ganancias que los productores. Se propone crear una asociación que agrupe al gremio, capacitación permanente con el MAG y otras organizaciones, un convenio de cooperación con empresa de transporte de carga, e implementación de una estrategia de mercadeo que equilibre el nivel de ganancias. En conclusión, con las estrategias propuestas se busca organizar a los agricultores de tomate, mejorar la calidad de la fruta con un sistema permanente de capacitación, un ahorro anual de 29.175,00USD gracias al convenio de cooperación con una empresa de transporte manteniendo costos fijos en los fletes y disminuir la brecha de ganancia en un 3.66 con el sistema de mercadeo en la provincia.

Palabras claves: Cadena de valor, distribución, comercialización, crecimiento económico.

ABSTRACT

"IMPROVEMENT OF THE VALUE CHAIN IN THE AGRICULTURAL SYSTEM OF THE PIMAMPIRO URBAN PARISH, PROVINCE OF IMBABURA, AS AN INITIATIVE TO CONTRIBUTE TO THE ECONOMIC GROWTH OF THE SECTOR"

Autor: Ing. Danny Margoth Gómez Ponce

Director: MSc. Mario Renato Leguísamo Guevara

Año: 2023

The value chain in the agro-productive sector of Pimampiro is essential to improve agricultural activity. The objective was to propose a distribution and commercialization system that guarantees economic growth in the productive value chain. The research had a quantitative approach, a descriptive level, the type of research and field, applying the deductive and analytical method and the survey as an investigative technique. The study obeys the current diagnosis of the kidney tomato as the fruit with the highest production and demand, grown in greenhouses and of the Pietro variety; detecting critical aspects in its production such as: non-existence of associativity, little knowledge of value chains, Good Agricultural Practices (BPA) and Integral Pest Management (IPM), the payment of freight for distribution increases the cost of tomato, another worrying aspect it is the high level of intermediaries that generate more profits than the producers. It is proposed to create an association that brings together the union, permanent training with the MAG and other organizations, a cooperation agreement with a cargo transportation company, and implementation of a marketing strategy that balances the level of profits. In conclusion, the proposed strategies seek to organize tomato farmers, improve the quality of the fruit with a permanent training system, an annual saving of USD 29.175,00 thanks to the cooperation agreement with a transport company, maintaining fixed costs in the freight and reduce the profit gap by 3.66 with the marketing system in the province.

Keywords: Value chain, distribution, commercialization, economic growth.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
RESUMEN	viii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	1
ÍNDICE DE TABLAS	3
ÍNDICE DE FIGURAS.....	4
ÍNDICE DE ABREVIATURAS	6
INTRODUCCIÓN	1
Capítulo I	9
Marco teórico	9
1.1 Cadena de valor.....	9
1.1.1. Definición	9
1.1.2 Importancia	10
1.1.3 Actividades dentro de una cadena de valor.....	11
1.1.4 Diferencia entre enfoque tradicional de distribución y cadena de valor.....	14
1.1.5 Comercialización en los principales productos agrícolas de Pimampiro.....	14
1.1.6 Proceso de cadena de valor en Imbabura.....	15
1.1.7 Cadena de valor en los principales productos agrícolas de Pimampiro.....	18
1.1.8 El tomate riñón como principal producto agrícola en Pimampiro.....	19
1.1.9 Cadena de valor productiva del tomate riñón como el producto de mayor producción en Pimampiro.....	21
1.2 Aspectos relevantes en la producción, distribución y comercialización del tomate riñón	23
1.2.1 Distribución y comercialización	23
1.2.2 Canales de distribución	24
1.2.3 Canales de comercialización.....	25
1.2.4 Buenas prácticas agrícolas como elemento de un producto de calidad y de una comercialización exitosa.....	26
1.2.5 Manejo integral de plagas	27
1.2.6 Asociatividad en el sector productivo.....	27
1.2.7 Mercadeo.....	28
1.3. Aspectos legales que fortalecen la producción y comercialización de los productos agrícolas	28

Capítulo II.....	31
Materiales y métodos	31
2.1 Descripción del área de Estudio.....	31
2.2 Operacionalización de variables	33
2.3. Enfoque de Investigación.....	34
2.4 Nivel de Investigación	35
2.5 Métodos.....	35
2.6 Técnicas	36
2.7 Instrumento	36
2.8 Población.....	36
2.9. Procedimientos.....	36
2.9.1. Fase 1: Realización de un diagnóstico situacional del actual sistema de distribución y comercialización del tomate riñón como principal producto agrícola en la Parroquia Urbana Pimampiro provincia de Imbabura.....	36
2.9.2. Fase 2. Analizar la cadena de valor y aspectos críticos en distribución y comercialización del tomate riñón como principal producto agrícola en la Parroquia Urbana Pimampiro provincia de Imbabura.....	38
2.8.3. Fase 3. Proponer estrategias de mejoramiento en base a una adecuada cadena de valor del producto de mayor producción agrícola en la parroquia urbana Pimampiro provincia de Imbabura	38
Capítulo III.....	40
Resultados y discusión.....	40
3.1 Situacional del actual sistema de distribución y comercialización del principal producto agrícola en la Parroquia	40
3.1.1 El tomate riñón como principal producto agrícola de Pimampiro por (ha)	40
3.1.2 Tipo de producción del tomate riñón	43
3.1.3 Tipo de tomate riñón que se cultiva en Pimampiro	45
3.1.4 Principales dificultades en la distribución y comercialización de tomate riñón.....	47
3.1.5 Distribución del tomate riñón	50
3.1.6 Comercialización del tomate riñón	62
3.2 Análisis de la cadena de valor y aspectos críticos en distribución y comercialización del tomate riñón como principal producto agrícola en la Parroquia Urbana Pimampiro provincia de Imbabura, con la utilización de indicadores de calidad y sostenibilidad.	66
3.2.1 Cadena de valor en la producción de tomate riñón.....	66
3.2.2 Principales aspectos críticos	68
Capítulo IV.....	79
Propuesta.....	79

4.1 Planteamiento de Estrategias	79
4.1.1 Matriz FODA	79
4.1.2 Estrategias	80
4.2 Desarrollo de estrategias	82
4.2.1 Estrategia N° 1 Conformación de la asociación de productores de tomate riñón de Pimampiro.....	82
4.2.2. Estrategia N° 2 Capacitación en Cadenas de valor, Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) y manejo integral de plagas (MIP).....	85
4.2.3 Estrategia N° 3 Convenio de cooperación entre la asociación de productores de tomate riñón y cooperativa de transporte carga.	87
4.2.4 Estrategia N° 4 Implementación de un sistema de mercadeo en la provincia de Imbabura	89
CONCLUSIONES	92
RECOMENDACIONES.....	94
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	95
ANEXOS	101

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Principales actividades en una cadena de valor	12
Tabla 2 Matriz de diferencia entre un enfoque de distribución tradicional y cadena de valor.....	14

Tabla 3 Pimampiro cuenta con 4 formas de comercialización y distribución de productos agrícolas.....	14
Tabla 4 Matriz de operacionalización de variables.....	33
Tabla 5 Datos del MAG de la producción de hectáreas de tomate riñón.....	40
Tabla 6 Datos del PDOT de Pimampiro 2014-2027.....	41
Tabla 7 Histórico de producción en Pimampiro	43
Tabla 8 Distribución del tomate riñón, de acuerdo a los principales lugares de comercialización	54
Tabla 9 Costo de producción y precios de venta del agricultor y del intermediario.....	60
Tabla 10 Descripción del eslabón de distribución y comercialización.....	68
Tabla 11 Precio del flete particular que pagan los agricultores a la ciudad de Ibarra	69
Tabla 12 Precio del flete en Cooperativas de Transporte de carga que cobran al llevar el tomate riñón a la ciudad de Ibarra.....	69
Tabla 13 Ahorro por flete, por caja y beneficio anual para los agricultores.....	70
Tabla 14 Costos de producción y precio de venta promedio del tomate riñón en el mes de mayo del 2023.....	71
Tabla 15 Precio de venta del tomate riñón en Ibarra	71
Tabla 16 Precios promedio del tomate riñón al mes de mayo del 2023	72
Tabla 17 Cálculo de costo de producción y precios de venta tanto del productor y de intermediarios en el mercado mayorista	72
Tabla 18 Porcentaje de ganancias del productor de tomate riñón en Pimampiro.....	73
Tabla 19 Porcentaje de ganancias del intermediario de tomate riñón.....	73
Tabla 20 Cálculo de cajas de tomate que requieren los negocios (restaurantes, supermercados, fruterías y empresa industrializadora.	75
Tabla 21 Cálculo del costo del tomate riñón en la entrega en los negocios	75
Tabla 22 Cálculo del % del incremento de ganancia para los productores.....	76
Tabla 23 Cálculo del ahorro que el consumidor final de los negocios tiene comprando directamente al productor.	76
Tabla 24 Matriz FODA	79
Tabla 25 Matriz de estrategias FODA	80

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Estructura de la cadena de valor en el sector agrícola.....	13
---	----

Figura 2	Forma de comercialización de productos en Pimampiro	15
Figura 3	Mapa de la cadena de valor de frutas de Imbabura	16
Figura 4	Cuellos de botella identificados en la cadena de valor de frutas de Imbabura.....	17
Figura 5	Cadena de valor en Pimampiro	18
Figura 6	Proceso de maduración de la planta	20
Figura 7	Cadena de valor del sistema productivo Nacional del tomate riñón	22
Figura 8	Ubicación Geográfica del Cantón Pimampiro en la Provincia de Imbabura.	31
Figura 9	Productos de mayor producción en Pimampiro según agricultores del lugar	42
Figura 10	Sistema de cultivo	44
Figura 11	Variedad de tomate riñón	45
Figura 12	Variedad de tomate riñón produce actualmente según encuesta	46
Figura 13	Principales problemas en el cultivo y comercialización de tomate riñón	47
Figura 14	Problemas en la distribución y comercialización de tomate riñón según encuesta	48
Figura 15	Pertenencia a asociación de productores de tomate riñón	49
Figura 16	Cadena de distribución y comercialización del tomate riñón en Pimampiro.....	50
Figura 17	Formas distribución del tomate riñón según encuesta.....	51
Figura 18	Forma de distribución de productos agrícolas según el PDOT (2014-2027)	52
Figura 19	Datos de distribución del tomate riñón según encuesta	53
Figura 20	Sistema de transporte para el tomate riñón en Pimampiro.....	56
Figura 21	Precio en dólares promedio del flete que pagan los agricultores de tomate riñón a personas particulares que cuentan con camiones de carga (350 a 400 cajas de 20Kg).	57
Figura 22	Precio en dólares del flete de Cooperativa o Compañía de transporte de carga 5x2x2 a Ibarra donde comercializa el tomate riñón con capacidad de 350 a 400 cajas de 20Kg.....	58
Figura 23	Satisfacción del productor con el precio del producto	59
Figura 24	Precios del tomate los últimos meses	60
Figura 25	Principales mercados según encuesta.....	61
Figura 26	Manejo de promoción y publicidad de su producto	62
Figura 27	Tipo de clientes con que cuentan según encuesta	63
Figura 28	Exigencias del consumidor en cuento al tomate riñón según encuesta.....	64
Figura 29	Capacitación existente en los productores de tomate riñón según encuesta como medio para mejoramiento de la calidad del producto	65
Figura 30	Cadena de valor propuesta para la producción de tomate riñón en Pimampiro.....	67

ÍNDICE DE ABREVIATURAS

GPI Gobierno Provincial de Imbabura

INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

MAG	Ministerio de Agricultura y Ganadería
BPA	Buenas Práctica Agrícolas
MIP	Manejo Integral de Plagas
BCE	Banco Central del Ecuador
AME	Asociación de Municipalidades Ecuatorianas
ARCFZ	Agencia de Regulación y Control Fito y Zoon sanitario
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
SIISE	Sistema Integrado de Indicadores Sociale en el Ecuador
NBI	Necesidades Básicas Insatisfechas
ODS	Objetivos de Desarrollo Social
PDOT	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Pimampiro
PIB	Producto Interno Bruto
FAO	Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación de la Agricultura

INTRODUCCIÓN

La agricultura es una de las actividades económicas más antiguas que se conoce; desde que las sociedades humanas cambiaron su forma nómada basada en la caza y la recolección de frutos, por formas sedentarias basadas en el cultivo de las primeras especies de plantas como el trigo y la cebada, esta actividad económica se ha transformado en una de las actividades más esenciales para la supervivencia humana (Cubero y Villalobos, 2018).

En la actualidad la agricultura se ha convertido en una de las actividades económicas cruciales de todos los países, donde no solo se encarga de la producción, procesamiento y comercialización de alimentos sino más bien parte desde la producción de materias primas como el algodón y caucho hasta la producción de forrajes que son fuente de alimento para algunas especies de animales domésticos (Buba, 2020).

Ecuador es un país agrícola por naturaleza ya que esta actividad aporta cerca del 9.63 % al producto interno bruto del país y genera la mayor parte de fuentes de empleo tanto a agricultores como comerciantes; solo en el año 2021 se generaron aproximadamente 2.2 millones de empleos en este sector (Zhangallimbay y Ordoñez, 2022).

En la cadena de valor de esta actividad que corresponde al cultivo, comercialización en el origen, comercialización en mayorista, y comercialización en minorista, los ingresos que se generan por el valor agregado en cada segmento de la cadena no son uniformes en todos los componentes de la misma (Gaudin y Padilla, 2020). Es así que el ingreso o beneficio neto que reciben los productores en comparación con los otros eslabones de la cadena de valor son mínimos, tanto que en ciertos casos el beneficio no cubre en lo más mínimo los gastos de producción (Viteri y Tapia, 2018).

El cantón Pimampiro, es uno de los lugares más influyente en la provincia de Imbabura en cuanto a producción agrícola se refiere, productos como: pimienta, tomate riñón, aguacate,

frutales, entre otros productos son propios de los pisos agroclimáticos del lugar. (Gobierno Provincial de Imbabura [GPI], 2019)

En el último censo de población y vivienda realizado en el 2010 por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos se verifico que cerca del 63,0 % de la población pimampireña se dedica a la agricultura y dentro de las actividades que mayor ingreso generan para el cantón se encuentra el comercio al por mayor y menor, demostrando el potencial agrícola del cantón (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC], 2010).

Este tipo de agricultura se dedica principalmente a satisfacer las necesidades alimenticias propias del agricultor y su familia, haciendo uso de pequeñas áreas de suelo para su cultivo y realizando la mínima inversión posible con fines no comerciales lo que a largo plazo atenta contra la incorporación de nuevas tecnologías agrícolas, disminuye la competitividad, aumenta la pobreza y afecta al desarrollo económico del sector (González, 2017).

- **Problema**

Según informes del Ministerio de Agricultura y Ganadería [MAG] (2022), la economía ecuatoriana se ha basado históricamente en la producción agrícola, lo que convierte al sector agrícola en un contribuyente crucial para el bienestar económico y social del país ya que aporta al PIB nacional el 7,7%, siendo el cuarto sector económico más importante para el Ecuador (Banco Central del Ecuador [BCE], 2022). De acuerdo a las palabras de Ponce-Cevallos, (2016) se enfatizó la importancia de este sector, afirmando que sigue siendo uno de los principales motores de la economía ecuatoriana, pero así mismo existe dificultades en el sistema que debe ser analizado por las autoridades.

De acuerdo al GPI, (2020) Pimampiro es un sector altamente productivo, pero que requiere identificar adecuadamente la cadena de valor en la producción y comercialización de los principales productos agrícolas (tomate riñón), determinando aspectos críticos que afectan

la economía es este sector agrícola, entre ellos los problemas en el manejo y control de plagas (MIP), y poco conocimiento de las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), según el Ministerio de Agricultura y Ganadería [MAG], (2020) los agricultores tienen desconocimiento de bases técnicas de cultivo escasa capacitación por parte de entidades relacionadas al sector agrícola debido a falta de recursos; a esto se suma inadecuada organización del centro de acopio.

Pimampiro al igual que otros sectores del país tiene dificultades en la distribución y comercialización de sus productos (tomate riñón) entre ellas, inexistencia de políticas de transporte del producto, alta presencia de intermediarios que manejan el mercado y restringen la rentabilidad de la producción, falta de estrategias de distribución que permitan llegar de manera directa al consumidor, inexistencia de marketing para una buena comercialización que promueva el producto directamente a las empresas de industrialización, espacios físicos inadecuados para comercializar el producto en las principales ciudades donde se vende el tomate riñón, “en Ibarra no existe el espacio suficiente para la venta del producto, hay congestión de vehículos, aglomeración y horario restringido” (Caicedo, 2023). También el crecimiento de comercio informal en los alrededores, la inseguridad ante incremento de robos y asaltos, estos aspectos merman la adecuada distribución y comercialización del producto.

Para profundizar en el tema es necesario identificar estudios a nivel internacional y nacional que se relacionen con la cadena de valor de productos agrícolas y que permitan visualizar la comercialización de este tipo de producción, dando la probabilidad de establecer parámetros de análisis del problema y las posibles soluciones en cadenas de valor en la agricultura de Pimampiro.

A nivel internacional existe un estudio en el Perú sobre cadenas de valor de Barriendo, (2015) con el tema, “El triunfo del cacao peruano se atribuye al establecimiento de cadenas de valor integrales”. Estas cadenas están conformadas por cuatro eslabones críticos: el eslabón productivo y de servicios de apoyo, de industrialización, de comercialización y el

eslabón de consumidores. Para obtener resultados óptimos, cada enlace debe estar bien integrado y ser capaz de colaborar de manera efectiva para abordar los problemas de producción cíclica. Este estudio es importante porque fundamenta la existencia de cadenas de valor con eslabones adecuadamente definidos.

Un estudio en Colombia sobre la “Aplicación móvil enfocada en la comercialización directa sin intermediarios de productos agrícolas entre el consumidor y el agricultor para el sector agropecuario del municipio del Espinal” (Cortes, 2021) expresa que el intermediario, dentro de toda la cadena de valor es la persona que más percibe beneficio económico a comparación del productor que en muchos casos dichos valores no cubren con los gastos de inversión, por lo que el autor propone el diseño de un aplicativo móvil para comercializar los productos directamente al consumidor.

Bojórquez et al., (2020) en la Universidad Autónoma de Yucatán en Colombia expresa que hasta la actualidad el productor agrícola lucha por los precios justos y la regulación de las prácticas de venta de los intermediarios que fácilmente son los que obtienen mayor rédito económico limitando las oportunidades y el desarrollo de los sectores rurales. La presente investigación permite identificar la problemática de los intermediarios en otros países.

Un estudio sobre Cadenas de valor agrícola realizado por Aroca et al., (2022) en la Universidad de Córdoba, donde expresa que cuando se trata de cadenas de valor agrícolas, es importante realizar investigaciones sobre las diversas etapas y vías a través de las cuales se transforman los productos. Esto incluye implementar y monitorear el flujo fluido y rentable de materias primas, inventario de trabajo en proceso, productos terminados e información, desde su punto de origen hasta su punto de consumo. Los vínculos que se forman entre el ciclo de producción y el consumidor, que involucran el manejo, procesamiento, venta y entrega de productos a los hogares, todos enfrentan un problema común dentro de su sector.

Con respecto al tema a nivel nacional existe un estudio sobre “Las Cadenas de Valor con Enfoque de Economía Popular y Solidaria y su Contribución al Desarrollo Económico Rural. Caso Cadena de la Papa en Riobamba. Ecuador” elaborado por Avalos et al., (2022) donde los resultados determinan que el potencial de producción de tubérculos de Ecuador es significativo, ocupando el tercer lugar entre los cultivos de ciclo corto y el octavo en volumen de producción agrícola, el país también ocupa el décimo lugar en consumo. Para reducir las importaciones y dinamizar la producción nacional procesada, Ecuador debe enfocarse en incrementar las exportaciones, las cuales han tenido éxito en los últimos años.

De la misma forma Guevara, Arciniegas, y Guerrero, (2017) afirman claramente que en la provincia de Imbabura los pequeños productores no reciben un pago justo por sus cultivos y al ser relativamente no tan extensos, sus ganancias son muy reducidas para toda la familia ya que la principal mano de obra para labrar los campos es la mano de obra familiar. Para Gaudin y Padilla (2020) en su investigación determinan que el intermediario puede jugar un papel positivo y también negativo con respecto a las cadenas de valor agrícola, su fortalecimiento o su fallo estructural pues es evidente que este componente de la cadena se lleva los mayores réditos económicos con respecto a todos los demás eslabones de la cadena de valor.

En Ecuador existe un estudio sobre la Cadena de Valor del Cacao realizado Perea C. et al., (2022) determina que el proyecto enfrenta obstáculos críticos de expansión del sector del agrícola, a saber, su capacidad para seguir siendo competitivo, inclusivo y resiliente. El proyecto identificó la resiliencia, en este contexto, donde la capacidad de los pequeños agricultores y otras partes interesadas de la cadena de valor que gestionan las consecuencias adversas de las nuevas normas de seguridad alimentaria de la Unión Europea sobre la presencia de cadmio en el cacao, así como los efectos del cambio climático.

Así mismo, existe un artículo científico sobre “la producción y comercialización del tomate riñón (*Lycopersicum Esculentum*) en el cantón Pimampiro, de la provincia de

Imbabura” expresa que había un desconocimiento de la producción y comercialización de esta fruta, identificando aspectos importantes como: la variedad de tomate más cultivada en el sector es el Pietro, el tomate de mejor calidad es el que se produce en invernadero, la distribución del producto se lo hace de forma directa un 25% y de forma indirecta a través de intermediarios el 75% donde estas personas son las que mayor rentabilidad tienen en este proceso productivo; el estudio recomienda crear y fortalecer un grupo asociado de productores para la creación de un centro de acopio que mejore la fuerza de comercialización directa a las principales ciudades del país (Varela, 2018).

Los trabajos presentados como artículos científicos e informes de investigación de varias universidades determinan análisis sobre la cadena de valor, incorporando diversas formas de conocimiento y racionalidades de la producción agrícola sobre aspectos contextuales relevantes, que faciliten la toma de decisiones, para mejorar la producción y comercialización al igual que el desarrollo y disseminación de las tecnologías generadas dentro y fuera del marco de los proyectos.

- **Justificación**

El tema de investigación es importante porque el actual e ineficiente proceso de producción y comercialización de productos agrícolas en el Cantón Pimampiro en la provincia de Imbabura ocasiona que el primer eslabón de la cadena de valor que son los productores adquiera menor beneficio económico por realizar esta actividad (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas [AME], 2016).

Al obtener el agricultor Pimampireño menor utilidad económica y en muchos casos pérdidas, éste es limitado a incorporar y hacer uso de nuevas tecnologías agrícolas, haciendo uso de un capital mínimo y manteniendo los mismos procesos productivos por lo que se ve obligado a practicar la agricultura de subsistencia (Gaudin y Padilla, 2020).

Es así que hay que desarrollar propuestas claras en cuanto a la cadena agro productiva se refiere pues al dedicarse la mayor parte de la población pimampireña a las actividades agrícolas es lógico que los índices de pobreza sean mayores, es por ello que se necesitan nuevas propuestas de mejoramiento en la cadena de valor para que los réditos económicos generados en un cantón agrícola se concentren en su mayor parte en el agricultor pimampireño.

Los beneficiarios directos de la investigación son los productores agrícolas de Pimampiro porque contarán con estrategias adecuadas para mejorar la cadena de valor en la producción de los diferentes productos y los indirectos son los consumidores que tendrán mayores posibilidades de que el producto llegue a sus manos con intermediario.

- **Preguntas de investigación**

- ¿Cuál es la situacional del actual de la cadena de valor para sistema de distribución y comercialización de productos agrícolas (tomate riñón) en la Parroquia Urbana Pimampiro provincia de Imbabura?
- ¿Es eficiente distribución y comercialización de productos agrícolas (tomate riñón) en la Parroquia Urbana Pimampiro provincia de Imbabura?
- ¿Qué estrategias se pueden tomar en cuenta para mejorar el sistema de distribución y comercialización de productos agrícolas (tomate riñón) para el mejoramiento económico del agricultor?

- **Objetivos**

Objetivo General:

Proponer un sistema de distribución y comercialización de productos agrícolas en la Parroquia Urbana Pimampiro provincia de Imbabura, como iniciativa para garantizar el crecimiento económico de los actores en toda la cadena productiva.

La investigación se centra en mejorar la cadena de valor en el sistema agroproductivo de la parroquia urbana Pimampiro, provincia de Imbabura, como iniciativa para contribuir al crecimiento económico del sector.

Objetivos Específicos:

1) Realizar un diagnóstico situacional actual de la cadena de valor para el sistema de distribución y comercialización de productos agrícolas en la Parroquia Urbana Pimampiro provincia de Imbabura.

2) Analizar la eficiencia actual de distribución y comercialización de productos agrícolas en la Parroquia Urbana Pimampiro provincia de Imbabura, con la utilización de indicadores de calidad y sostenibilidad.

Este objetivo específico menciona analizar la eficiencia actual de distribución y comercialización de productos agrícolas en Pimampiro, sin embargo este objetivo se centra en la producción de tomate riñón, buscando analizar la existencia de la cadena de valor en la distribución y comercialización del tomate riñón en Pimampiro, identificando aspectos críticos que afectan la producción, distribución y comercialización del producto.

3) Diseñar un sistema de distribución y comercialización para el tomate riñón como principal producto agrícola en la parroquia urbana Pimampiro provincia de Imbabura, a través de un análisis de alternativas productivas y económicas sostenibles

Con relación al tercer objetivo el estudio se enfoca en diseñar estrategias de distribución y comercialización para el tomate riñón como principal producto agrícola en Pimampiro que mejore los puntos críticos de la cadena de valor proporcionando un crecimiento económico en el sector.

Capítulo I

Marco teórico

El presente capítulo cuenta con información bibliográfica que fundamenta la investigación sobre cadenas de valor que involucra una serie de eslabones interconectados, donde los actores económicos desarrollan actividades centradas en la creación de un producto o servicio específico. Esta información describe la cadena de valor y los eslabones que la componen, donde los colectivos de actores económicos se dedican a actividades similares, y poseen procesos comparables que genera valor. Además, en esta parte también involucra el aspecto productivo, distribución y comercialización de tomate riñón, otro tema importante que se desarrolla en este marco teórico también es las buenas prácticas agrícolas, manejo integral de plagas, mercadeo y bases legales que fortifican la producción agrícola.

1.1 Cadena de valor

1.1.1. Definición

En un sistema empresarial, una cadena de valor se puede describir como la serie de actividades que una organización debe realizar para transportar un producto desde el agricultor hasta el consumidor (Porter, 1985). En un sentido más amplio una cadena de valor se refiere a los vínculos comerciales y los flujos de insumos, productos, información, recursos financieros, logística, comercialización y otros servicios entre proveedores de insumo, procesadoras, exportadores, minoristas y otros agentes económicos que participan en el suministro de productos y servicios a los consumidores finales.

1.1.2 Importancia

El uso de cadenas de valor permite identificar y analizar actividades que tienen importancia estratégica para lograr una "ventaja competitiva". Es una herramienta que posibilita a los gerentes visualizar la evolución de las actividades de su empresa. Este proceso involucra la identificación de actividades que crean valor, comenzando con las materias primas y terminando con la distribución del producto final. Las cadenas de valor permiten la optimización de todo el proceso de producción, lo que genera mayores ganancias debido a la reducción de costos y la mejora de la eficiencia (Junta de Andalucía, 2019).

Para Campero (2015), la importancia de las cadenas de valor radica en:

- 1) Potenciar las capacidades de las instituciones involucradas en los acuerdos.
- 2) Lograr una mayor rentabilidad en el proceso productivo al lograr mejores precios y minimizar gastos.
- 3) Disminuir el daño o peligro.
- 4) Facilidad para obtener insumos.
- 5) La disponibilidad de recursos de financiación, préstamos y acceso al crédito
- 6) Ventajas de costos que surgen cuando la producción aumenta en escala.
- 7) La facilidad de información sobre el mercado.
- 8) Mayor disponibilidad de avances tecnológicos de vanguardia.
- 9) Mejor utilización de los recursos de la fuerza laboral familiar.

La globalización de los mercados agrícolas está ocurriendo a un ritmo acelerado, dando como resultado el surgimiento de nuevos sistemas de producción y distribución. Estos nuevos sistemas están dando lugar a nuevos hábitos de consumo que se remontan a las cadenas de valor, que con frecuencia son supervisadas por corporaciones y supermercados multinacionales o nacionales. De acuerdo a las palabras de Crowley, (2018) en las regiones en desarrollo, estas cadenas de valor están dominando progresivamente la industria

agroalimentaria. Si bien ofrecen oportunidades de empleo de calidad, tanto para hombres como para mujeres, también pueden explotar a los más vulnerables de la cadena (por lo general, las mujeres) traspasándoles los costos y las incertidumbres. Además, estos sistemas tienden a perpetuar las ideas preconcebidas basadas en el género que impiden que las mujeres accedan a puestos de trabajo permanentes y mejor remunerados, y no necesariamente fomentan la equidad de género.

Peña y Díaz (2008) mencionada por Durán y Alcívar, (2020) quienes exponen que las cadenas de valor juegan un papel crucial en el sector agroalimentario, ya que permiten a las empresas tomar decisiones informadas que minimizan el riesgo y maximizan los beneficios. A través de este sistema, las empresas pueden aportar información, planificar la comercialización y administrar estructuras de costos (incluyendo mano de obra, maquinaria, materias primas y otros insumos) para obtener mayor rentabilidad y competitividad dentro de la cadena.

1.1.3 Actividades dentro de una cadena de valor

La cadena de valor al tener un enfoque metódico para examinar todas las tareas que realiza una empresa, así como también cómo se conectan entre sí. Otra noción a considerar es que una corporación debe crear valor dentro de sus productos o servicios. Para lograrlo, debe evaluar sus procedimientos internos y evaluar sus asociaciones tanto con proveedores como con clientes. Esta evaluación debe hacerse de manera que se alinee con la estrategia de la empresa, beneficiando así a su mercado objetivo (Barriendo, 2015).

Tabla 1*Principales actividades en una cadena de valor*

Actividades primarias	Actividades de soporte	Margen
Las actividades principales involucran la producción, venta, entrega y servicios postventa del producto, todos los cuales juegan un papel crucial en mantener la lealtad del cliente y aumentar el valor general de las ofertas de la empresa.	Las actividades de apoyo de una empresa abarcan su infraestructura esencial, incluido su equipo de trabajadores y los activos necesarios para operar diariamente.	El margen es la ganancia obtenida al restar el costo de todas las actividades del precio del bien, que abarca la mejora de todos los procesos para, en última instancia, aumentar las ganancias.

Nota: La tabla identifica las 3 actividades esenciales para establecer la cadena de valor en el sistema agropecuario. Fuente: Durán y Alcívar (2020).

De acuerdo a las palabras de Blanco-Capia, (2021) expresa que para identificar las actividades de acuerdo a su importancia, estructura y articulación se presenta la siguiente figura, donde en la base se encuentran las actividades primarias, en la superficie las de apoyo y como resultado de las dos el margen o ganancia.

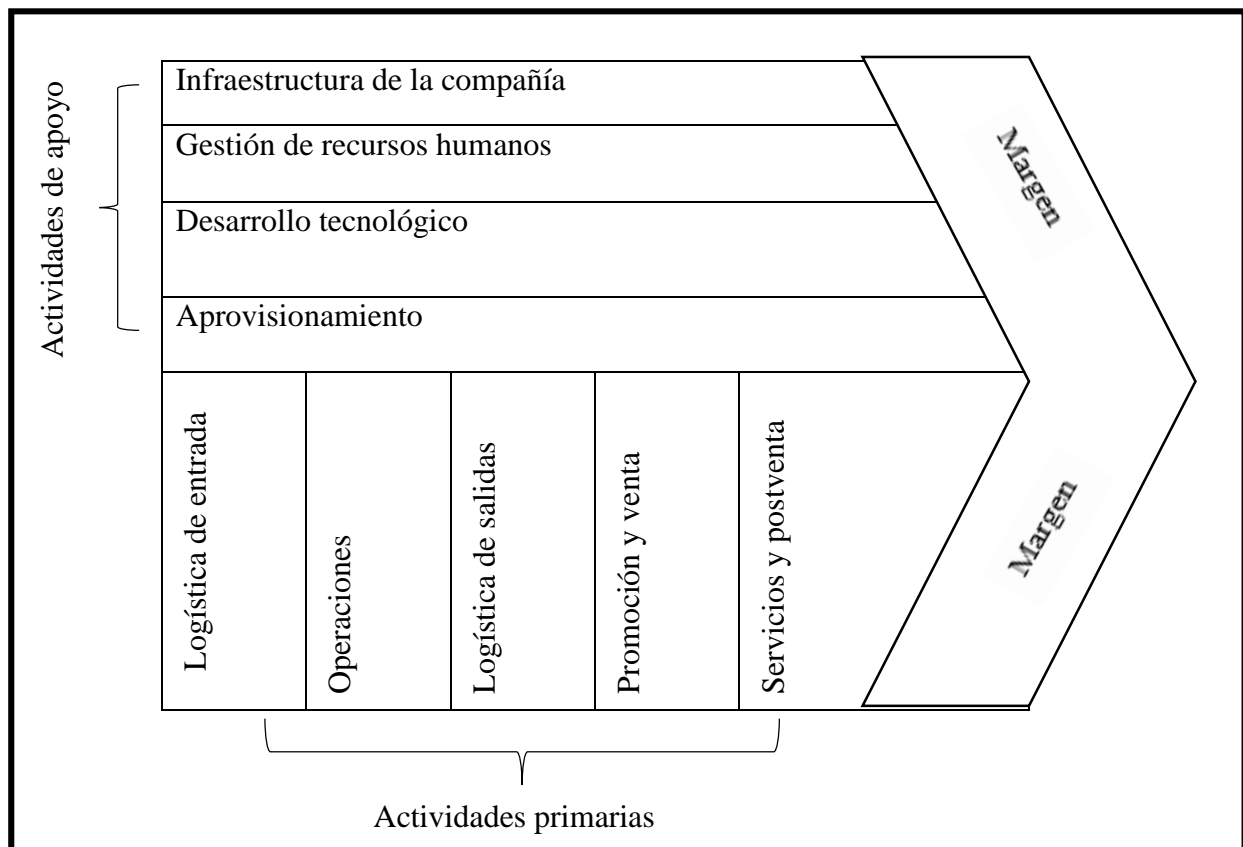
Las actividades principales expuestas por Aroca et al. (2022) se desglosan en:

- La Logística Interna comprende las funciones de recepción, almacenamiento y distribución de materias primas.
- El departamento de Operaciones-Producción abarca varias tareas involucradas en la conversión de materias primas en el producto terminado.
- La logística externa engloba dos aspectos principales: el almacenamiento de productos terminados y la distribución de estos productos al consumidor final.

- Las ventas y el marketing abarcan una gama de actividades que se centran en facilitar la compra de un producto o servicio por parte de los clientes, así como en motivarlos y persuadirlos para que realicen esa compra.
- Las actividades relacionadas con el servicio posventa y de mantenimiento abarcan la prestación de servicios destinados a preservar y aumentar el valor de un producto. Estos servicios incluyen la implementación de garantías, soporte técnico y asistencia de fábrica para el producto.

Figura 1

Estructura de la cadena de valor en el sector agrícola



Nota: La figura presenta la estructura del modelo de cadena de valor de Porter. Fuente: Blanco-Capia, (2021)

1.1.4 Diferencia entre enfoque tradicional de distribución y cadena de valor

La idea de un canal o enfoque de distribución puede entenderse como un grupo de intermediarios que están conectados y operan dentro del espacio entre el proveedor y el cliente. En cambio, la cadena de valor para cumplir con las expectativas de satisfacción del cliente con el producto final, involucra una variedad de actividades como el diseño, la producción, la entrega y otros procesos que tienen como objetivo agregar valor en todo momento.

Tabla 2

Matriz de diferencia entre un enfoque de distribución tradicional y cadena de valor

	Enfoque Tradicional	Cadena de valor
Información compartida	Escasa o ninguna	Amplia
Objetivo Primario	Costo/precio	Valor/cantidad
Orientación	Commoditie	Producto diferenciado
Relación de poder	Desde a oferta	Desde la demanda
Estructura de organización	Independiente	Interdependiente
Filosofía	Auto optimización	Optimización de la cadena

Nota: La figura presenta aspectos diferenciales entre un modelo de distribución tradicional y uno enfocado a la cadena de valor. Fuente: Blanco-Capia, (2021) La cadena de valor de hortalizas: consideraciones para el desarrollo local a partir del productor.

1.1.5 Comercialización en los principales productos agrícolas de Pimampiro

Tabla 3

Pimampiro cuenta con 4 formas de comercialización y distribución de productos agrícolas

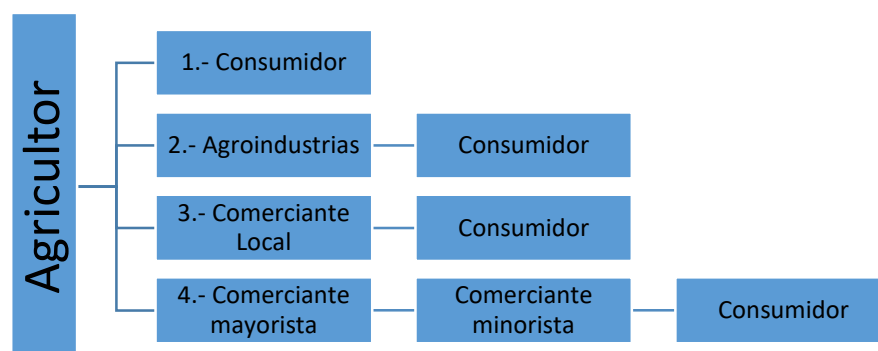
Tipo de comercialización	Descripción
Comercialización 1:	Ferias solidarias existentes en el cantón inicialmente con mujeres emprendedoras, luego se formaron centro de negocios campesinos, considerada una entidad de acopio para realizar entregas directas al por mayor sin necesidad de intermediarios.

-
- Comercialización 2: Algunos agricultores que manejan volúmenes altos de producción, proveen de los productos a empresas para el procesamiento de la fruta u otro producto, mismo que son luego distribuidos en los supermercados.
- Comercialización 3: Los productores salen a la feria mayorista y venden su producto a los comerciantes locales quienes llevan posteriormente a las ferias de Ibarra, Quito y otras ciudades donde tienen sus puestos fijos en los mercados.
- Comercialización 4: Venta a minoristas donde los productos adquiridos en la feria de Pimampiro son llevados a otras ciudades a verdelos por unidades.
-

Nota: La tabla contiene la forma de comercializar los productos de mayor producción y rendimiento de Pimampiro. Fuente PDOT de Pimampiro 2014-2027 Prefectura de Imbabura

Figura 2

Forma de comercialización de productos en Pimampiro



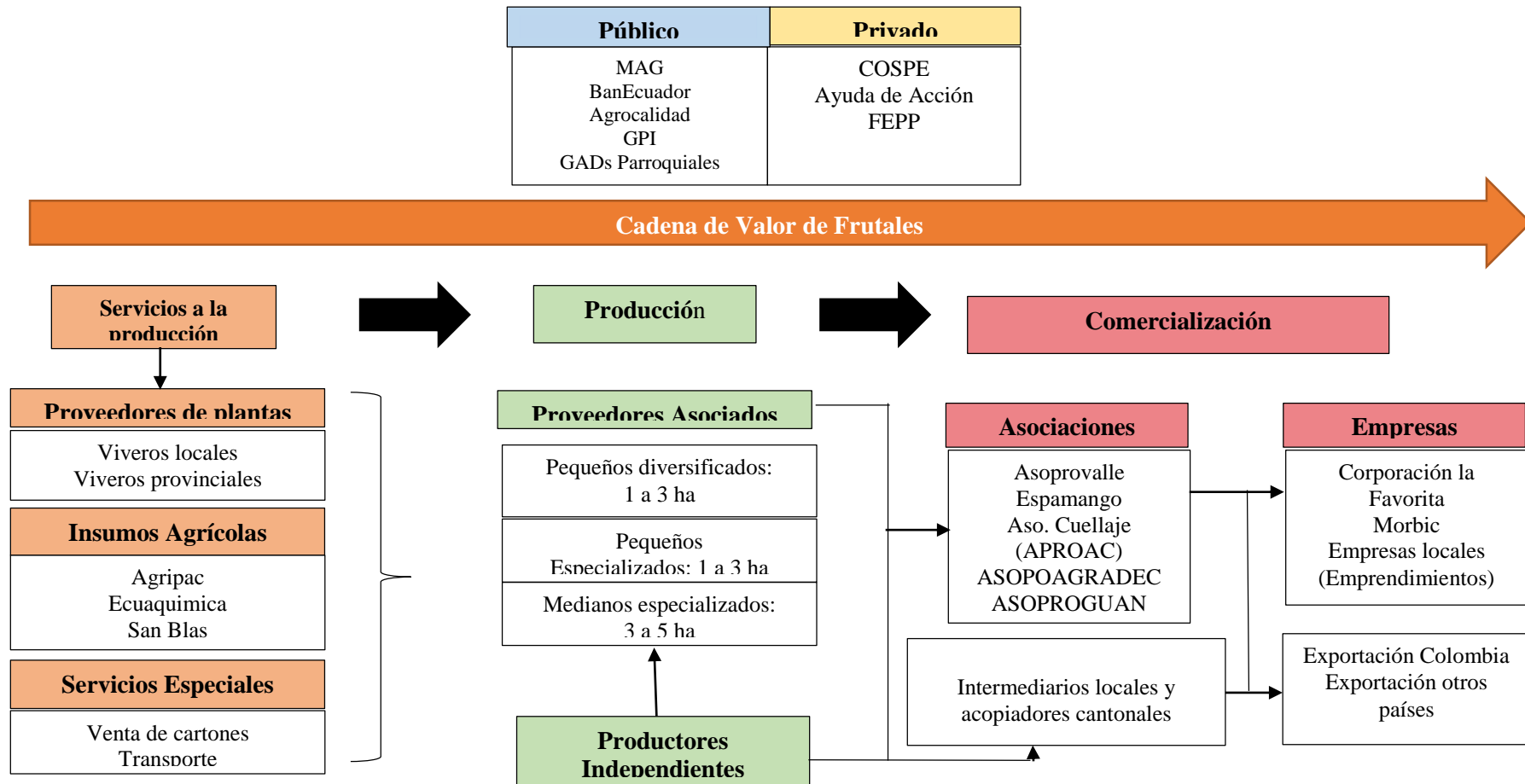
Nota: La figura muestra la forma de comercializar los productos de mayor producción y rendimiento de Pimampiro. Fuente PDOT de Pimampiro 2014-2027 Prefectura de Imbabura

1.1.6 Proceso de cadena de valor en Imbabura

Para la venta de productos en Imbabura como mangos, maracuyás, tomate riñón, mandarina se puede realizar de varias formas. Dos métodos comunes incluyen el marketing directo en colaboración con una asociación o utilizando empresas exportadoras. Independientemente del enfoque elegido, hay varios pasos que deben seguirse. La siguiente figura ilustra los actores clave involucrados en este proceso (Aroca et al., 2022).

Figura 3

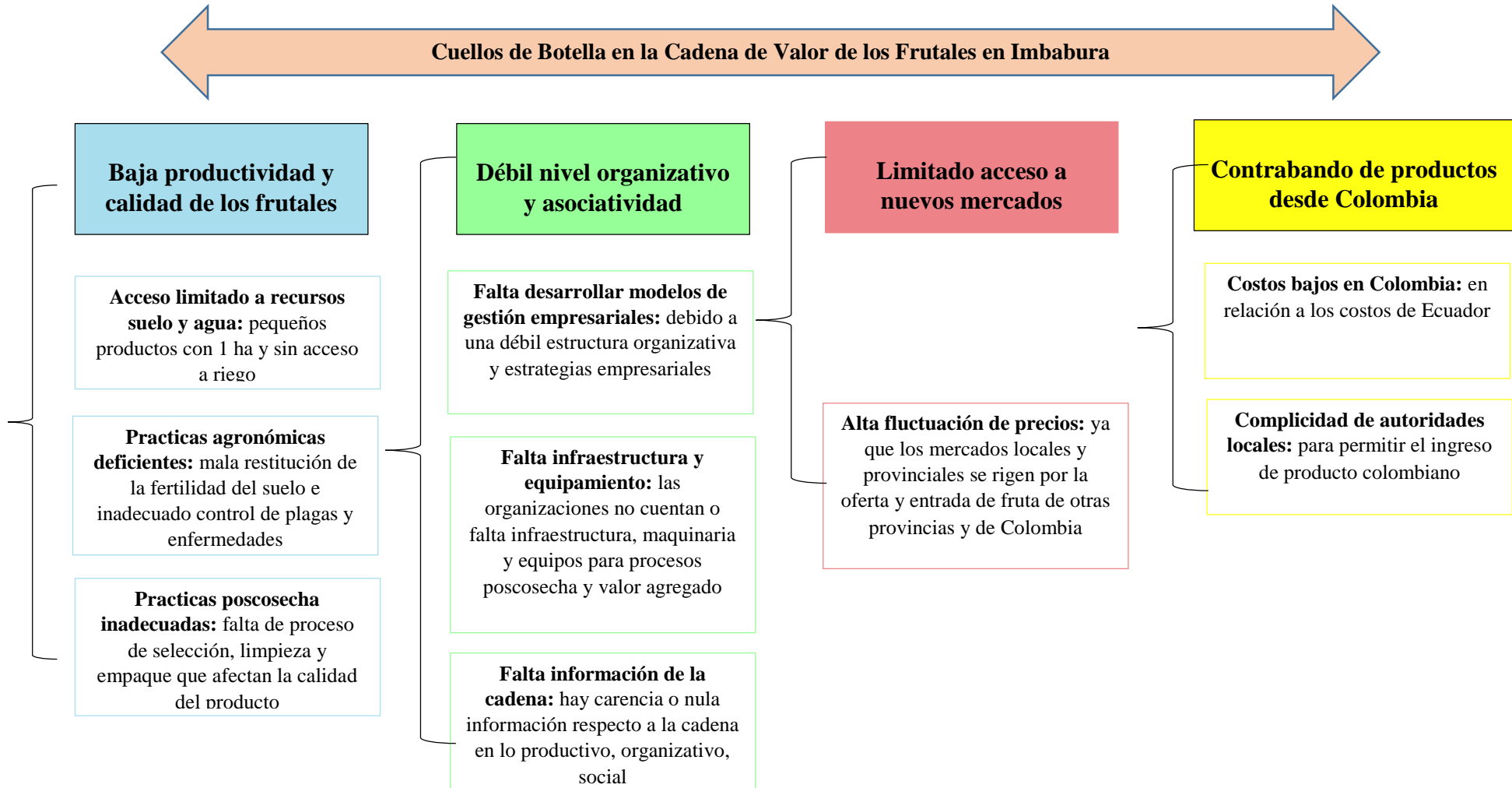
Mapa de la cadena de valor de frutas de Imbabura



Nota: La figura tiene representada la cadena de valor de las frutas en Imbabura. Fuente: (Gobierno Provincial de Imbabura, Agenda productiva de la provincia de Imbabura, 2020)Entrevista a representantes de la cadena (2020) GPI

Figura 4

Cuellos de botella identificados en la cadena de valor de frutas de Imbabura



Nota: La figura contiene los cuellos de botella o puntos críticos en la cadena de valor de fruta en Imbabura. Fuente: Entrevista a representantes de la cadena (2020) GPI

Si bien los agricultores pueden considerar que todos estos problemas tienen la misma importancia, una evaluación más imparcial revela que los principales obstáculos se concentran en el ámbito de la comercialización. La principal preocupación es la insuficiencia organizativa presente en ciertas asociaciones, a pesar de que algunas adquieren un grado de especialización. Todavía existe una necesidad apremiante de crear un modelo integral de gestión empresarial que pueda fortalecer estas asociaciones y mejorar su infraestructura y equipamiento (Gobierno Provincial de Imbabura [GPI], 2020).

1.1.7 Cadena de valor en los principales productos agrícolas de Pimampiro

En la cadena de valor en la producción de cítricos u otras frutas se establecen aspectos fundamentales como los eslabones que ayudan a identificar la sistematización del proceso completo de producción de estos productos.

Figura 5

Cadena de valor en Pimampiro



Nota: La figura contiene la cadena de valor de los cítricos de acuerdo a la Dirección Regional de Agricultura San Martín, 2016.

Proveedores de insumos: Las empresas que proporcionan semillas, fertilizantes, pesticidas, equipos, herramientas y ayuda financiera se conocen como proveedores de insumos. Estas entidades son parte integral de la industria agrícola. Además de proporcionar los recursos necesarios, los proveedores de insumos también pueden ofrecer capacitación, asistencia técnica y apoyo financiero a los agricultores (Casado-Lucero, 2016) .

Producción: La determinación de la producción está influenciada por una variedad de actividades como la siembra, las condiciones del suelo, el mantenimiento de la planta y la cosecha, teniendo en cuenta factores como los costos de producción, el análisis económico y

la organización de la producción (Dirección Regional de Agricultura San Martín, [DRASM] 2016).

Acopio: El proceso de acopio se realiza en un centro designado, donde compradores intermediarios transportan los productos directamente desde las fincas de los productores.

Comercialización: Con relación a la comercialización de esta producción DRASM (2016) Estos compradores suelen ser residentes de las áreas de producción y tienen un conocimiento detallado de cada finca y agricultor. Cada agricultor gestiona el comercio de cítricos de forma individual ya que representa la totalidad de sus ventas en el comercio y la comercialización.

1.1.8 El tomate riñón como principal producto agrícola en Pimampiro

Existe el Mercado de Traspaso de Pimampiro que funciona desde hace varios años atrás, donde cientos de comerciantes se dan cita cada semana para vender sus productos agrícolas. Esta infraestructura es una mejora al proceso de comercialización, pero actualmente se ha vuelto pequeña ya que permite causar molestias en las calles del cantón. Es satisfactorio ver que se manejan las condiciones necesarias para realizar el comercio en espacios adecuados en lugar de al aire libre ([AME], 2016). Las jornadas de venta en el Mercado de Transferencias ya están en pleno apogeo, marcando un hito importante en el desarrollo del cantón, ya que impulsa la productividad y el comercio en beneficio de todos los pimampireños y usuarios de diversos sectores del país. El establecimiento de este Mercado de Transferencias es una mejora notable para el cantón.

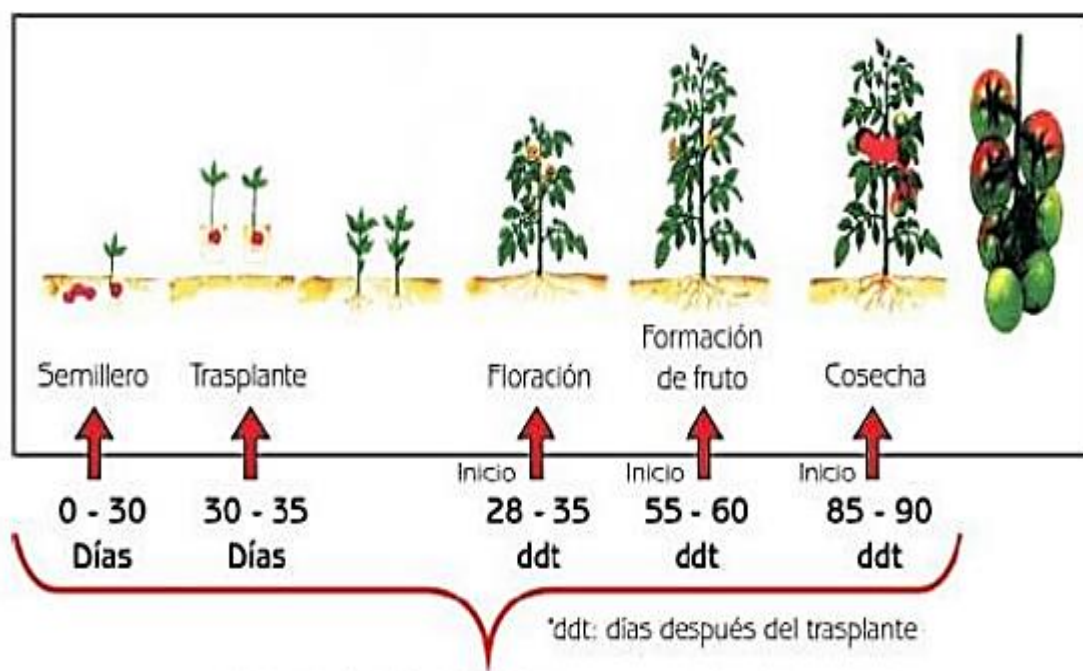
De los productos de Pimampiro que más se comercializa en Imbabura, Pichincha y otras provincias es el tomate riñón, considerado uno de los productos más delicados de producción; por lo que se lo toma en el presente estudio como el producto en el cual se identificará la cadena de valor, los puntos críticos, ante los cuales se establecerá estrategias de posible solución al problema (GADP, 2023).

El tomate riñón, conocido científicamente como *Solanum lycopersicum* L., es miembro de la familia de las solanáceas y tiene su origen en América del Sur. Más específicamente, es nativo de la región de los Andes, abarcando países como Chile, Colombia, Ecuador, Bolivia y Perú son las regiones donde se puede encontrar la mayor diversidad genética y abundancia de especies silvestres (Fornaris, 2016).

El proceso de maduración generalmente toma alrededor de 80 días después del trasplante, y el tiempo real varía según factores como el cultivo específico, los factores nutricionales y las condiciones climáticas predominantes. Después de este período inicial, la cosecha continúa por un período de 180 a 210 días (7 meses) desde el momento del trasplante (Gobierno Provincial de Imbabura [GPI], 2020).

Figura 6

Proceso de maduración de la planta



Nota: La figura representa el proceso de crecimiento de la planta en función del tiempo y maduración. Fuente: (Cacoango, 2018)

1.1.9 Cadena de valor productiva del tomate riñón como el producto de mayor producción en Pimampiro

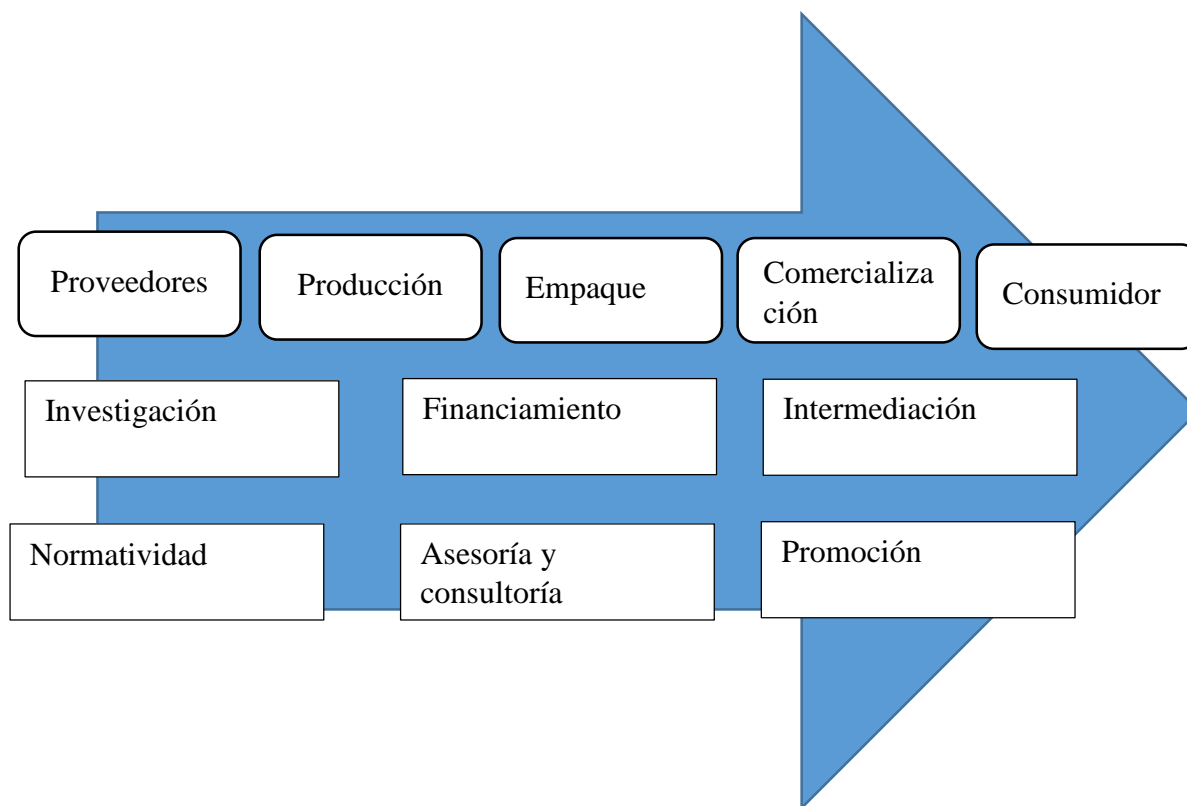
El foco principal de las actividades comerciales del cantón se concentra en el sector urbano de Pimampiro. Esta área actúa como el eje central de las parroquias agrícolas circundantes, que experimentan un alto volumen de comercialización y demanda de servicios y recursos como agroquímicos, herramientas agrícolas y semillas. Según Duque, et al., (2015) el nuevo mercado de fichajes de Pimampiro fue diseñado para facilitar las actividades comerciales mayoristas y atraer la participación de actores no solo del ámbito local, sino también de Ibarra, Quito y Ambato. Inicialmente, el mercado de transferencias vio un aumento en la actividad de estos comerciantes externos, pero con el tiempo se han retirado y los intermediarios ahora son principalmente comerciantes locales. Esta situación es insatisfactoria para los productores del cantón.

La agricultura, específicamente la fruticultura, domina la estructura productiva del cantón Pimampiro. (Pimampiro) El sector primario del cantón también incluye la ganadería y la silvicultura. Sin embargo, el proceso productivo es de naturaleza extractiva, lo que conduce a una descapitalización del territorio. Para contrarrestar esto, se necesita una estrategia de capitalización local, como el manejo del suelo, la reforestación y la reducción de agroquímicos. La producción se abastece a mercados locales, provinciales, nacionales e incluso del sur de Colombia Duque, et al., (2015).

La cadena de valor de la producción de tomate riñón está compuesta por una secuencia de acciones conectadas, que incluye tanto operaciones primarias como de apoyo, que generan valor agregado para los productores y ganancias para todas las partes involucradas (Álvarez, Núñez, & Wendlandt, 2017).

Figura 7

Cadena de valor del sistema productivo Nacional del tomate riñón



Nota: La presente figura representa la cadena de valor dentro de la producción del tomate riñón. Fuente: Álvarez, Núñez, y Wendlandt, (2017)

Las actividades primarias de la Cadena de Valor del tomate rojo son las siguientes: Proveedores, Producción, envasado, comercialización y el consumidor final. Cada uno de los enlaces de estas actividades primarias se describe con mayor detalle a continuación:

Álvarez, Núñez, y Wendlandt, (2017) describe los diferentes eslabones de la cadena de valor de la producción de tomate rojo.

- **Proveedor:** Los proveedores juegan un papel crucial en la producción de tomate ya que ofrecen los insumos necesarios como semillas, maquinaria e infraestructura.
- **Producción:** Los productores pueden clasificarse en operaciones organizadas y de gran escala, que se centran en la exportación, así como en productores de pequeña

escala que atienden a los mercados locales, un tercer tipo de productor utiliza sistemas de agricultura protegida como invernaderos y malla sombra para lograr altos rendimientos.

- **Empaque:** Durante la etapa de empaque de la cadena de suministro, el producto se clasifica en función de su color, tamaño, variedad y subvariedad.
- **Comercialización:** “El comercializador actúa como puente entre los proveedores de tomate y los consumidores, facilitando el viaje del producto a los mercados tanto nacionales como internacionales” Álvarez, Núñez, y Wendlandt, (2017). Desempeñan un papel crucial para garantizar que el tomate llegue a su público objetivo.
- **El consumidor final** necesita productos de alta calidad que sean seguros para consumir y a un precio razonable. Este es el objetivo principal de toda la industria agroalimentaria. Si bien representa el final de la cadena, tiene un control significativo sobre los otros eslabones de la cadena al exigir productos frescos, duraderos y que promuevan la buena salud (Andrada, 2021).

1.2 Aspectos relevantes en la producción, distribución y comercialización del tomate riñón

1.2.1 Distribución y comercialización

El término "distribución" se refiere a la serie de acciones involucradas en llevar los bienes o servicios producidos por un fabricante o proveedor a manos del consumidor final. Estas acciones abarcan una variedad de tareas, incluido el almacenamiento, el transporte y el embalaje de los productos. Además, la distribución abarca el proceso de entregar los productos a varios puntos de venta, como tiendas minoristas o mayoristas (Andrada, 2021). Por el contrario, la comercialización abarca una gama de acciones que se llevan a cabo para respaldar y distribuir productos o servicios.

Estas acciones abarcan tareas como la realización de estudios de mercado, la implementación de campañas publicitarias, la gestión de las relaciones públicas y la participación en la promoción de ventas. Además, comercializar puede implicar el desarrollo de una estrategia de precios destinada a mejorar las ventas. En resumen, el proceso de distribución se centra en el transporte y entrega de productos al consumidor final, mientras que la comercialización se centra en la venta y promoción de productos al consumidor final. Tanto la distribución como la comercialización desempeñan un papel vital en el ciclo de vida de un producto, trabajando en conjunto para garantizar que los productos lleguen de manera eficiente y exitosa a las manos de los consumidores (Morales, 2020).

1.2.2 Canales de distribución

Los canales directos, como su nombre lo indica, eliminan la necesidad de intermediarios. En otras palabras, el producto se entrega directamente de la empresa al consumidor final, es decir va directamente de la finca a la empresa industrializados o supermercado de venta. Elegir este canal de distribución requiere que las empresas asuman responsabilidades adicionales. Estas incluyen tareas como almacenamiento, distribución, marketing y ventas, entre otras (Andrada, 2021).

Entre los canales de distribución está el directo e indirecto, los canales de distribución directos pueden manifestarse de dos maneras distintas: Para Andrada (2021) El Canal físico se refiere a la práctica de una empresa de tener sus propios espacios dedicados para promocionar y vender sus productos. Un ejemplo notable de esto es Inditex, que no solo fabrica su propia ropa, sino que también la vende exclusivamente a través de tiendas de su propia marca. Este enfoque directo elimina la necesidad de intermediarios, transporte o canales de venta de terceros. El ámbito del canal digital abarca un enfoque diferente, ya que no existe una ubicación física para promocionar y vender productos.

Un canal de distribución indirecta es aquel en el que el producto o servicio se entrega al consumidor final a través de intermediarios. Estos pueden incluir mayoristas, minoristas o distribuidores que facilitan el movimiento del producto desde el fabricante hasta el consumidor. El canal de distribución indirecto involucra a múltiples partes en el proceso de distribución. Este tipo de canal indirecto permite un alcance de mercado más amplio y una mayor eficiencia en términos de logística y servicio al cliente. Hay dos categorías distintas de canales indirectos: El canal indirecto corto se somete a un proceso de tres niveles. Inicialmente, la empresa se dedica a la producción; posteriormente, el minorista o distribuidor y el producto llega al consumidor final. El canal indirecto largo tiene un mínimo de cuatro niveles distintos donde se introduce una etapa intermedia entre el productor y el minorista. Aquí es donde los mayoristas juegan un papel crucial al distribuir productos a los minoristas, quienes luego se aseguran de que lleguen a los consumidores finales. Vale la pena señalar que este método de comercio es el enfoque más frecuente y ampliamente adoptado (Andrada, 2021).

1.2.3 Canales de comercialización

Los canales de marketing sirven como conductos a través de los cuales fluyen los productos desde su punto de origen, generalmente el fabricante, para llegar al consumidor final. Compuestos por distintas entidades separadas de los propios fabricantes, estos canales son responsables de comercializar, vender o brindar apoyo en la venta de productos que son creados o producidos por otros. En esencia, los canales de comercialización pueden describirse como fundamentales para facilitar la venta de productos de terceros (Sumba y Toala, 2022).

Dependiendo de la tecnología comercial particular utilizada, hay una variedad de canales accesibles. Los canales tradicionales, como su nombre lo indica, no utilizan tecnología avanzada para lograr sus objetivos, se concentran en promoción en pancartas,

volantes, periódico. El concepto de canales automatizados se refiere a la utilización de la tecnología de manera básica para agilizar el proceso de entrega de productos a sus consumidores finales. Existen múltiples plataformas audiovisuales para facilitar las labores de comunicación y comercialización (Durán y Alcívar, 2020). Estas plataformas abarcan la televisión, que funciona como medio de promoción y publicidad de productos, el teléfono, que permite la interacción directa con la clientela potencial, y los servicios de transporte, que garantizan la entrega oportuna de los bienes comprados a los hogares de los clientes. Los canales de mercadeo que utilizan Internet como un medio para interactuar con los consumidores se conocen comúnmente como canales electrónicos, el mercadeo también se lo realiza de boca en boca o de puerta en puerta y consiste en visitar a los consumidores en sus negocios o comercios para realizar una venta directa.

1.2.4 Buenas prácticas agrícolas como elemento de un producto de calidad y de una comercialización exitosa

La implementación de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) está enfocada a potenciar los métodos convencionales de producción y manejo en el campo agrícola. Estas prácticas priorizan la prevención y gestión de peligros potenciales que podrían comprometer la seguridad y el bienestar del producto. Además, las BPA tiene como objetivo disminuir el impacto negativo de las prácticas de producción en el medio ambiente, así como en la salud de los trabajadores y la flora y fauna del entorno. Esta información es proporcionada por la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad Agropecuaria (Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario [ARCFZ], 2015).

Es importante señalar que una buena técnica para el manejo integral de plagas, sumada al control adecuado de fertilizantes, ayuda mucho a mejorar la calidad del producto; por ende

si el producto es excelente, es decir de primera calidad, la comercialización será exitosa y el productor podrá pelear por un precio junto (Barriendo, 2015).

1.2.5 Manejo integral de plagas

El Manejo Integrado de Plagas (IPM, por sus siglas en inglés) es un enfoque para el manejo de huertos que tiene como objetivo mantener controlado el daño y las enfermedades de las plagas para que no afecte económicamente el cultivo y de esta manera reducir los riesgos para el medio ambiente y la salud humana, así como los costos para los productores (CEPAL, 2017). El Manejo Integral de Plagas (MIP) se compone de varias medidas para el control de plagas y enfermedades. Mantener la salud de las plantas es clave para prevenir daños en el cultivo, por lo que es importante evaluar y abordar la calidad del suelo, la fertilización, el riego y el drenaje antes de implementar medidas de control (FAO, 2022). Además, es necesario realizar un seguimiento diario para detectar cualquier cambio en la sanidad del cultivo y la aparición de plagas o enfermedades.

1.2.6 Asociatividad en el sector productivo

A lo largo de la historia, se ha documentado que los humanos han tenido la necesidad de formar varios tipos de asociaciones desde la antigüedad para lograr sus objetivos y asegurar medios esenciales de supervivencia, como el sustento y la vida comunitaria (Serrano y Puentes, 2021). El concepto de asociatividad debe considerar la necesidad humana primitiva de trabajo comunitario y el beneficio mutuo derivado de la satisfacción de las necesidades básicas. Los orígenes de la asociatividad se remontan al momento en que los humanos reconocieron por primera vez esta necesidad de unificar esfuerzos para mejorar las acciones. Para la ARCFZ, (2015) dentro las Buenas Prácticas Agrícolas esta el conocimiento humano evolucionado a través del tiempo, donde la asociatividad fortifica la unión de grupo

y unión de fuerzas, ampliándose a través de diversos modelos que van desde lo social hasta lo productivo, y que actualmente se encuentran en uso.

El término asociatividad se utiliza para describir un fenómeno social y cultural que permite enfocar y dirigir fuerzas divergentes hacia un objetivo común. A nivel regional, esta es una herramienta crucial para establecer procesos de desarrollo que se extienden más allá de las fronteras administrativas o políticas. Según Serrano y Puentes (2021) la asociatividad como un conjunto de tácticas que implican utilizar los esfuerzos de todos los individuos involucrados para lograr un objetivo común.

1.2.7 Mercadeo

El término "mercadeo" abarca todas las actividades promocionales de una empresa relacionadas con sus productos o servicios. Estas actividades implican primero realizar un estudio de la base de clientes para identificar el público objetivo y luego implementar estrategias para involucrar y captar la atención de ese público (Zendesk, 2023).

El mercadeo, también conocido como publicidad de productos o servicios, consiste en estimular intencionalmente la demanda de bienes y servicios y fomentar su compra. Esto se logra mediante la implementación de diversas estrategias. En los últimos tiempos, el ámbito del marketing ha experimentado un cambio radical debido al impacto de la transformación digital. Este cambio ha llevado a una evolución significativa hacia el marketing digital (Zendesk, 2023).

1.3. Aspectos legales que fortalecen la producción y comercialización de los productos agrícolas

En Ecuador la Constitución del (2008) en el Art. 410 se menciona que el gobierno se ha comprometido a ofrecer asistencia a los agricultores y a quienes viven en áreas rurales

brindándoles apoyo para la conservación y restauración del suelo. Adicionalmente, promoverán métodos agrícolas que prioricen la protección del suelo y promuevan el concepto de soberanía alimentaria.

De acuerdo al Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025 del Ecuador, CEPAL (2021) La directriz política y administrativa primaria para el diseño e implementación de la política pública en el Ecuador es la norma más alta. El Gobierno Nacional utilizará esta norma para ejecutar las propuestas delineadas en el Plan de Gobierno. Todas las políticas sugeridas pertenecen a temas que son significativos para Ecuador. Adicionalmente, cada política contiene al menos un objetivo que facilitará el monitoreo y evaluación continuos de su cumplimiento.

En este Plan de Oportunidades en el eje Económico que busca un trabajo decente y crecimiento económico se encuentra el objetivo 3 que literalmente expresa: “Fomentar la productividad y competitividad en los sectores agrícola, industrial, acuícola y pesquero, bajo el enfoque de la economía circular (CEPAL, Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025 de Ecuador, 2021). Con esto se comprende que a nivel país el sector agrícola es uno de los principales elementos dentro del proceso de sostenibilidad económica del país, y se espera que los gobiernos de turno desarrollen las acciones necesarias para que se cumpla con este objetivo.

La ley de Economía Popular y Solidaria menciona la importancia de este tipo de organización solidaria, definiéndose como un método de estructuración económica donde los miembros, en forma individual o conjunta, establecen y ejecutan procesos para producir, intercambiar, financiar, comercializar y consumir bienes y servicios para satisfacer necesidades y generar ingresos. Esto se logra a través de relaciones basadas en la cooperación, la reciprocidad y la solidaridad, dando prioridad al trabajo y al ser humano como eje y fin de sus acciones (Asamblea Nacional, 2011). El objetivo final de este enfoque es promover una vida de bienestar, en cooperación con la naturaleza en lugar de la

acumulación de capital, la apropiación y la ganancia. Por ende, esta ley busca la asociatividad de los diversos campos del comercio y en el caso de la presente investigación es fundamental para juntos afrontar los problemas y las crisis existentes en el medio, o en su defecto fortalecer las decisiones para que permitan un crecimiento económico del sector.

Capítulo II

Materiales y métodos

2.1 Descripción del área de Estudio.

El estudio se desarrolló en el cantón Pimampiro dentro de los límites geográficos de esta parroquia urbana de San Pedro de Pimampiro, que es uno de los 6 cantones que forman la provincia de Imbabura, con su cabecera cantonal la parroquia urbana Pimampiro; el cantón cuenta con una extensión de 442.5 kilómetros cuadrados y limita al norte con la provincia del Carchi, al sur con la provincia de Pichincha al este con la provincia de Sucumbíos y al oeste con el cantón Ibarra (PDOT-P, 2019).

Según las estimaciones de INEC del 2020, la población general del área es de 13.269 personas, de acuerdo a las limitaciones geográficas esta al norte la provincia de Carchi, mientras que la provincia de Pichincha constituye el límite sur. El límite oriental de esta región se comparte con la provincia de Sucumbíos y al oeste el cantón Ibarra (Pimampiro A. C., 2023).

Figura 8

Ubicación Geográfica del Cantón Pimampiro en la Provincia de Imbabura.



Nota. En la figura se muestra la ubicación geográfica del cantón Pimampiro con Respecto a la Provincia de Imbabura. Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado de Pimampiro (2022).

Pimampiro al ser parte de Imbabura suma su potencial agrícola a la provincia colocándola en el décimo lugar a nivel de Ecuador, con un aporte del 2% al Valor Agregado Bruto (AVB) nacional en el sector terciario Gobierno Provincial de Imbabura (GPI) (2020), gracias a las diferentes actividades económicas de la provincia y dentro de ella su principal fuente la agricultura. Según AME (2016) la población de Pimampiro depende en gran medida de tres actividades económicas principales. La agricultura es la principal fuente de ingresos para el 63% de la población es económicamente activa, mientras que el 13% se dedica al comercio al por mayor y menor, y el 4% se dedica al transporte y almacenamiento. Estas actividades proporcionan la principal fuente de sustento para el 90% de las familias que residen tanto en los sectores urbanos como rurales de la región.

El cantón Pimampiro se caracteriza por ser un lugar netamente agrícola pues del total de la población económicamente activa, el 47.8% se dedica a la agricultura y es la base fundamental de la economía rural y urbana del cantón, de la misma forma al poseer el cantón diversos pisos agroclimáticos y microclimas es el lugar idóneo para la producción de alimentos (PDOT-P, 2019). Sin embargo, se conoce que en el cantón los índices de pobreza son realmente elevados donde la carencia identifica las Necesidades Básica Insatisfechas (NBI) es del 78,4% y la extrema pobreza es el 54% (SIISE), 2017) y resulta contradictorio al denominar el sector como agrícola, pero, este efecto claramente ha sido gracias al fallo de la cadena de valor en donde el agricultor percibe el mínimo beneficio posible.

Pimampiro al ser uno de los sectores de mayor producción agrícola de Imbabura, y debe convertirse en el centro de comercialización agraria de la provincia, requiere regular su forma de proveer los productos, y crear una cadena de valor real, auténtica y funcional, definiendo por nodos de producción primaria, transformación primaria y secundaria. Siendo evidente el sistema de cultivo que conduce desarrollo sostenible, específicamente aquellos descritos en la agenda 2030 y sus ODS asociados.

2.2 Operacionalización de variables

Tabla 4

Matriz de Operacionalización de variables

Objetivos	Variables	Indicadores	Técnica	Fuente
Realizar un diagnóstico situacional de la cadena de valor en el sistema de distribución y comercialización de productos agrícolas en la Parroquia Urbana Pimampiro provincia de Imbabura.	Cadena de valor	Nivel de eficiencia en: *Dotación de insumos y materiales *Producción *Cosecha y postcosecha *Distribución y comercialización *Consumidor	Encuesta Revisión bibliográfica	GPI MAG PDOT de Pimampiro Asociación de productores ASOPROSOL Cooperativas de transporte
Analizar la eficiencia actual de distribución y comercialización de productos agrícolas en la Parroquia Urbana Pimampiro provincia de Imbabura, con la utilización de indicadores de calidad y sostenibilidad	Distribución y comercialización	Transporte Clientes Ferias locales y regionales Mercados Marketing	Encuesta Revisión bibliográfica	
Diseñar estrategias de distribución y comercialización de productos agrícolas en la parroquia urbana Pimampiro provincia de Imbabura. A través de un análisis de alternativas productivas y	Crecimiento económico	Precios Ventas Mejoramiento económico para el agricultor	Encuesta Revisión bibliográfica	

económicas sostenibles				
---------------------------	--	--	--	--

Nota: La tabla contiene las variables operacionales izadas en función de objetivos, variables, indicadores, técnica y fuente de la investigación Elaboración propia

2.3. Enfoque de Investigación

La presente investigación es de carácter cuantitativo, este enfoque aplica la recolección de datos en base en el análisis estadístico, por lo que se trabajó con datos numéricos valores, costos, porcentajes con la finalidad de determinar pautas y formas de comportamiento del fenómeno, es objetiva, plantea medir y estimar magnitudes de un problema delimitado y concreto que se los representó utilizando procedimientos estandarizados (Hernández-Samperi y Mendoza, 2018).

Gracias a ello la cadena de valor dentro de la distribución y comercialización del tomate riñón en Pimampiro se abordó a través de una metodología cuantitativa, en función de un razonamiento deductivo. Esto permitió brindar una descripción completa de la situación actual del problema, incluyendo tanto los aspectos sociales y económicos como la productividad de los agricultores involucrados en la producción del tomate riñón.

La investigación también examinó uno de los eslabones principales de la cadena de valor del tomate riñón, como es la distribución y comercialización que abarca la logística interna, la producción y la logística externa. Los datos se derivaron tanto de fuentes primarias, como la encuestas y un diálogo con el Presidente de una de las asociaciones agrícolas del sector, como de fuentes secundarias a través de información bibliográfica. Los hallazgos permitieron desarrollar estrategias encaminadas a abordar los aspectos críticos que se identificaron en la cadena productiva del tomate.

2.4 Nivel de Investigación

El nivel de investigación fue descriptivo porque permitió especificar propiedades y características de los fenómenos o hechos que involucran el contexto de la problemática obteniendo nuevos datos y elementos que ayudaron a formular las preguntas con mayor precisión. Su objetivo fue caracterizar el comportamiento del grupo de productores en función de sus acciones en la distribución y comercialización del producto, para observar, registrar y sistematizar procesos (Hernández-Samperi y Mendoza, 2018), en este caso de distribución y comercialización del tomate riñón, se describe sus atributos, rasgos y configuraciones del colectivo que cultiva la fruta de invernadero. Esta forma de indagación tiene como objetivo recopilar datos sobre el fenómeno o proceso para delinear sus consecuencias.

Cae señalar que se aplicó la revisión bibliográfica, a través de la búsqueda de información en textos, revistas científicas, documentos, información de internet, donde se recopiló datos importantes del problema, que respaldaron la información del estudio (Hernández-Samperi y Mendoza, 2018); Así mismo, se aplicó la investigación de campo acudiendo a lugar de los hechos para obtener información primaria necesaria a través de encuestas a las personas directamente involucradas con el problema, además de observar las dificultades que existe al momento de comercializar el producto tanto en Pimampiro como en la ciudad de Ibarra.

2.5 Métodos

El método utilizado es la deducción considerando el enfoque de la investigación fue cuantitativa (Hernández-Samperi y Mendoza, 2018); este tipo de razonamiento determina como base generalidades del problema para luego verificadas a través de particularidades del caso y contexto como fundamento del problema.

2.6 Técnicas

En cuanto a la técnica utilizada fue la encuesta como fundamento del método deductivo, realizada a productores agrícolas (tomate riñón) de Pimampiro; misma que fue estructurada con preguntas cerradas (Schenkel y Pérez, 2018). Antes de la aplicación de la encuesta se ejecutó un sondeo previo para obtener información sobre el tema en el mercado Mayorista de la ciudad de Ibarra y Pimampiro, lo que permitió identificar aspectos importantes para la elaboración del cuestionario. Cabe señalar que para profundizar en algunos aspectos importantes que requería la problemática se aplicó una entrevista como refuerzo a la técnica aplicada al Presidente de la Asociación Agrícola de Pimampiro ASOPROSOL y mismo que funciona como Director de la Junta de Aguas del cantón, las preguntas fueron de tipo abiertas.

2.7 Instrumento

El instrumento que se utilizó en la encuesta es el cuestionario como medio de recolección de datos.

2.8 Población

La población objeto de estudio fueron 63 productores agrícolas de tomate riñón que tiene sus fincas en la parte sur del cantón.

2.9. Procedimientos

2.9.1. Fase 1: Realización de un diagnóstico situacional del actual sistema de distribución y comercialización del tomate riñón como principal producto agrícola en la Parroquia Urbana Pimampiro provincia de Imbabura.

- **Revisión bibliográfica**

Para la elaboración del diagnóstico del sistema actual de distribución y comercialización se realizó una revisión bibliográfica utilizando información del Ministerio de Agricultura, datos del Banco Central, del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Pimampiro, Corporación Financiera Nacional, así como investigaciones previas sobre el tema que posibilitaron mirar la problemática en otros sectores y circunstancias; aquí se determinó en forma teórica cómo funciona la actual cadena de distribución de productos agrícolas en la parroquia urbana Pimampiro, la intervención de los intermediarios en dichos procesos y las formas de distribución local.

- **Encuesta**

Para corroborar con la investigación se realizó 63 encuestas a los agricultores productores de tomate riñón de las fincas del sur del cantón Pimampiro, y que son parte de la Asociación de Agricultores de este cantón. Cabe destacar que antes de aplicar la encuesta se realizó un sondeo para establecer aspectos claves que ayudará a organizar el cuestionario de la encuesta, este sondeo donde se tomó apuntes se lo realizó a los productores y comerciantes que venden en el mercado mayorista de la ciudad de Ibarra para lo cual se tuvo que obtener un permiso especial de la empresa COMERIBARRA; posterior a ello se elaboró la encuesta que se aplicó en el cantón Pimampiro en tres semanas consecutivas los días lunes y jueves aprovechando que los productores salen a comercializar sus productos en la feria agrícola en el mercado de Pimampiro. Además, que para complementar la información se obtuvo información importante del Presidente de ASOPROSOL y de la Junta de Aguas así como también se buscó información directa de los valores de fletes de cooperativas de transporte.

2.9.2. Fase 2. Analizar la cadena de valor y aspectos críticos en distribución y comercialización del tomate riñón como principal producto agrícola en la Parroquia Urbana Pimampiro provincia de Imbabura

Con la información compilada se planteó analizar los aspectos críticos en la cadena de valor del tomate riñón caracterizando datos importantes del sistema de distribución y comercialización y el consumidor final, lo que permitió determinar la eficiencia de este sistema; para ello se identificó precios, centro de acopio, transporte, clientes, ferias locales, mercados, distribución, ventas, capacitación, entre otros; analizando así el eslabón de distribución y comercialización dentro de la cadena de valor del tomate riñón. Datos que fueron procesados teóricamente, y para los análisis estadísticos se aplicó el programa Excel, estableciendo elementos esenciales como:

- Identificación de la estructura general de la cadena de valor,
- Estudio y caracterización del eslabón de distribución y comercialización
- Determinación de los aspectos críticos que perjudican este sistema
- Análisis de funcionalidad del transporte, mercadeo, capacitación y otros.

2.8.3. Fase 3. Proponer estrategias de mejoramiento en base a una adecuada cadena de valor del producto de mayor producción agrícola en la parroquia urbana Pimampiro provincia de Imbabura

A través de un análisis exhaustivo de alternativas se planteó estrategias de mejoramiento a la cadena distribución y comercialización en la producción del tomate riñón como el principal producto agrícola en el cantón Pimampiro.

- **FODA**

Antes de establecer las estrategias necesarias que ayudarán a mejorar la cadena de valor del tomate riñón en el eslabón de distribución y comercialización; fue necesario identificar los

factores internos (fortalezas y debilidades) y factores externos (oportunidades y amenazas) tomando datos importantes de la información bibliográfica y de las encuestas, aplicando además el análisis estratégico en función de la matriz FODA, y cruce estratégico.

- **Matriz de planificación de estrategias**

Las estrategias determinadas en la matriz fueron desarrolladas mediante una matriz de planificación de estrategias que contiene objetivos, tácticas, acciones, verificadores, responsable, recursos y resultados esperados.

Capítulo III

Resultados y discusión

3.1 Situacional del actual sistema de distribución y comercialización del principal producto agrícola en la Parroquia

3.1.1 El tomate riñón como principal producto agrícola de Pimampiro por (ha)

El tomate riñón de Pimampiro es uno de los primeros a nivel nacional, sin embargo, solo la mitad de los lugareños (50%) llegan a cultivar plantas de tomate, una buena parte de ellos lo hacen a nivel familiar y los demás cultivan para comercializar, y es una de las frutas más demandadas a nivel regional; la venta la realizan a nivel local en la feria de Pimampiro, y en las ferias del Mayorista en Ibarra, Quito y Ambato, un aspecto importante que cabe mencionar es lo que los agricultores deben estar en las ferias lo más temprano posible ya que es el momento óptimo para vender y evitar reducciones de precios a lo largo del día (ARCFZ 2020-2021).

Tabla 5

Datos del MAG de la producción de hectáreas de tomate riñón

Sistema	Superficie aproximada (ha)	Porcentaje (%)
Productivo		
Combinado	230	0,62
Pasto cultivado	118	0,32
Tomate riñón	56	0,15
Aguacate	25	0,07
Mandarina	25	0,07
Fréjol	5	0,01

Nota: La tabla contiene datos del Ministerio de Agricultura y Ganadería sobre la producción del tomate riñón. Fuente: MAG-SIGTIERRAS, 2021

El MAG expresa en la tabla que el tomate riñón en el año 2021 fue uno de los principales productos que cultiva Pimampiro dentro de las frutas,

Tabla 6

Datos del PDOT de Pimampiro 2014-2027

Cultivo	Sup.sembrada/ha	Rendimiento Kg/ha/año	Costo producción Usd/ha
Aguacate	175	15000	8000
Granadilla	84	25000	14000
Tomate riñón	83	200000	85000
Mandarina	40	35000	12000
Durazno	38	30000	7000

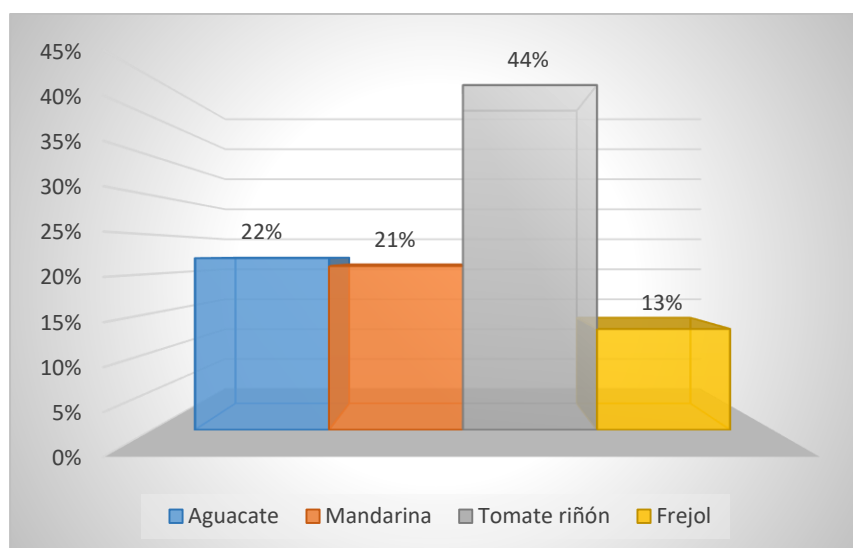
Nota: La tabla muestra los productos de mayor producción y rendimiento al año en

Pimampiro. Fuente PDOT de Pimampiro 2014-2027 Prefectura de Imbabura

De acuerdo al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Pimampiro (2014-2017), se determina los productos más importantes y que generan el mayor rendimiento anual en el cantón Pimampiro; mediante este análisis se determina una proyección estimada del área sembrada en el cantón. El producto principal es el tomate riñón, que se cultiva en invernadero a pesar de su elevado coste de producción, debido a sus altos rendimientos por metro cuadrado. Sin embargo, este cultivo no es rentable debido a las fluctuaciones de los precios del mercado. Se observa además, un cambio en las preferencias de cultivos debido a la sobreoferta y enfermedades que afectan al cultivo de tomate de árbol, provocando una merma en su calidad y precio en el mercado. “El comercio de frutas, hortalizas y principalmente cítricos comprende el 100% de lo que venden los agricultores, y cada agricultor maneja su propio comercio y comercialización”. De acuerdo a la tabla presentada el tomate riñón es uno de los productos de mayor producción y rendimiento anual, motivo por el cual se profundizará la investigación en esta fruta.

Figura 9

Productos de mayor producción en Pimampiro según agricultores del lugar



Nota: Encuesta a los productores de tomate riñón de Pimampiro (APAP)

Aunque hay una serie de productos que en Pimampiro se cosechan, los encuestados expresan que entre los productos con mayor producción está el tomate riñón como uno de los principales productos que cosecha Pimampiro. Cabe señalar que estos datos están correlacionados con los datos del MAG (2022) donde se determina que a más del tomate riñón hay otros productos importantes. El entrevistado también ratifica que uno de los principales productos que se cosecha en el sur este de Pimampiro es tomate riñón y que justamente en estos momentos se encuentran buscando fincas para comprar la totalidad de la producción porque tienen un pedido muy grande de la Favorita en la ciudad de Quito.

De acuerdo a los datos del INEC (2020) en Imbabura la producción de tomate riñón en hectáreas ascendió a 11.746 sin que exista pérdidas de cosechas, observando además que son los productores solos quienes producen el tomate, no existe algún tipo de asociación o grupo de productores que como tal, juntos realicen esta producción. Los datos demuestran que el tomate riñón está entre uno de los productos más importantes en el sector después del pasto cultivado, su producción se implementó como negocio a partir de los años 50 y desde donde

ha venido creciendo y mejorando su forma de cultivo, variedades convirtiéndose hoy a nivel nacional la fruta da al Ecuador el 0,6% de PIB.

Tabla 7

Histórico de producción en Pimampiro

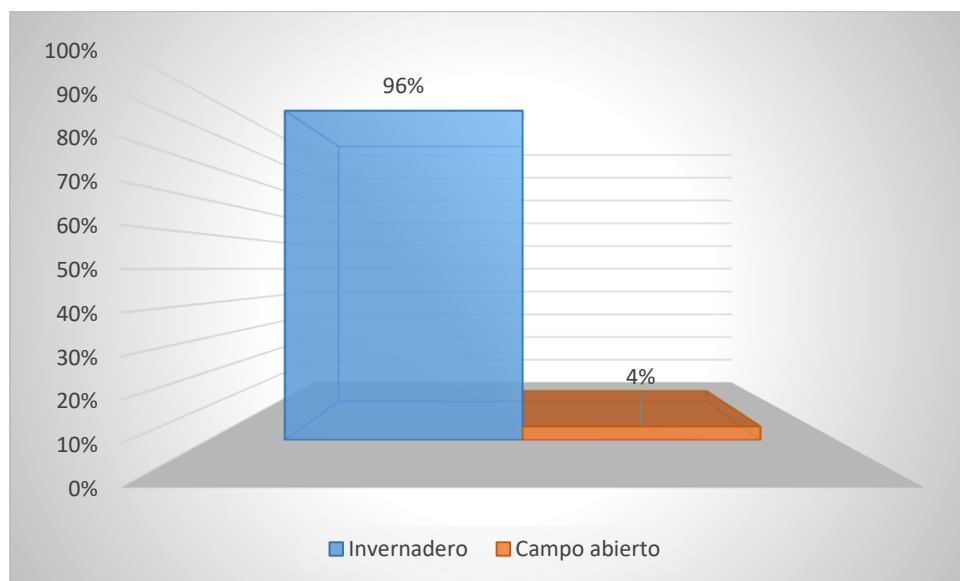
Oferta 2018 Tm/año	Oferta 2019 Tm/año	Oferta 2020 Tm/año	Oferta 2021 Tm/año	Oferta 2022 Tm/año	Oferta 2023 Tm/año
8.275,95	8.477,88	8.68474	8.896,65	9.113,73	9.336,10

Fuente: Varela (2018) Estudio de la producción y comercialización del tomate riñón (*Lycopersicum Esculentum*) en el cantón Pimampiro, de la provincia de Imbabura. UTN.

Del total de producción del tomate riñón en Imbabura, Pimampiro produce para este año 2023, un total 9.336,10Tm/año que corresponde al 80,11% de la producción de la provincia. Cifras muy alentadoras porque se ha ganado un puesto importante dentro de la productividad de esta fruta a nivel nacional.

3.1.2 Tipo de producción del tomate riñón

Existe la producción de tomate al campo abierto y en invernadero. Este tipo de manejo (bajo invernadero) tiene grandes ventajas, ya que presenta altos rendimientos en el cultivo, aunque los costos de inversión son mucho mayores, ya que este tipo de cultivo necesita ser modernizado, por ejemplo, mediante riego por goteo o sistemas de riego (Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario, 2015). La micropulverización también se utiliza para la fertilización y el control de plagas. En el estado de Pimampiro, el 96% de los productores de tomate tienen un manejo técnico de sus cultivos, ya que han implementado sistemas de riego por goteo, mientras que un 4% mantienen el manejo tradicional, es decir, riego por inundación.

Figura 10*Sistema de cultivo*

Nota: La figura menciona los problemas que tiene el cultivo de tomate riñón en Pimampiro. Fuente: Varela, (2018)

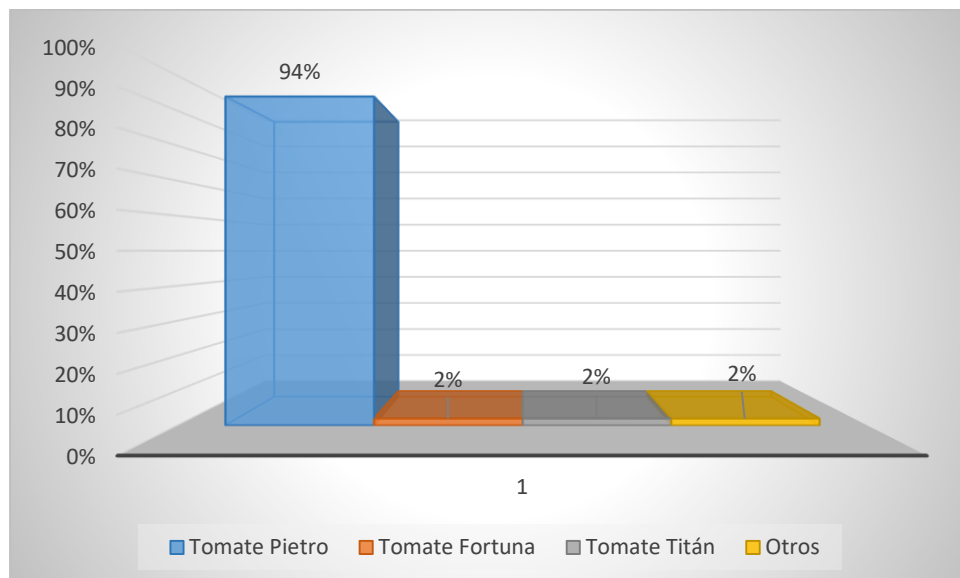
El costo de implementación del invernadero por hectárea se estima en alrededor de \$100,000 que cubren estructura metálica, plástico, sistema de riego, todos los cuales están sujetos a depreciación en función de su vida útil, junto con los gastos incurridos se suman por insumos agrícolas de semillas, fertilización, el control de plagas y enfermedades, el transporte, la mano de obra y la aplicación, están todos interrelacionados. El costo total de producción para el mantenimiento del invernadero se calculó en 18.774,39 por hectárea.

De acuerdo al PDOT de Pimampiro (2014-2027) expresa que el 97% de la producción de tomate riñón se los hace en invernadero y apenas el 3% es a campo abierto; el tomate de invernadero es de mejor calidad y el que tienen mayor demanda en el mercado. Sobre el tema la persona entrevistada ratifica es presente dato indicando que esta fruta cultivada bajo cubierta es mejor tratada, se controla de mejor forma cada proceso de producción, y los pocos agricultores que lo hacen a campo abierto son cultivos de tipo familiar que apenas venden a nivel local.

3.1.3 Tipo de tomate riñón que se cultiva en Pimampiro

Figura 11

Variedad de tomate riñón

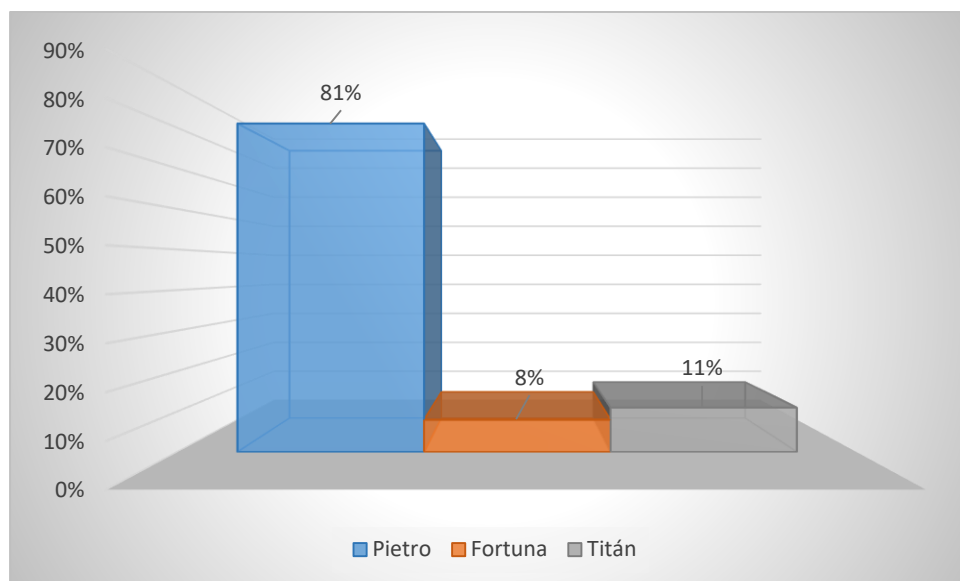


Nota: La figura menciona los problemas que tiene el cultivo de tomate riñón en Pimampiro. Fuente: Varela, (2018)

De acuerdo a los datos de Varela (2018) el tomate que más se produce en Pimampiro es el Pietro por ser una planta muy adaptable al clima y al suelo; y además de mucha demanda a nivel regional. La producción actual del tipo de tomate riñón que se cultiva en Pimampiro es el 94% Pietro porque es una de las variedades híbridas más resistentes, se adapta fácilmente a todo tipo de terreno, produce el tamaño de mediano a grande, la planta es vigorosa con buena cobertura foliar y tiene entrenudos muy cortos, por lo que los racimos uniformes de 5 a 7 frutos puede sostenerlos fácilmente. El PDOT (2014-2027) expresa que el tomate de mayor demanda y producción en Pimampiro es el Pietro, es una variedad muy fuerte por lo que se adapta a cualquier tipo de suelo.

Figura 12

Variedad de tomate riñón produce actualmente según encuesta



Nota: Encuesta a los productores de tomate riñón de Pimampiro (APAP)

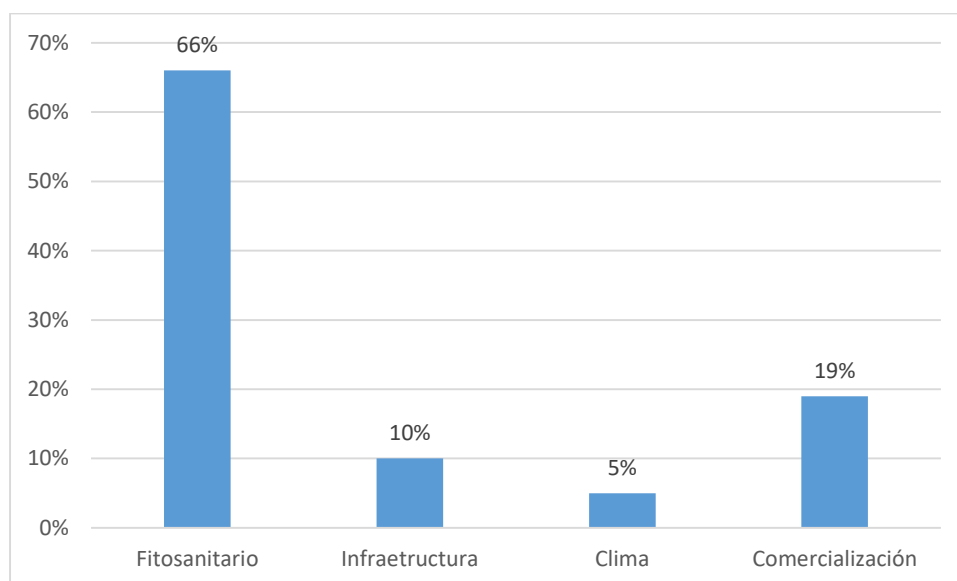
La mayor parte los productores encuestados expresan que el tomate que producen es el Pietro, pocos el titán y poquísimos el tomate fortuna; los resultados demuestran que la gran mayoría se ha dedicado a cultivar el tomate pietro por sus bondades y por ser muy adaptable, el tamaño es ideal para los consumidores, es resistente y los racimos son muy voluminosos. El tomate Pietro tiene un fruto grueso y robusto, la planta en particular es muy versátil, capaz de producir frutos grandes y mantener su tamaño durante toda la temporada de crecimiento (Quishpe, 2021, p. 6). Además, es una planta enérgica con una cobertura foliar excepcional y entrenudos más cortos. Los racimos de frutos son uniformes, con 5 a 7 frutos en cada uno, y mantienen su gran tamaño hasta el racimo final. Además, estos frutos tienen una excelente longevidad postcosecha. El presidente de la Asociación ASOPROSOL ratifica que la mayor parte de los productores siembran tomate Pietro ya que es el que más se consume en la región.

3.1.4 Principales dificultades en la distribución y comercialización de tomate riñón

El gráfico ilustra los principales problemas que enfrentan los productores de tomate riñón en Pimampiro y si están o no vinculados a los gastos de producción, según se analizó (Varela, 2018).

Figura 13

Principales problemas en el cultivo y comercialización de tomate riñón



Nota: La figura menciona los problemas que tiene el cultivo de tomate riñón en Pimampiro. Fuente: Varela, (2018)

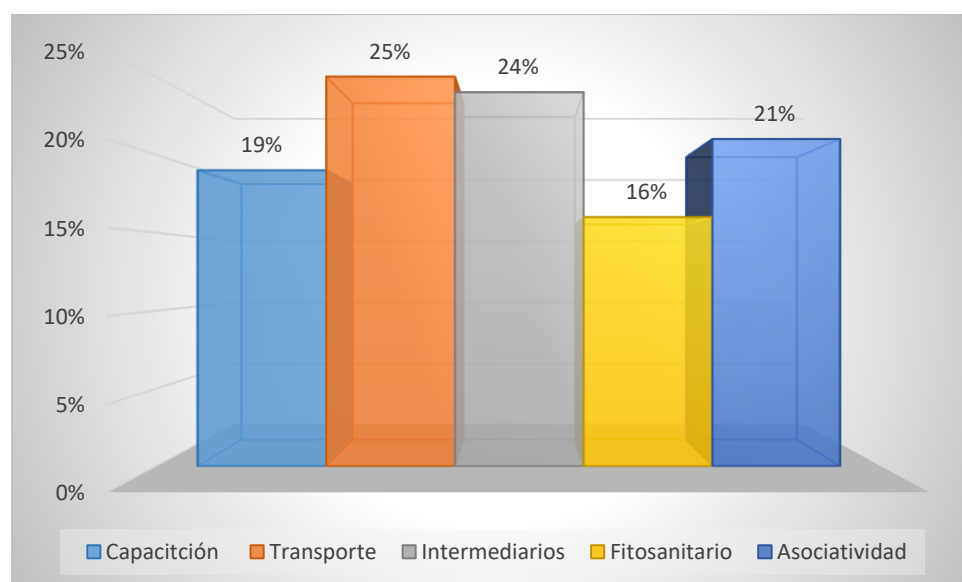
Los problemas más grandes son fitosanitarios considerando que se utiliza todavía de fungicidas, plaguicidas en la mayoría de los cultivos, el o tener un plan de MIP (Manejo Integral de Plagas) para el cultivo de tomate riñón, respaldado y justificado por un profesional del área, quien debe demostrar conocimientos en el tema y reducir y racionalizar el uso de plaguicidas de forma técnica preventivas y de control antes, durante y después del cultivo, es esencial para una buena calidad del fruto ARCFZ (2015).

Otra dificultad es el control de malas hierbas, deben primar los métodos preventivos o, alternativamente, pueden emplearse métodos manuales o mecánicos. Sin embargo, en plantaciones a campo abierto, se pueden utilizar herbicidas siempre que estén registrados por

la Autoridad Nacional Competente y se utilicen según lo prescrito bajo la recomendación y justificación de un técnico. Muchas de las fincas no manejan técnicamente la fertilización por lo que ha hecho difícil Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), (2019) por lo que al no contar con el apoyo de un técnico o de un profesional en la rama para la aplicación de las preparaciones, las cantidades y frecuencias de aplicación de acuerdo al estado nutricional de las plantas puede afectar la calidad del tomate.

Figura 14

Problemas en la distribución y comercialización de tomate riñón según encuesta



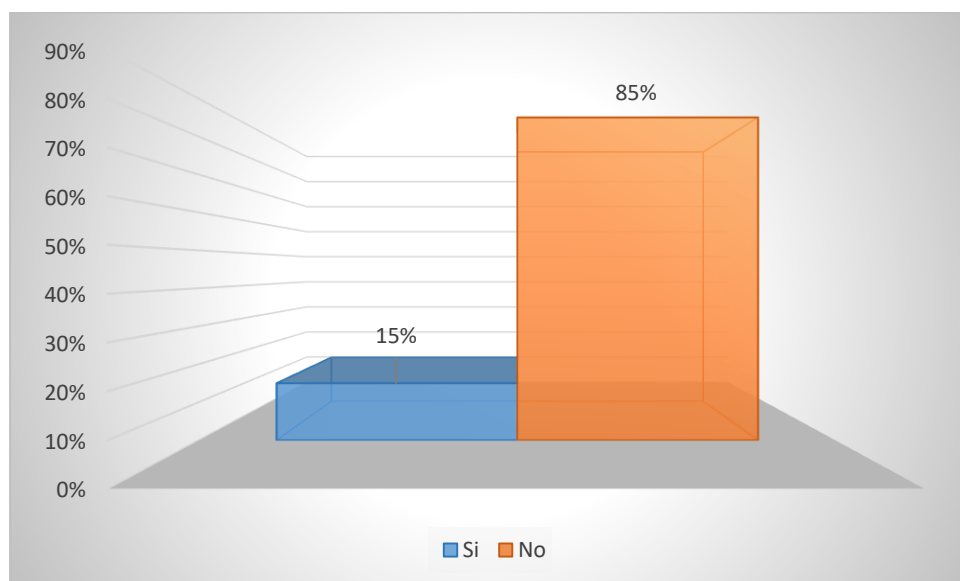
Nota: Encuesta a los productores de tomate riñón de Pimampiro (APAP)

Los datos demuestran que una cuarta parte de los problemas en la comercialización del tomate riñón el transporte del producto al lugar de comercialización, puesto que no cuentan con vehículos propios, y el costo del flete es alto. Otra cuarta parte expresan que el problema también es los intermediarios mayoristas que se quedan con la mayor parte de la ganancia, otro parámetro importante es que los agricultores reconocen como problema la falta de Asociatividad, para juntos tomar acciones en beneficio del grupo, lo que minimizaría las dificultades de intermediarios.

Un problema también es el fitosanitario, puesto que los insectos y plagas ponen en riesgo las cosechas, por ello el uso persistente de fertilizantes y fungicidas. Estos resultados son corroborados por la persona entrevistada quien ratifica que existe problemas en uso de pesticidas y fungicidas debido a la proliferación de plagas, lo que disminuye la calidad de producto y afecta a la comercialización (Varela, 2018). Este dato lo corrobora la FAO (2022) quien expresa que la comercialización de la mayoría de los productos del sector rural tiene dificultades, por el abuso de los transportistas, la indelicadeza de los intermediarios y la poca asociatividad entre la comunidad para enfrentar dificultades.

Figura 15

Pertenencia a asociación de productores de tomate riñón



Nota: Encuesta a los productores de tomate riñón de Pimampiro (APAP)

Los agricultores expresan que no se encuentran asociados a un gremio de productores de tomate riñón porque no existe en Pimampiro, las personas que indican estar asociadas es a los gremios generales de productores del cantón, que son instituciones que involucra todo tipo de cultivo. Pero si se hace necesario la existencia de un gremio exclusivo del producto para enfocar las decisiones de forma específica. El Ingeniero Caicedo presidente de la Asociación

ASOPROSOL explica en un diálogo que no existe un gremio exclusivo de productores de tomate riñón, que, si lo hay a nivel nacional, pero Pimampiro no ha incursionado en estas acciones, que son fundamentales para el crecimiento de este sector de cultivo.

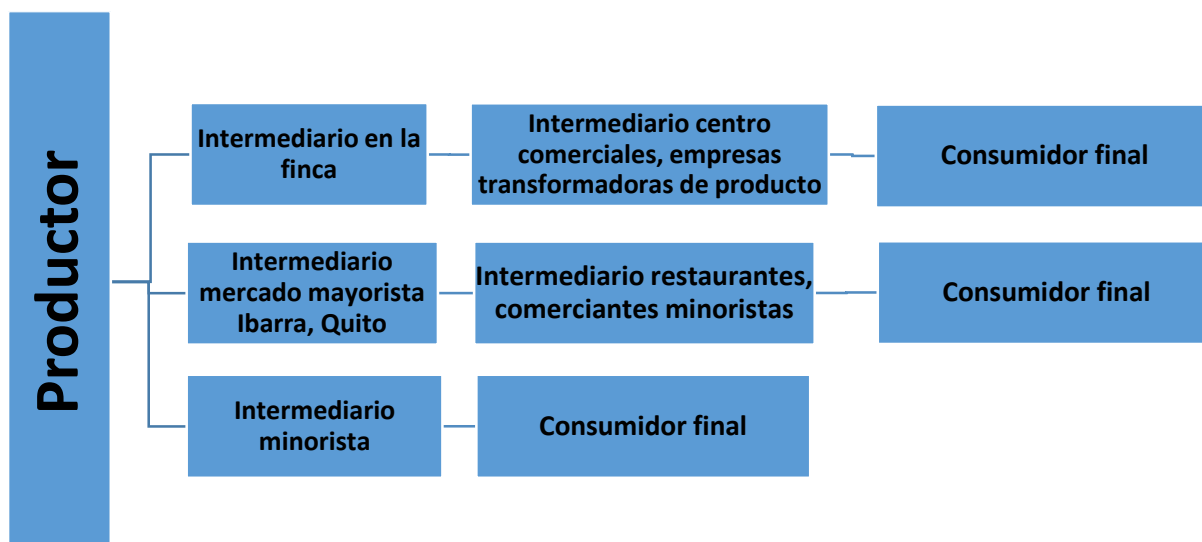
Es importante mencionar que en la región de Pimampiro existen dos organizaciones importantes como la organización de agricultores de Pimampiro ASOPROSOL (2023) y la Asociación de productores agropecuarios del valle Asoprovalle han logrado comercializar el producto no solo de tomate riñón sino de otros productos importantes del sector directamente a supermercados como Supermaxi, GranAki y Aki, así como a intermediarios para mercados internacionales como Colombia. El acceso a este canal de comercialización está limitado únicamente a los agricultores que son miembros de estas organizaciones y la distribución es a sus principales clientes: Corporación La Favorita en Ecuador.

No se puede negar la importancia de la asociatividad en la industria agrícola (González, 2017) destaca su importancia en el aumento de los ingresos, lo que a su vez redundaría en la tranquilidad de los productores. Por lo tanto, es crucial identificar conceptos relevantes para analizar diversos procesos y teorías en el campo empresarial (Serrano & Puentes, 2021). El surgimiento de la asociatividad es una respuesta a los impactos de la globalización, impulsando a las PYMES a desarrollar estrategias para mejorar su competitividad a nivel mundial (Narváez, et al., 2009), (Liendo & Martínez, 2016).

3.1.5 Distribución del tomate riñón

Figura 16

Cadena de distribución y comercialización del tomate riñón en Pimampiro

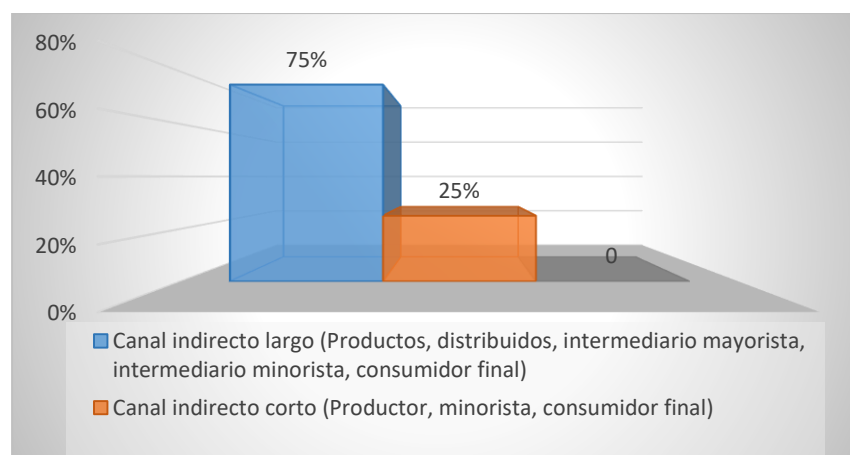


Nota: La figura muestra la cadena de distribución y comercialización. Fuente: Varela, (2018)

A esto se suma la comercialización, porque los intermediarios son las personas que obstaculizan un normal desarrollo del comercio, y a pesar de que muchos pertenecen a la Economía Popular y Solidaria, no deja de ser un problema para el agricultor, muchas de las ocasiones el productor tiene pérdidas y el intermediario tiene ganancias hasta del 35%, lo que representa un grave problema para la cadena de valor (Varela, 2018).

Figura 17

Formas distribución del tomate riñón según encuesta



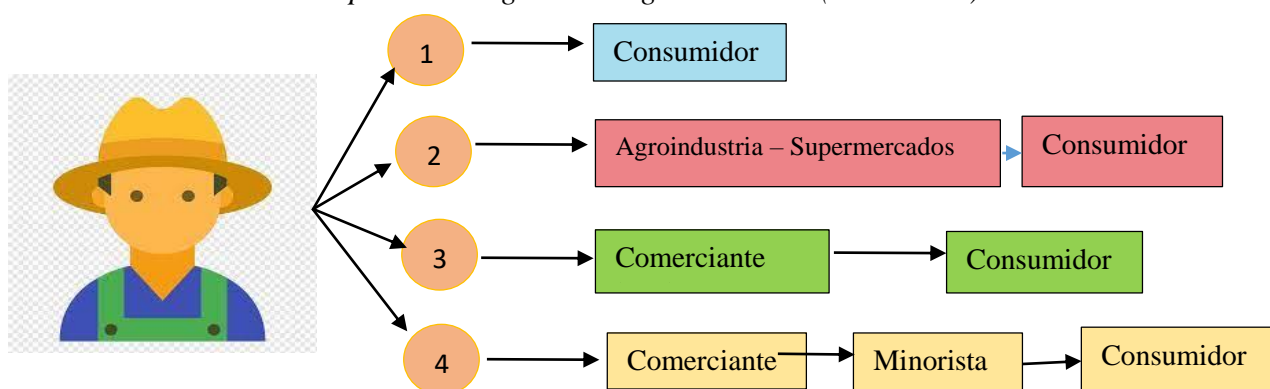
Nota: Encuesta a los productores de tomate riñón de Pimampiro (APAP)

Las tres terceras partes de los productores de tomate riñón expresa que la distribución del producto se centra en un canal directo largo, porque los productos son comprados por intermediarios mayoristas, quienes a su vez entregan el producto a comerciantes minoristas y estos venden el producto al consumidor final, por lo que se incrementa el valor del producto; la tercera parte restante en cambio utiliza el canal indirecto corto donde el producto es vendido a comerciantes minoristas, quienes venden por unidades al consumidor final.

Con respecto a los canales de distribución Andrada, (2021) expresa que existen 3 canales de distribución el directo que omiten a los intermediarios, que puede ser de forma física en sus propias tiendas o dogital por medio de internet, otro tipo de distribución es el canal indirecto largo donde hay 3 o 4 niveles es decir del productor va al intermediario mayorista, luego pasa al intermediario minorista para luego pasar al consumidor y el canal indirecto corto que va del productor al minorista y de esta a su ves al consumidor. Estos canales mencionados por Andrada se visualizan en los resultados de las encuestas. Como consecuencia del estos canales de distribución esta el alto nivel de intermediario y por ende se va encareciendo el producto hasta llegar a las manos del consumidos, además con ello los intermediarios son las personas que ganan más que el productor, lo que

Figura 18

Forma de distribución de productos agrícolas según el PDOT (2014-2027)

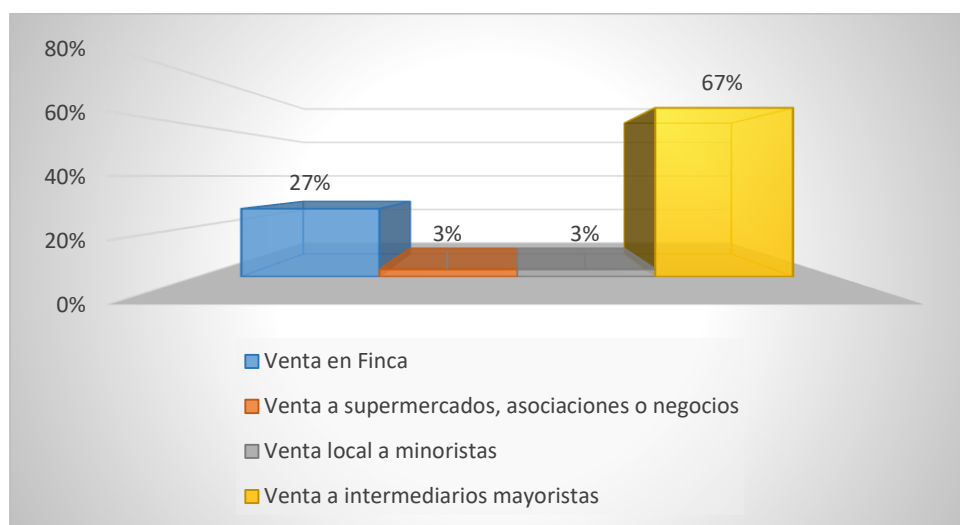


Nota: El gráfico representa las formas de comercialización de productos agrícolas en Pimampiro. Fuente PDOT de Pimampiro 2014-2027.

De acuerdo al PDOT (2014-2027) de Pimampiro menciona que el sistema de distribución y comercialización de los productos es a través de 4 forma de comercialización, la primera es una distribución directa del agricultor al consumidor mediante la venta directa en las ferias del sector; el segundo maneja altos niveles de producción que son comercializados a empresas industrializadoras de la fruta; la tercera forma es de forma indirecta larga ya que los productores van a las ferias de diferentes ciudades, donde lo intermediarios compran para luego vender a los consumidos y finalmente la última forma corresponde también a una venta indirecta larga donde el agricultor vendo a los comerciantes, estos a su vez a los minoristas y ellos a los consumidores.

Figura 19

Datos de distribución del tomate riñón según encuesta



Nota: Nota: Encuesta a los productores de tomate riñón de Pimampiro (APAP)

En cuanto a los canales de distribución comúnmente utilizados en el sistema agrícola, la mayoría reportó vender sus productos a intermediarios mayoristas o distribuidores. Una cuarta parte manifestó que realiza venta directa al consumidor en finca, mientras que pocos de los encuestados mencionó que su producto están dirigido comerciantes minoristas y el pocos venden a supermercados, asociaciones o negocios De acuerdo a los resultados obtenidos

en la distribución se determina que es de forma indirecta larga en su mayoría, por lo que hay una alta dependencia de intermediarios, lo que afecta la ganancias de los productores y el costo para el consumidor (Morales, 2020).

Y de acuerdo a los datos numéricos establecidos en el estudio el agricultor tiene una ganancia en su producción de tomate riñón del 17,38% y los intermediarios mayoristas principalmente el 26,75%, lo que ratifica la información obtenida en las encuestas y un problema que desmotiva por completo al agricultor.

En el caso del tomate riñón Pimampiro, el proceso de comercialización inicia con el productor quien puede optar por venderlo directamente a intermediarios en la finca o venderlo él mismo en los mercados locales. Si se dispone de transporte, el productor también puede llevar el producto al mercado mayorista provincial (COMERCIBARRA, 2023). Así, la cadena de comercialización en el cantón Pimampiro se puede describir de la siguiente manera (Varela, 2018).

Tabla 8

Distribución del tomate riñón, de acuerdo a los principales lugares de comercialización

Como dato bibliográfico se presenta la producción de tomate riñón de Pimampiro del GADP donde la mayor parte se distribuye en la ciudad de Ibarra, una parte se queda en la feria de Pimampiro y el resto se comercializa en el mercado mayorista de Quito y Ambato (Gobierno Autónomo Descentralizado de San Pedro de Pimampiro, 2023).

Lugar de comercialización	Tipo de consumidor	Producción total	Porcentaje
		9.336,10Tm/año	
Venta en la finca	Comerciantes Intermediarios EPS	1.587,14	17,00%
Mercados Ibarra	Comerciantes mayoristas	4574,68	49,00%

Feria de Pimampiro	Comerciantes mayoristas y minoristas	759,45	8,00%
Mercado Mayorista Quito	Comerciantes mayoristas y minoristas	1.587,14	17,00%
Ambato y otros	Comerciantes mayoristas y minoristas	840,25	9,00%

Nota: Fuente: Datos de ASOPROSOL, organización de agricultores/as de Pimampiro logra acuerdo comercial con la Corporación “La Favorita”

Los datos demuestran que de la producción total de Pimampiro los productores venden en la finca, es decir directo al gran intermediario, mismo que lleva el producto a las grandes empresas como la Favorita y otras para transformar el producto en salsa de tomate, pasta y otros (EPS, 2022). También es distribuido y comercializado por el mismo productor en los mercados e Pichincha de igual forma a los grandes comerciantes mayorista, pocos se quedan en la feria de Pimampiro, muy pocos realizan la comercialización a intermediarios mayoristas y minoristas y un 9,0% se distribuye en otras ciudades (Ponce-Cevallos, 2016).

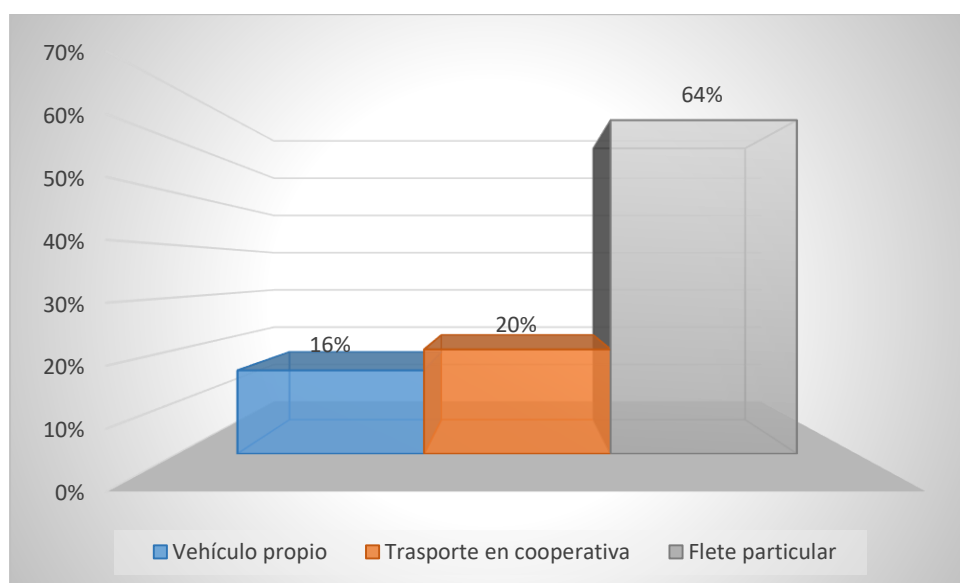
El proceso de distribución depende del mejor postor, en el pasado, el proceso de producción se realizaba sin intermediarios y generaba una buena ganancia por caja. Sin embargo, con la aparición de grandes intermediarios, ahora es necesario pagar los costos de flete y envío, los intermediarios sean mayoristas o minoristas son los que más ganan en la comercialización, sobre todo cuando el productor carece de experiencia. A pesar de esto, no había necesidad de buscar compradores para esta producción en particular, ya que la calidad del tomate era muy buscada y más aún cuando se produce en invernadero puesto que aumenta la calidad.

Al ser parte de una asociación de productores, una de las responsabilidades es participar en las ferias locales y regionales como parte de un aporte al sector y a la comunidad. De acuerdo al PDOT (2014-2027) la feria que funciona en Pimampiro y a la que muchos de los productores

asisten en el mercado Municipal 10 de agosto, y en Mariano Acosta existe un centro de acopio que no está funcionando por falta de mantenimiento. El presidente de la Asociación entrevistado determina que los productores participan de las ferias de productos agrícolas en Quito e Ibarra. Además, hay un centro de acopio en Pimampiro para realizar entregas directas al por mayor sin necesidad de intermediarios.

Figura 20

Sistema de transporte para el tomate riñón en Pimampiro.



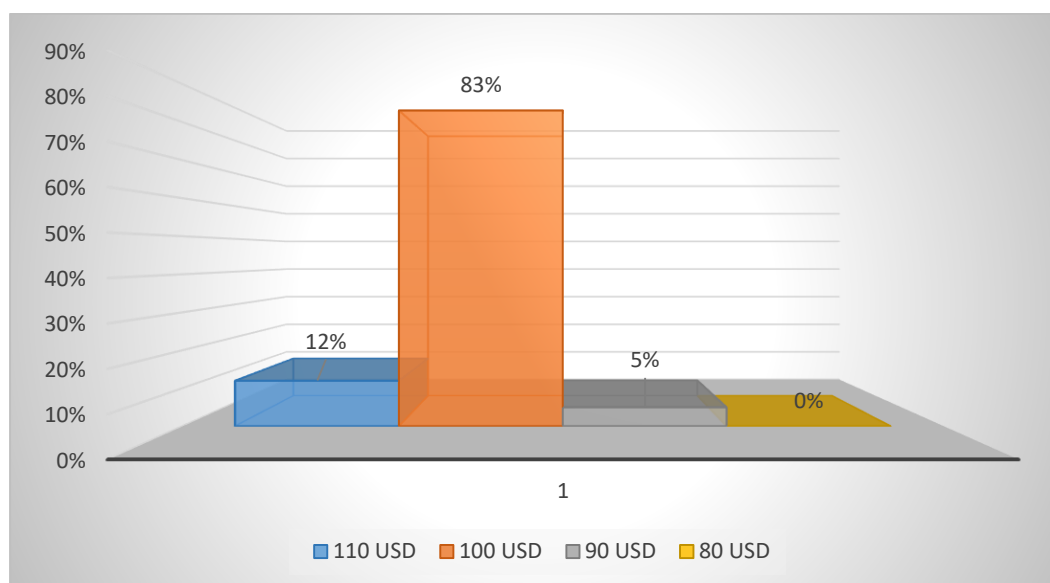
Nota: Encuesta a los productores de tomate riñón de Pimampiro (APAP)

Los resultados determinan que la mitad de los productores pagan flete particular para llevar el producto, una tercera parte pagan a los vehículos de cooperativa de transporte del sector y apenas pocos tienen transporte propio (camiones para transportar el tomate riñón a los lugares de comercio). De acuerdo a informe de ARCFZ, (2015) tener que pagar el transporte eleva el costo del producto y complica el traslado del producto; puesto que muchas veces las condiciones, tiempos y horarios no son los más adecuados para que el producto llegue en óptimas condiciones. Para garantizar el transporte seguro e higiénico de las frutas, es imperativo que los vehículos utilizados para este fin mantengan temperaturas adecuadas y

estándares de limpieza. Esto garantiza la conservación, calidad y seguridad del producto. Es crucial evitar el transporte conjunto de tomates con artículos no alimentarios o sustancias tóxicas que podrían comprometer su seguridad y calidad. De la misma manera en la entrevista al presidente de la Asociación ASOPROSOL se menciona que uno de los problemas para que suba el costo del producto es el valor del pago del flete ya que no existe un control que regule el cobro del transporte, por ende, en ocasiones existe un abuso en el cobro de este servicio (Caicedo, 2023).

Figura 21

Precio en dólares promedio del flete que pagan los agricultores de tomate riñón a personas particulares que cuentan con camiones de carga (350 a 400 cajas de 20Kg).

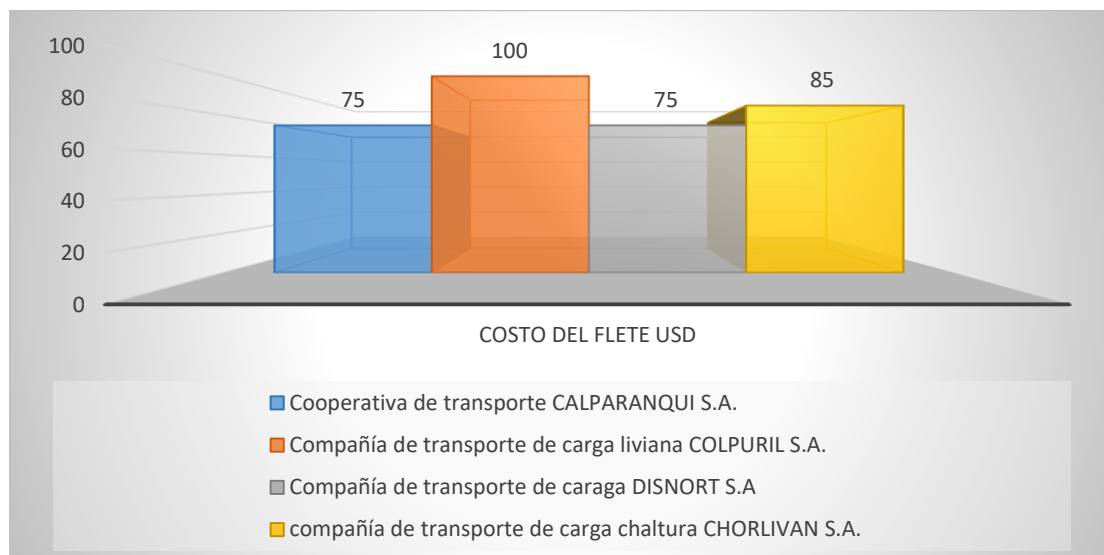


Nota: Encuesta a los productores de tomate riñón de Pimampiro (APAP)

Los datos obtenidos a través de la encuesta determinan que la mayoría de agricultores pagan 100 dólares por flete a la ciudad de Ibarra, lo que demanda del incremento de precio en el producto. El presidente de la ASOPROSOL expresa en su entrevista que el flete a la ciudad de Ibarra con una carga de 400 cajas de tomate de unos 20Kg. es de 100 a 120 dólares, considerando que es un abuso y muchas veces los agricultores están obligados a pagar porque no tienen como más sacar el producto a comercializarlo.

Figura 22

Precio en dólares del flete de Cooperativa o Compañía de transporte de carga 5x2x2 a Ibarra donde comercializa el tomate riñón con capacidad de 350 a 400 cajas de 20Kg.

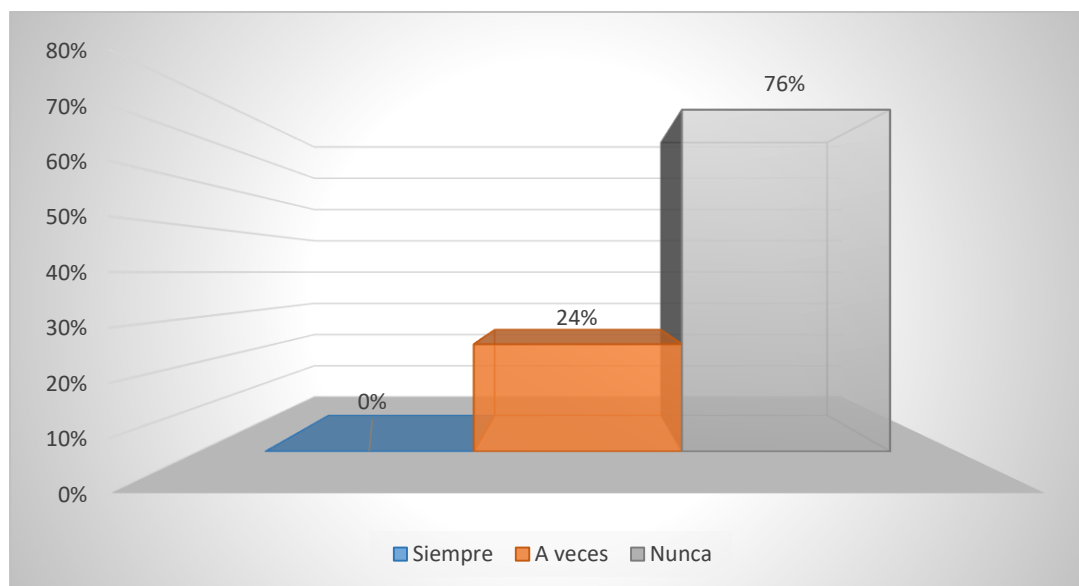


Nota: Datos recogidos vía telefónica a las cooperativas de transporte de Ibarra

Los datos obtenidos en las cooperativas de transporte de carga a la ciudad de Ibarra donde se comercializa el tomate riñón establecen un promedio de 80,00 USD desde Pimampiro; estos datos lo corroboran las 2 cooperativas de transporte consultadas, las otras dos tienen un precio más alto. Es importante mencionar que las cooperativas donde se solicitó la información fueron de la ciudad de Ibarra, que es la ciudad más cercana a Pimampiro y donde existen varias cooperativas de este tipo que brinda el servicio a todo el Ecuador. El presidente de la Asociación ASOPROSOL expresa que las cooperativas de transporte cobran muchos menos el flete que las personas particulares que cuentan con vehículos de carga.

Figura 23

Satisfacción del productor con el precio del producto



Nota: Encuesta a los productores de tomate riñón de Pimampiro (APAP)

Las tres cuartas partes de los productores y tomate riñón de Pimampiro expresa que nunca están satisfecho con el precio que pagan los intermediarios, que son quienes se acercan a las fincas o a los mercados a comprar y ofertan cantidades que no justifica la inversión en el cultivo de la fruta; y la otra tercera parte dice que a veces es satisfactorio, pero siempre es importante que se respete al productor y no por obligación se tenga que vender al precio que ellos disponen. De acuerdo a los datos de la entrevista, El ingeniero Caicedo expresa que el costo de producción de la caja de tomate es de 7,46 USD, y el precio de venta del productor al intermediario es de 9,00 USD, y el precio al que venden los intermediarios es a 11,50, por lo que se observa que el intermediario gana más que el productor. De ahí la necesidad de que existe varias estrategias que ayuden al productor para que pueda distribuir sus productos a los minoristas o directamente al consumidor.

Tabla 9

Costo de producción y precios de venta del agricultor y del intermediario

Costo de producción incluido el flete al mercado mayorista de Ibarra	Venta del productor a los intermediarios en USD	Venta de intermediarios a consumidores en el mercado mayorista USD
7.46	Tomate de primera 9,00 Tomate de segunda 7,80 Tomate de tercera 6,50	Tomate de primera 11,50 Tomate de segunda 9,50 Tomate de tercera 7,50

Fuente: Datos obtenidos a los productores en el mercado mayorista de Ibarra en el mes de mayo

Los datos que responden los agricultores que llegan a vender el tomate al mercado mayorista de Ibarra los días jueves, definitivamente son escuetos y no tienen una claridad en indicar cuando es los costos de producción (costos fijos, variables, entre otros) y ese valor se suma el flete de transporte. Ellos más bien manejan valores números redondos desconocimiento si realmente existe o no la ganancia que mencionan. Existe los datos de Sistema de información pública Agropecuaria [SIPA] (2023) donde se registra los datos de venta del tomate riñón

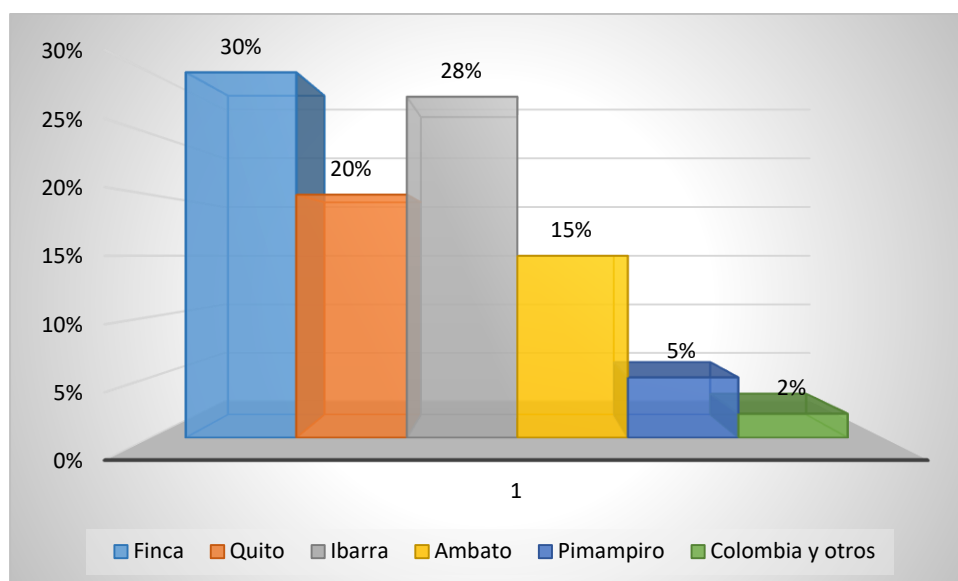
También se cuenta con datos del precio del tomate riñón de los últimos 5 meses en COMERIBARRA mercado mayorista de Ibarra que determina el mismo rango del valor promedio.

Figura 24

Precios del tomate los últimos meses



Fuente: COMERIBARRA (2023) Mercado mayorista.

Figura 25*Principales mercados según encuesta*

Nota: Encuesta a los productores de tomate riñón de Pimampiro (APAP)

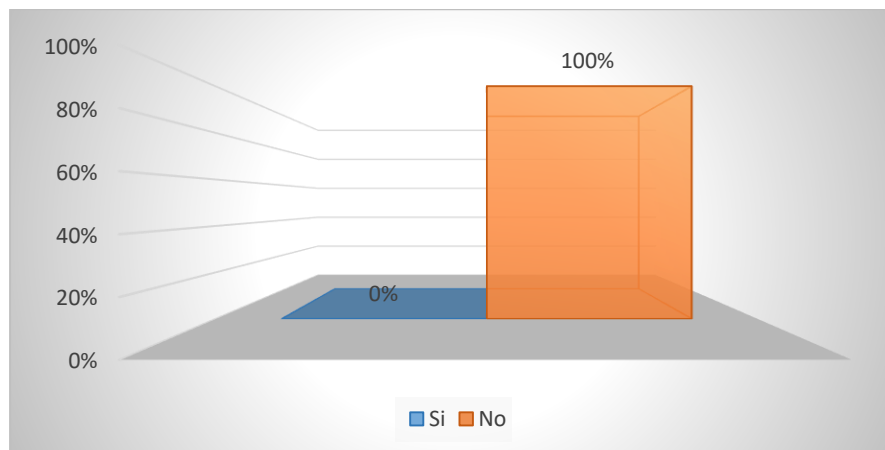
Los productores encuestados expresan que una tercera parte de su producto se entrega en finca, casi otra tercera parte en Ibarra, una quinta parte en Quito pocos en Ambato, Pimampiro, Colombia y otros lugares. Para efectos de la investigación el estudio se centra en la ciudad de Ibarra con los datos del mercado mayorista. Como resultado, muchos productores o intermediarios que compran productos de las fincas trasladan el producto a empresas industrializadoras, a través de fletes transportan el tomate al mercado mayorista de Ibarra COMERCIBARRA (2023), donde otros intermediarios recolectan y venden el producto a otras ciudades del país. Los mercados más atractivos para los comerciantes a nivel nacional luego de Ibarra es Quito - San Roque, Ambato, incluso el producto llega hasta Colombia, ya que estos mercados tienen una alta demanda de productos agrícolas. Estos productos luego se distribuyen desde estos mercados a otros mercados más pequeños en el país, particularmente en la costa ecuatoriana (Varela, 2018, p. 23).

3.1.6 Comercialización del tomate riñón

De acuerdo a los resultados obtenidos en la conversación con el Presidente de ASOPROSOL se determina que los productores de esta Fruta en el sector de Pimampiro no cuentan con canales de comercialización determinados varios de ellos lo que tienen es contactos de intermediarios los cuales informan de la producción vía Whatsapp y hacen el trato de esa manera quizá esta forma sería un medio de redes sociales donde se informa del producto pero sin tener una promoción estructurada, a nivel tradicional no lo aplican publicidad volante, no vallas, ni periódico, ni la radio. En cuanto a canales automatizados utilizando tecnología básica que agiliza el proceso de entrega de productos a sus consumidores finales no se cuenta con alguna información sobre este tema, peor aún utilización de televisión, formas de promoción y publicidad de producto.

Figura 26

Manejo de promoción y publicidad de su producto

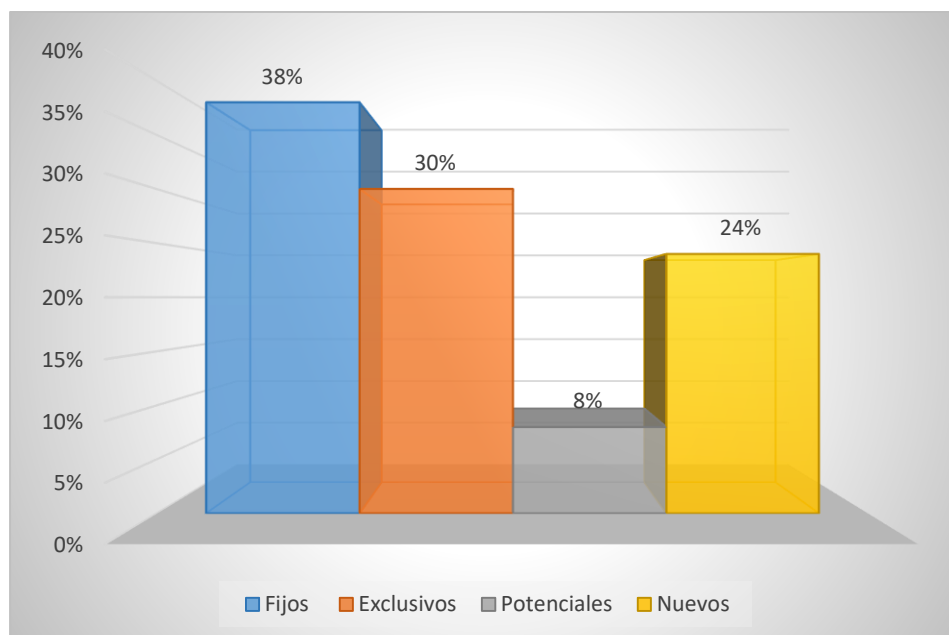


Nota: Encuesta a los productores de tomate riñón de Pimampiro (APAP)

Los encuestados definitivamente no manejan formas o canales de comercialización ni tradicional, ni tecnológica; a lo mucho realizan según el Entrevistado es que informan en el whatsapp la producción que tienen, siendo esta una forma muy inusual que solo es de carácter informativo, no hay una propaganda o promoción debidamente estructurada, atractiva y sostenible.

Figura 27 T

Tipo de clientes con que cuentan según encuesta

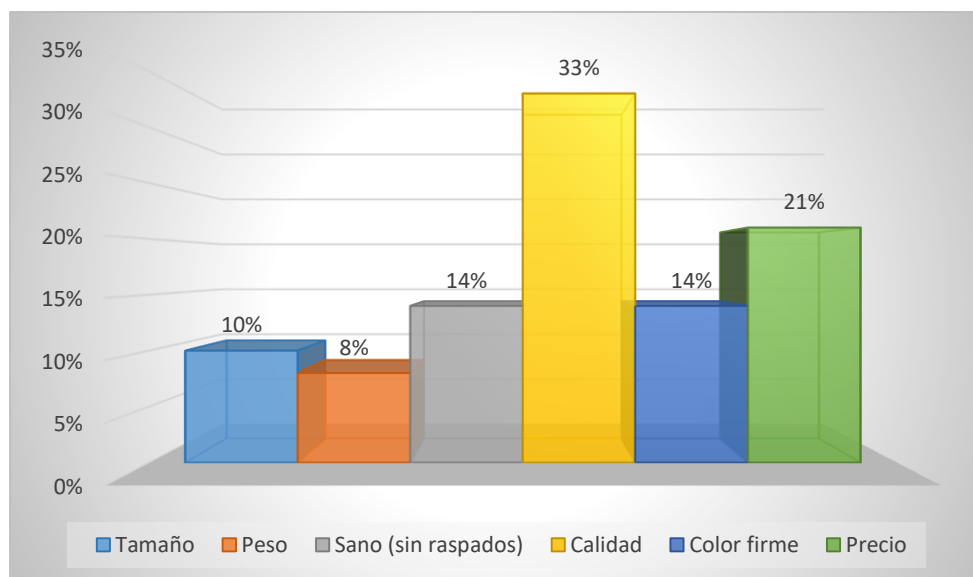


Nota: Encuesta a los productores de tomate riñón de Pimampiro (APAP)

Los resultados demuestran que más de una tercera parte de los clientes que tienen los productores de tomate riñón en Pimampiro son fijos, otra tercera parte son exclusivos porque siempre compran su producto, una cuarta parte tienen clientes nuevos y pocos tienen clientes potenciales que se encuentran haciendo acuerdos. Estos datos permiten determinar que si se venden las cosechas y si los clientes están pendientes del producto, podrán realizar la compra/venta; es necesario mencionar que los agricultores no tienen un sistema o canal de comercialización para promocionar su producto, solo cuentan con clientes fijos que los tienen desde hace mucho tiempo y que de alguna manera existen un nivel de permanencia del negocio y no se abren a nuevas oportunidades que pueden mejorar su margen de ganancia (Sempértegui, 2023).

Figura 28

Exigencias del consumidor en cuento al tomate riñón según encuesta

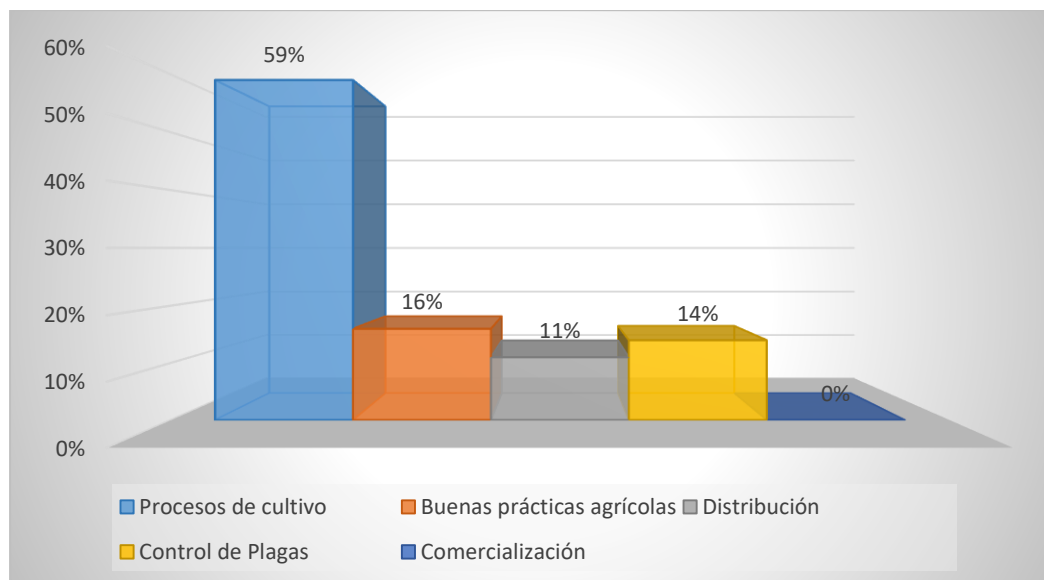


Nota: Encuesta a los productores de tomate riñón de Pimampiro (APAP)

Los resultados determinan que una tercera parte de los de los clientes son exigentes en cuanto a la calidad del producto, cerca de aun cuarta parte les preocupa el precio, otros exigen que el tomate no tenga raspones y magulladuras, el color firme y que el tamaño no sea ni muy grande ni muy pequeño. “Se debe disponer de una planificación de las cosechas en función de, las exigencias del mercado, el tiempo que demora el producto en llegar desde el campo al consumidor y del objetivo de la producción, ya sea semillas, agroindustria o consumo en fresco” ARCFZ (2015). La persona entrevistada de la Asociación ASOPROSOL determina que la exigencia más grande del mercado al menos para empresas como la favorita y otros es que no tenga ningún tipo de afectación de plagas, así mismo, piden el tamaño, color, buen manejo en la selección y transporte para que no existe raspones que dañan la fruta (García, et al., 2018) (Westreicher, 2020).

Figura 29

Capacitación existente en los productores de tomate riñón según encuesta como medio para mejoramiento de la calidad del producto



Nota: Encuesta a los productores de tomate riñón de Pimampiro (APAP)

Para tener un producto de excelente calidad se requiere tener conocimiento y estar preparado en temas de este tipo de cultivos, es así que más de la mitad de los productores de tomate expresa que están preparados, conocen y tienen experiencia en proceso de cultivo, pocos dicen conocer de buenas prácticas agrícolas porque en sus fincas las ponen en práctica; muy pocos determinan tener conocimientos contables y el otros pocos cuentan con asesoramiento técnico de control de plagas. Estos datos permiten observar que los productores deben ser capacitados urgentemente en cadenas de valor, buenas prácticas agrícolas, base legales y formas de comercialización. De acuerdo a las Buenas Prácticas Agrícolas es necesario capacitar a los productores no solo en el campo del tomate riñón sino en todos tipo de producto y la capacitación está centrada en la producción entre los temas que se propone son: gestión del suelo, establecimiento del cultivo, fertilización, labores culturales, cosecha, postcosecha y transporte, protección del ambiente, seguridad higiene y protección personal (Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura, 2017). La persona entrevistada de la

Asociación ASOPROSOL (2023) expresa que los productores no tienen los suficientes conocimientos en varias áreas de la producción, por lo que es necesario una capacitación permanente. Como parte de la calidad que requiere un producto agrícola es la preparación del cultivo, buen manejo de los pesticidas y fertilizantes, reparación de estructuras, adecuados procesos en las cosechas y postcosechas, contar con buenos canales de distribución y comercialización (Banco Mundial, 2022). “El personal que participa en la producción, cosecha, postcosecha, transporte, debe cumplir con las medidas de higiene y salud establecidas por la UPA. Además, cumplir con en el Código de Trabajo vigente respecto a salud, higiene y seguridad laboral” ARCFZ (2015), p. 34.

3.2 Análisis de la cadena de valor y aspectos críticos en distribución y comercialización del tomate riñón como principal producto agrícola en la Parroquia Urbana Pimampiro provincia de Imbabura, con la utilización de indicadores de calidad y sostenibilidad.

3.2.1 Cadena de valor en la producción de tomate riñón

De acuerdo a la investigación se observa que los agricultores desconocen cadenas de valor para la distribución y comercialización del tomate riñón; de acuerdo a todos los aspectos mencionados a través de las encuestas, conversación con el Ingeniero Caicedo, documentos como el PDOT, informe de producción del GADMP y otros documentos técnicos sobre el tema se puede establecer que:

- Pimampiro no cuenta con una cadena de valor definida
- Los agricultores se despreocupan de ciertos aspectos importantes como las Buenas Prácticas Agrícolas y Manejo Integral de Plagas, dando mayor importancia tratamiento al terrero, calidad en los insumos y materiales, preocupación por la siembra, personal para mano de obra.
- La logística externa no es la más adecuada porque no funciona el centro de acopio, debido al deterioro de la infraestructura, por lo que es importante tomar en cuenta la

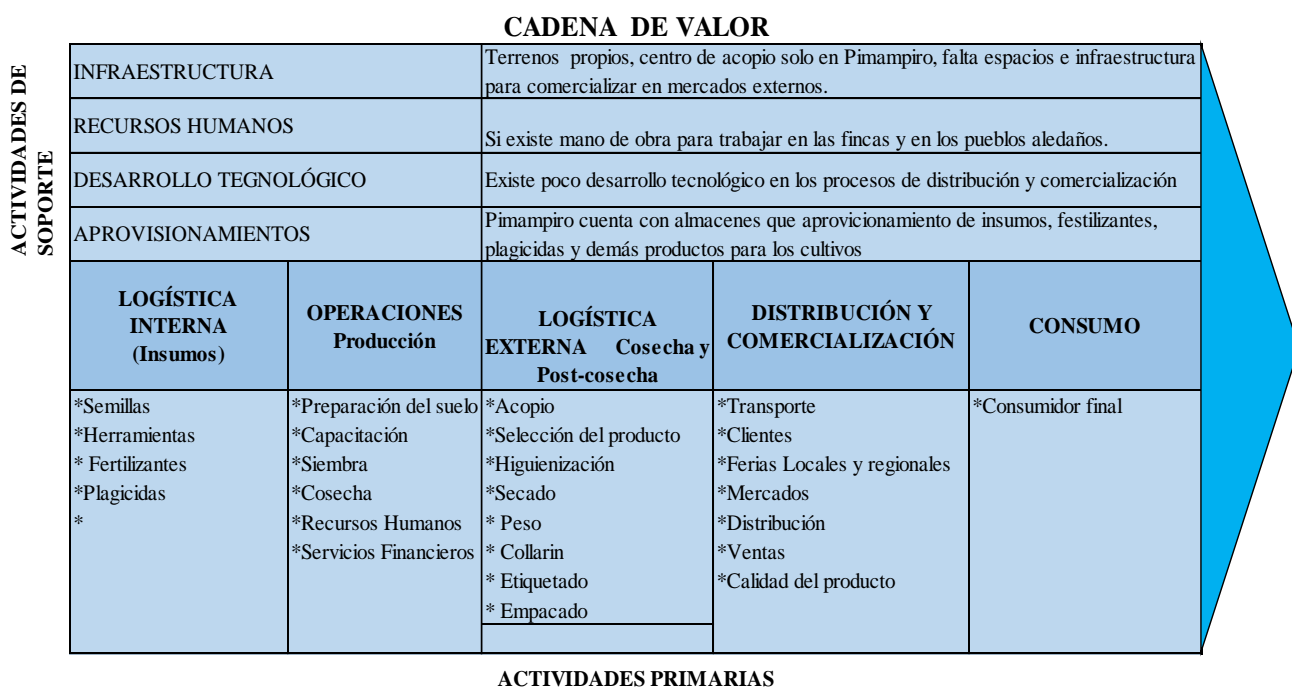
importancia del lugar de acopio y el proceso que se debería realizar ahí como seleccionar el producto, pesarlo, empacarlo, etiquetarlo, etc. Aunque la mayoría lo hacen en sus propias fincas.

- De igual forma en la distribución y comercialización si se identifica en el estudio algunos aspectos importantes como el transporte, mercado, clientes, ventas, precios entre otros, y estos procesos permitirán llegar con un producto de calidad.

Para la restructuración de la cadena de valor para ser aplicada en Pimampiro se cuenta con el modelo de Porter, especificando las actividades primarias, las actividades de soporte y el margen. De acuerdo a los resultados obtenidos en la revisión bibliográfica e investigación de campo tanto en las encuestas a los productores de tomate riñón y entrevista al presidente de la Asociación ASOPROSOL, se presenta la siguiente cadena de valor.

Figura 30

Cadena de valor propuesta para la producción de tomate riñón en Pimampiro



Nota: La figura contiene la cadena de valor con las actividaes primarias y actividades de soporte y margen

- **Descripción del eslabón de distribución y comercialización**

De acuerdo a la investigación se describe el eslabón de distribución y comercialización en función de la cadena de valor.

Tabla 10

Descripción del eslabón de distribución y comercialización

Transporte	Propio Flete con cooperativas Flete privado
Clientes	Fijos Exclusivos Potenciales Nuevos
Ferias locales	Pimampiro un día a la semana
Mercado	Pimampiro Quito Ibarra Ambato Colombia
Distribución	Indirecta larga Indirecta corta Canal directo
Venta	Precio Plaza
Calidad del producto	Tamaño Color Peso Valores biológicos y químicos adecuados

3.2.2 Principales aspectos críticos

- **Buenas prácticas agrícolas para distribuir y comercializar un producto de calidad**

En la figura 30 del presente estudio se establece que apenas el 11% de las fincas productoras de tomate riñón involucrados en la investigación se han capacitado sobre cadenas de valor;, el 14% de ellos cuenta con asesoramiento técnico especializado para el control de

plagas, y un 16% se ha preparado en Buenas Prácticas Agrícolas determinadas por las políticas de la Economía Popular y Solidaria y el 59% se ha preparado y capacitado en procesos de cultivo; por lo que se deduce que no hay un plan de manejo integral de plagas, ni un fundamento técnico al momento de utilizar fertilizantes, así como se observa que los productores poco saben si el rendimiento económico es favorables o no.

- **Transporte**

En la figura 23 de la encuesta a los agricultores de tomate riñón de Pimampiro se establece que el 16% de ellos tienen un vehículo propio para el transporte del producto, el 20% logra llevar en cooperativa de transporte de carga y el 64% paga flete a vehículos de carga particulares.

De acuerdo a la figura 24, y 25 se establece los costos de flete que pagan los agricultores de Pimampiro es:

Tabla 11

Precio del flete particular que pagan los agricultores a la ciudad de Ibarra

Descripción del vehículo	Capacidad	Forma de empaque	Peso en kg.	Valor del flete particular
Camión 5 x 2 x 2	350 a 400	Caja	20Kg.	100,00

Elaboración propia

Los agricultores pagan 100,00 USD por el flete de 350 a 400 cajas de 20 kg. En un camión de 5 de largo por 2 de ancho y 2 de alto.

Tabla 12

Precio del flete en Cooperativas de Transporte de carga que cobran al llevar el tomate riñón a la ciudad de Ibarra

Descripción del vehículo	Capacidad	Forma de empaque	Peso en kg.	Valor del flete
Camión 5 x 2 x 2	350 a 400	Caja	20Kg.	75,00

Elaboración propia

El precio que informa una cooperativa de transportes de la ciudad de Ibarra cobra 75,00 USD por la misma carga mencionada en el cuadro anterior, de 350 a 400 cajas de 20Kg. Con un camión de 5 de fondo, 2 de ancho y 2 de alto.

Existe una diferencia de 25,00 en flete que se ahorrarían los productores de tomate riñón al llevar la carga en Cooperativas de Transporte. Este ahorro es importante al momento de proyectar la producción en forma anual, dato tomado de la tabla 8 del Histórico de producción en Pimampiro en tomate riñón.

Tabla 13

Ahorro por flete, por caja y beneficio anual para los agricultores

Producción proyectada al 2023 en toneladas	Producción proyectada al 2023 en kg.	Número cajas de 20 kg.	Número de fletes de 400 cajas de 20kg	Ahorro por flete	Ahorro por caja	Ahorro en el año	Valor representativo en % de ahorro
9.336	9'336.000	466,800	1167	25,00 USD	0,0625 cvt.	29.175	0,8% x caja

Elaboración propia

El ahorro por flete es de 25,00 USD que dividido para las 400 cajas, da un ahorro por caja de 0,0625 cvt. Y el ahorro al año en los 1167 fletes utilizados será de 29.175 USD.

- **Los intermediarios en la distribución y comercialización**

El 75% de la distribución es indirecta larga, es decir a intermediarios mayoristas y el 25% es indirecto corto que son los intermediarios minoristas, esto eleva el costo del producto al consumidor y los intermediarios son las personas más beneficiadas en la comercialización del tomate. Por esta razón en la figura 26 de esta investigación los productores en un 76% no se sienten insatisfechos con el precio del producto. Es importante entonces determinar el porcentaje de ganancia del productor y del intermediario. Para efectos de la investigación y

considerando la variación de precios del tomate de día a día o de semana a semana, se toma en cuenta únicamente los precios en el mes de mayo del 2023 (León, 2021).

Tabla 14

Costos de producción y precio de venta promedio del tomate riñón en el mes de mayo del 2023.

Clase	Costo de producción USD Caja 20 Kg	Precio de venta productor USD/caja 20 Kg
Primera		9,00
Segunda	7,46	7,50
Tercera		6,50

Fuente: Presidente del ASOPROSOL

Los productores expresan que el precio de producción ya colocado en Ibarra es de 7,46, ésta a su vez ellos venden la caja de tomate de primera a 9,00 de segunda a 7,50 y de tercera a 6,50; cabe resaltar que en el tomate de tercera hay una pérdida de 0,96 centavos en caja.

Tabla 15

Precio de venta del tomate riñón en Ibarra

Venta de tomate (intermediario) mercado mayorista Ibarra						
PRODUCTO	EMPAcado	PESO EN kg	VALOR MARZO	VALOR ABRIL	VALOR MAYO	
Tomate Riñón Invernadero	Primera	Caja	20	12,50	11,00	12,60
	Segunda	Caja	20	12,00	11,00	12,50
	Tercera	Caja	20	10,00	9,50	11,00

Fuente: https://www.facebook.com/photo/?fbid=878521293220765&set=pb.100031887086830.-2207520000.&locale=es_LA

El tomate riñón tiene costos muy variables de mes a mes, de semana a semana, y hasta de día a día, en la tabla se presenta el valor de los 3 últimos meses (marzo, abril y mayo del 2023), y el producto es clasificado en tomate riñón de primera, segunda y tercera, donde se puede apreciar meses que tiene tendencia a subir y así misma tendencia a la baja, por lo que presentamos un promedio del valor al mes. Para efectos de la investigación y desarrollo de

cálculos de costos, precios de venta, porcentajes de ganancia y otros se selecciona el costo del último de mes (mayo del 2023) en el mercado.

Tabla 16

Precios promedio del tomate riñón al mes de mayo del 2023

Para determinar el porcentaje de rentabilidad del agricultor y la ganancia que tiene los intermediarios se toma como referencia los precios de venta en la ciudad de Ibarra (Sistema de información pública Agropecuaria [SIPA], 2023).

Clase	Costo de producción USD Caja 20 Kg	Precio de venta productor USD/caja 20 Kg		Precio de venta Intermediario Ibarra	
		USD	%	USD	%
Primera	7,46	9,00	20,64%	11,50	27,77%
Segunda		7,80	4,55%	9,50	21,79%
Tercera		6,50	-12,86%	7,50	15,38%

Elaboración propia

El costo de producción para el agricultor es de 7,46 USD, y el precio de producción es de: 9,00 el tomate de primera, 7,80 de segunda y 6,50 de tercera. Y el precio al que vende el intermediario a los comerciales minoristas o consumidores es de 11,50 el de primera, 9,50 de segunda y 7,50 de tercera. Se puede observar que los productores en el tomate que más pierden es en el de tercera y los intermediarios en el tomate que más ganan es en el de segunda.

Tabla 17

Costo de producción y precios de venta del productor e intermediario en el mercado mayorista

Producción anual en toneladas	Producción mensual en toneladas	Producción en kg	Tomate de 1ra, 2da y 3ra		Tomate de 1ra, 2da y 3ra caja 20kg.	Costo de producción	Precio de venta productor	Precio de venta mercado mayorista	Total costo de producción	Venta del productor	Venta del mayorista (intermediarios)					
			Kg,	%												
9.336	778	778.000	1ra	645.740	83%	32.287,0	7,46	9,00	11,50	290.583,0	371.300,5					
			2da	108.920	14%							5.446,0	7,80	9,50	42.478,8	51.737,0
			3ra	23.340	3%							1.167,0	6,50	7,50	7.585,5	8.752,5
Totales						38.900			290.194	340.647,3	431.790,0					

Elaboración propia

Se toma de referencia la producción mensual en toneladas únicamente del tomate riñón en Pimampiro, la producción en kilogramos al mes es de 778.000kg. y en cajas de 20Kg, representan 38.900 cajas, donde la fruta de primera es 83%, segunda 14% y tercera 3%; de acuerdo a los productores el mes de mayo el tomate tuvo un costo de producción entre gastos fijos, variables, transporte y otros un valor de 7,46, y el precio en el que vende el productor es de primera a 9,00USD, de segunda 7,80 USD y de tercera a 6,50 USD cabe señalar que en el de tomate de tercera a una ligera pérdida; y el intermediario mayorista que compro el producto lo vende, el de primera en 11,50USD, el de segunda 9,50USD y de tercera en 7,50USD, dando un valor total de 340.647,3 para el productor y 431.790,0 para el intermediario mayorista.

Tabla 18

Porcentaje de ganancias del productor de tomate riñón en Pimampiro

Personas	Total costo de producción	Total de precio de producción	Ganancia de en USD	%
Productor	290.194	340.647,3	50.453,3	17,38%

Elaboración propia

De acuerdo al precio de venta del productor donde el valor total de la producción es de 290.194 y el valor total del precio de venta al intermediario mayorista es de 340.647,3USD el valor total de ganancia es de 50.453,3 que representa 17,38%.

Tabla 19

Porcentaje de ganancias del intermediario de tomate riñón

Personas	Total de venta del productor al intermediario	Total de venta del intermediario en el mayorista	Ganancia de en USD	%
Intermediario	340.647,3	431.790,0	91.142,7	26,75%

Elaboración propia

De acuerdo a los precios tanto de la compra a los productores y la venta en el mercado mayorista se observa en el intermediario una ganancia 91.142,7 que representa el 26,75%. De los resultados en porcentajes obtenidos en el caso del productor que es de 17,38% y del intermediario mayorista del 26,75%, se identifica que más ganancia tiene el intermediario que el productor con una diferencia de 9.37 puntos; por lo que muchos de los productores se sienten indignados que los intermediarios sin realizar mayor esfuerzo tengan una mayor ganancia que ellos (Arango, 2022).

Una forma de disminuir la brecha del porcentaje de ganancias del productor e intermediario mayorista es realizar un mercadeo en las principales empresas, restaurantes, supermercados y negocios del sector buscando directamente compradores a través de un vendedor que se acerque a estos negocios y realice la venta directa del producto dejando el mismo, en el lugar de la empresa; para ello la investigadora obtuvo la información de los consumidores representativos en el mismo mercado mayorista de Ibarra y también vía telefónica realizando un sondeo de la necesidad del producto y a menor costo que en el mercado mayorista de Ibarra que es donde ellos generalmente compran .

Promedio de cajas que requiere un restaurante grande: 15 cajas semanales al mes 60 cajas, se ha tomado con consideración: 10 restaurantes de Ibarra, 10 de Otavalo, 5 de Atuntaqui y 5 de Cotacachi y 1 de San Antonio y una de San Pablo que se encuentran interesados en la propuesta.

Tabla 20

Cálculo de cajas de tomate que requieren los negocios (restaurantes, supermercados, fruterías y empresa industrializadora.

Tipo de negocios	Ciudades	Número de negocios en las principales ciudades	Promedio de cajas que utiliza en los negocios	Número de cajas promedio que utilizan por semana	Total de cajas de tomate al mes
Restaurantes	Ibarra	10	10	100	400
	Otavalo	8	10	80	320
	Cotacachi	5	8	40	160
	Atuntaqui	5	8	40	160
Supermercados	Ibarra	5	50	250	1000
	Otavalo	3	50	150	600
	Cotacachi	2	30	60	240
	Atuntaqui	1	30	30	120
Fruterías y de negocios de verduras	Ibarra	25	3	75	300
	Otavalo	21	3	63	252
	Cotacachi	13	2	26	104
	Atuntaqui	11	2	82	88
Empresa industrializadora (salsa de tomate)	Otavalo	1	250	250	250
TOTAL					3.994

Elaboración propia

De acuerdo al número promedio de cajas que utilizan en los restaurantes y supermercados por semana se hace el cálculo al mes, obteniendo un total de cajas de 3.994 que van a ser distribuidas directamente en los negocios. El costo del flete interno para las entregas del tomate en los negocios es de 52 USD, contratados en la misma empresa de transporte.

Tabla 21

Cálculo del costo del tomate riñón en la entrega en los negocios

Costo de producción	Costo de movilización a negocios	Costo de un empleado por mercado 1000,00	Costo total de producción incluido mercadeo y transporte por caja	Cajas de tomate riñón a entregarse en los negocios	Total costo de producción por el número de cajas a entregar en los negocios	Precio de venta en los negocios	Totales de venta a los negocios	Ganancia para el agricultor
7,46	0,13	0,25	7,84	3994	31.312,96	10,50	41.937	10.624,04

Elaboración propia

Al costo de producción se suman 0,13 USD por caja por el costo de movilización del producto a los negocios y 0,25 USD por el pago de 1000 USD incluido beneficios de ley, a la persona que realiza el mercadeo; que suman un costo de producción de 7,84 USD, y se vende a los negocios a 10,50 USD colocados en el lugar del negocio, que representa una ganancia de 10.624,04 USD.

Tabla 22

Cálculo del % del incremento de ganancia para los productores

Personas	Total costo de producción	Venta a los intermediarios	Ganancia en USD en la venta en mayorista	% de ganancia de venta en mayorista	Ganancia en venta en los negocios gracias al mercadeo	% de ganancia de venta en los negocios	Total de ganancias	Porcentaje de ganancia a total
Productor	290.194	340.647,3	50.453,3	17,38%	10.624,04	3,66	61.077,34	21,04%

Elaboración propia

En la presente tabla se realiza la sumatoria del 17,38% de ganancia en la venta de la producción en el mayorista y el 3,66% de ganancia de la venta en los negocios que dan un total de beneficio al productor del 21,04%. Lo que representan con esta propuesta un incremento del 3,66% de rentabilidad para el productor, disminuyendo la brecha de ganancia entre los productores e intermediarios.

Tabla 23

Cálculo del ahorro que el consumidor final de los negocios tiene comprando directamente al productor.

Compradores en el mayorista	Costo del tomate riñón de primera en el Mayorista	Costo del tomate riñón de primera a los productores	Ahorro por caja para el consumidor	% de ahorro por caja	Número de cajas que requieren los negocios	Ahorro para los negocios
-----------------------------	---	---	------------------------------------	----------------------	--	--------------------------

	(mes de mayo)	(mes de mayo)				
Restaurantes, supermercados, fruterías y empresa industrializadora de salsa de tomate	11,50	10,50	1,00	8,69%	3.994	3.994

Elaboración propia

También es importante realizar el análisis de ahorro que tiene el consumidor de los negocios (restaurantes, supermercados, fruterías, lugares donde venden verduras y empresa industrializadora) los propietarios de negocios compran en el mayorista a 11,50USD la caja, a ello se suma el tiempo de ir hacer la compra y el transporte de la carrera sea en taxi o camioneta. El precio del tomate riñón para los negocios es de 10,50USD, lo que determina un ahorro de 1,00USD por caja para el consumidor de los negocios, que representa el 8,69%.

Con este análisis se establece que a más de que se disminuye la brecha de ganancia que hay entre el productor e intermediario hay un beneficio para el consumidor que es el ahorro de un dólar por caja en la compra, considerando además que se ahorra el tiempo en hacer las compras y el pago de la carrera desde el mayorista hasta el lugar donde tiene el negocio.

- **Asociatividad**

De acuerdo a la figura 17 del presente estudio, se encuentra como uno de los problemas que tienen la producción de tomate riñón la asociatividad, considerando que es una necesidad urgente que se reúnan los productores de este tipo de cultivo y que juntos tomen acciones para mejorar los sistemas de producción, distribución y comercialización del producto. De los 63 productores encuestados el 85% expresa que no pertenece a ningún gremio de productores de tomate riñón y el 15% que expresa si serlo es porque son parte de la Asociación de Productores agrícolas de Pimampiro a nivel general. De acuerdo a Serrano y Puentes, (2021) la asociatividad es un fenómeno social y cultural que permite la convergencia de fuerzas dispersas hacia un objetivo común. Esto es crucial en el ámbito del desarrollo territorial,

permitiendo la consolidación de procesos que se extienden más allá de las fronteras políticas. Además, la asociatividad es un conjunto de tácticas que emplean las empresas para lograr un objetivo común utilizando los esfuerzos, voluntades y recursos de todos los miembros. Según Fernández y Narváez (2011), la asociatividad empresarial actúa como un mecanismo de apoyo donde múltiples organizaciones se unen para mejorar la calidad de vida o la imagen de la organización. (Andrada, 2021)

Capítulo IV

Propuesta

4.1 Planteamiento de Estrategias

4.1.1 Matriz FODA

Después de analizar los datos y considerar los factores examinados, se compila una lista de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Esto permitió determinar el estado actual del proceso de producción de tomate riñón e identificar áreas de alta importancia. Estos factores internos y externo se obtuvieron gracias a las encuestas realizadas a los agricultores de tomate riñón de Pimampiro y las conversaciones que se tuvo con el Ing. Caicedo Presidente de la Asociación ASOPROSOL.

Tabla

24 Matriz FODA

(F)	FORTALEZAS	(D)	DEBILIDADES
F1	Terrenos propios	D1	Escasa asistencia técnica en control de plagas
F2	Presencia de mano de obra	D2	Capacitación insuficiente en Buenas Prácticas Agrícolas
F3	Conocimiento del cultivo	D3	No hay un sistema de transporte controlado para el transporte del producto
F4	El tomate es uno de los principales productos que se cultivan en Pimampiro	D4	Alta presencia de intermediarios mayoristas y minoristas
F5	Feria de productores en el sector (Pimampiro)	D5	Inexistencia de un gremio que agrupe a los productores de tomate riñón en el sector.
		D6	Dificultades para el pago mensual de los créditos en las entidades financieras

		D7 No está debidamente estructurada una cadena de valor para la producción de tomate riñón.	
(O)	OPORTUNIDADES	(A)	AMENAZAS
O1	Aumento de la demanda del tomate riñón para empresas de industrialización	A1	El nivel de ganancia de los intermediarios desmotiva a los agricultores
O2	Apertura de comercialización en ferias de productores en Quito Ibarra y Ambato.	A2	Falta de apoyo técnico para Buenas prácticas Agrícolas y Manejo Integral de plagas
O3	Presencia de entidades financieras en el sector	A3	Devuelta del producto por falta de calidad
O4	Presencia del MAG y Asociaciones Agrícolas en el sector	A4	Incrementos de producción de tomate a nivel nacional.

Nota: La matriz FODA contiene factores internos (fortaleza de debilidades y externos)

4.1.2 Estrategias

El abordaje de la cadena de valor del tomate riñón se fundamenta en la identificación de coyunturas cruciales en el eslabón primario de la distribución y comercialización. La Estrategia se encuentran enfocadas atacar las debilidades en la cadena de valor relacionadas con los puntos críticos encontrados.

Tabla 25 *Matriz de estrategias FODA*

Estrategia ofensiva FO	Estrategia de Refuerzo DO
F1, F2, F4/ O1 Aprovechar que los terrenos son propios, existe presencia de mano de obra y que los insumos y materiales necesarios si existen en el sector, para cubrir el aumento de la demanda del tomate riñón.	D1, D2/O4 La escasa asistencia técnica en control de plagas e insuficiente capacitación en Buenas Prácticas Agrícola se superará gracias a la presencia y ayuda del MAG y Asociaciones Agrícolas en el sector.
F3, F5/ O2 El conocimiento y la experiencia en ese tipo de cultivo y la presencia de la Feria de productores en el sector, facilita que	D4,D5/O2 La alta presencia de intermediarios mayoristas y minoristas y la poca asociatividad, se reducirán con la

se aproveche esos conocimientos para comercializar el producto en los principales mercados del país en Quito Ibarra y Ambato

apertura para la asociatividad empresarial como parte del crecimiento económico en el sector agrícola.

Estrategia de confortación FA

F4/A2 Existen empresas que distribuyen insumos y materiales en el sector, mismas que pueden dar apoyo técnico para Buenas prácticas Agrícolas y Manejo Integral de plagas

Estrategia defensiva DA

D3/A3 Es importante tener un buen sistema de transporte controlado para el trasladar el producto, para que llegue en buenas condiciones y con alta calidad.

D4/A1 Se reduciría el alto nivel de intermediarios y se equilibraría el porcentaje denuncias entre el productor e intermediario realizando un sistema de mercadeo en las principales ciudades de Imbabura, que ayudará para que los productores entreguen el tomate directamente a los negocios.

Nota. La tabla determina el desarrollo de estrategias de trabajo considerando el cruce de la matriz FODA. Fuente: Matriz FODA de la investigación. Elaboración: propia

4.2 Desarrollo de estrategias

4.2.1 Estrategia N° 1 Conformación de la asociación de productores de tomate riñón de Pimampiro

Objetivo: Conformar la Asociación de Productores de tomate riñón de Pimampiro que organice el sistema administrativo y económico del gremio

Táctica	Acciones	Verificador	Responsable	Recursos
Socializar la estrategia como necesidad para disminuir el alto nivel de intermediarios, la presión que ejerce en los productores a la hora de la compra/venta y el alto nivel de ganancia que ello tienen sin realizar mayor esfuerzo.	Organizar una reunión de productores de tomate de riñón.	Convocatoria de los de	Autor del proyecto	Recursos Humanos
	Socializar las facilidades y beneficios de la asociatividad.	Diapositivas con los beneficios	Autor del proyecto	Recursos Financieros
	Solicitar información a MAG y otras entidades para elaborar el proyecto.	Revisión bibliográfica sobre el proceso de conformar una asociación dentro del campo agrícola	Autor del proyecto	Base legal del MAG
Elaborar el proyecto, la reglamento y el acta constitutiva de la Asociación de Productores de toare riñón en el cantón Pimampiro.	Buscar asesoramiento administrativo, legal y técnico para elaborar el proyecto.	Documentos elaborados, firmados y aprobados	Presidente a Doc.	
	Nombrar una comisión para elaborar el proyecto.	Comisión conformada	Secretario a Doc	
	Elaborar el acta constitutiva con la Directiva.	Acta constitutiva elaborada y aprobada	Abogado Presidente de la asociación	Socios
	Elaborar a través de una comisión el reglamento de la Asociación.	Reglamento interno elaborado	Abogado Presidente de la asociación	

			Socios
	Aprobar en Sesión General todos los documentos, comisiones y demás.	Documentos aprobados a nivel de sesión General de Directivos y socios.	Abogado Presidente de la asociación
	Realizar los trámites respectivos para la aprobación.	Presentar de forma legal en las instancias respectiva para su debida aprobación.	Abogado Presidente de la asociación
Aplicar el reglamento aprobado por las instancias necesarias para inicial el trabajo con la asociación.	Sesiones permanentes hasta dejar finiquitado el proceso de formación de la asociación. Elaboración del Plan anual de trabajo.	Convocatorias POA de la institución	Presidente de la asociación Directiva Socios Presidente de la asociación Directiva Secretario
	Coordinación con las entidades que manejan el sistema agrícola en Pimampiro y la Provincia.	Oficios Convocatoria a reuniones	Presidente de la asociación Directiva Secretario
	Organizar proyectos de estabilidad financiera y crecimiento económico del sector.	Proyectos elaborados y aprobados	Presidente de la asociación Directiva Secretario
Organización de un sistema de control de venta para	Elaboración del proyecto, para adjuntarlo en el Reglamento interno	Proyecto elaborado	Presidente de la asociación Directiva Secretario

estabilizar precios y limitar el accionar del alto nivel de intermediarios.	Realizar reuniones con los comerciantes mayoristas y minoristas del COMERIBARRA.	Convocatorias y actas de las reuniones.	Presidente de la asociación Directiva Secretario
	Llegar a consensos y acuerdos donde exista dos ganadores.	Informe de la sesión donde se ha llegado a consensos y acuerdos.	Presidente de la asociación Directiva Secretario

RESULTADOS ESPERADOS: La aplicación de la estrategia, **CONFORMACIÓN DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE TOMATE RIÑÓN DE PIMAMPIRO** se espera organizar al gremio en aspectos administrativos, técnicos y financieros y disminuir en un 5% el alto nivel de intermediarios, para el crecimiento económico del sector productivo.

Elaboración propia

4.2.2. Estrategia N° 2 Capacitación en Cadenas de valor, Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) y manejo integral de plagas (MIP)

Objetivo: Capacitar a los propietarios de las fincas productoras de tomate riñón en Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) y Manejo Integral de Plagas (MIP)

Táctica	Acciones	Verificador	Responsable	Recursos
Ejecutar un programa de capacitación dirigido a los agricultores de la cadena de valor en BPA y MIP para mejorar la calidad del producto.	Organización de una sesión con todos los productores de tomate riñón del cantón Pimampiro. Concientizar de los problemas de la falta de conocimiento en cadenas de valor, BPA y MIP en la producción de tomate riñón. Motivación y aceptación de los productores para que participen en el programa de capacitación.	Convocatoria Registro de participantes	Autor del proyecto Autor del proyecto	Recursos Humanos Recursos Financieros Intangibles: conocimientos y experiencias Módulos Convenios
Coordinación con el MAG, Agrocalidad para la elaboración de los programas de capacitación	Reunión con los directivos del MAG y presidentes de las Asociaciones. Firma del convenio de capacitación con las asociaciones. Elaboración del programa de capacitación.	Convocatoria Convenio marco	Autor del proyecto MAG Asociaciones el sector	
		Planificación de del programa		

Ejecución del curso de capacitación.	Registro de fichas de los participantes. Desarrollo de la capacitación con los temas determinados de cadenas de valor, BPA y MIP.	Fichas de los participantes Registro de asistencia Módulos de cadenas de valor, BPA y MIP	Autor del proyecto MAG Asociaciones del sector Registro de asistencia
Evaluación del curso.	Sesiones para socializar avances, conclusión y resultados de la ejecución de la estrategia. Firma de convenios para asesorías técnicas en finca.	Convocatoria MAG Presidentes de asociaciones Participantes Convenio firmado	

RESULTADOS ESPERADOS: Con la aplicación de la presente estrategia “CAPACITACIÓN EN BUENAS PRÁCTICAS AGRÍCOLAS (BPA) Y MANEJO INTEGRAL DE PLAGAS (MIP)”, se espera mejorar la calidad del producto en un 8%, gracias a un adecuado proceso técnico para el uso de pesticidas, plaguicidas y fertilizantes.

4.2.3 Estrategia N° 3 Convenio de cooperación entre la asociación de productores de tomate riñón y cooperativa de transporte carga.

Objetivo: Estabilizar los costos de los fletes para transportar el producto a través de la forma de un convenio con una Cooperativa de transporte pesado de Imbabura.

Táctica	Acciones	Verificador	Responsable	Recursos
Socializar la estrategia como necesidad para disminuir la explotación de transportistas privados de carga pesada en los fletes para transportar el producto.	Organizar una reunión de los miembros de la asociación de tomate riñón del cantón Pimampiro. Socializar las facilidades y beneficios de un convenio de cooperación con una asociación de transportistas de carga pesada.	Convocatoria Diapositivas con los beneficios	Autor del proyecto Autor del proyecto	Recursos Humanos Recursos Financieros Recursos Administrativos Contrato
Elaborar un proyecto de cooperación para presentarlo a las asociaciones de transportistas de carga pesada en Imbabura.	Formar una comisión técnica de entre los miembros de la Asociación. Proponer a las cooperativas de transporte un convenio de cooperación con los siguientes aspectos: <ul style="list-style-type: none"> Tarifas adecuadas para el transporte del producto a las diferentes ciudades del país. Cumplir con las normas 	Comisión técnica conformada Proyecto elaborado	Presidente de la asociación de productores de tomate riñón Presidente de la asociación de productores de tomate riñón	

	técnicas de transportación para que el producto llegue en excelente calidad.		
Realización de acuerdos entre cooperativas de transporte pesado y la asociación de productores de tomate riñón.	Reuniones permanentes entre directivos de las cooperativas de transporte pesado y directivos de la asociación.	Convocatoria	Presidente de la asociación de productores de tomate riñón y presidente de cooperativas de transporte pesado
	Búsqueda de consensos para generar ganancias para las dos partes	Resoluciones acordadas	Presidente de la Asociación
	Firma de acuerdos logrados para ponerlos en ejecución.	Firma de convenios	Presidente de la asociación de productores de tomate riñón
Socialización de acuerdos y logros alcanzados con las financieras del sector.	Reunión de asamblea general para socializar los logros, consensos y beneficios para los productores en el sistema de créditos.	Convocatoria	Presidente de la asociación de productores de tomate riñón

RESULTADOS ESPERADOS: La aplicación de la estrategia CONVENIO DE COOPERACIÓN ENTRE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE TOMATE RIÑÓN Y COOPERATIVA DE TRASNSPORTE PESADO, se espera estabilizar los costos de los fletes para transportar el producto a las principales ciudades del país donde se comercializa el tomate riñón, y con ello mejorar en un 3% la rentabilidad.

4.2.4 Estrategia N° 4 Implementación de un sistema de mercadeo en la provincia de Imbabura

Objetivo: Implementar un sistema de mercadeo que garantice la venta del producto directamente a los consumidores a nivel de empresas industrializadoras del producto, comisariatos, supermercados, centros comerciales, restaurantes y demás negocios que requiera del producto en cantidades representativas.

Táctica	Acciones	Verificador	Responsable	Recursos
Presentar la necesidad a la Junta Directiva para realizar un proceso de mercadeo que posibilite identificar las empresas, supermercados, restaurantes y negocio que requieren el producto en cantidades representativas.	Organizar una reunión de los miembros de la asociación de tomate riñón del cantón Pimampiro. Socializar los beneficios de realizar un mercadeo dentro de la provincia de Imbabura que permita identificar las necesidades del producto en las empresas, supermercados, restaurantes y negocios.	Convocatoria Diapositivas con los beneficios	Presidente de la asociación Directiva Presidente de la asociación Directiva Socio	Recursos Humanos Recursos Financieros Recursos Administrativos Contrato
	Aprobación de la Junta general para implementar la estrategia.	Acta de aprobación	Presidente de la asociación Directiva Socio	
Contratar el pago de un vendedor para recorrer las principales	Realizar el proceso de contratación de la persona idónea para el trabajo, misma que debe tener transporte para su	Contrato del vendedor para mercadeo	Presidente de la asociación Secretaria	

ciudades de la provincia	de la movilización, conocer del producto y el proceso de producción, distribución y comercialización.	Listado de pedidos	de Vendedor Contratado
	El vendedor hará llegar a la asociación diariamente las empresas que requieran el producto, cantidades, formas de pago y demás condiciones de las entregas.		
	Seguimiento y control al trabajo del vendedor mediante cumplimiento de metas.	Informes de seguimiento y control	de Comisión especial
Entrega del producto directamente del agricultor al consumir (las empresas, supermercados, restaurantes y negocio)	Elaborar un sistema de venta por socios para equilibrar el proceso del negocio para que todos puedan ser parte activa de la venta.	Cronograma de ventas de acuerdo al número de socios	Cronograma elaborado y aprobado
	Solicitar los vehículos de la Cooperativas donde se realizó el convenio de cooperación y a los costos establecidos en el convenio marco.	Guía de traslado de producto	de Transportista, secretaria y cargadores

Trasladar el Documentos Secretaria.
producto a los de entrega y
lugares donde se facturas
realizó la
transacción con el
vendedor el
producto.

RESULTADOS ESPERADOS: La aplicación de la estrategia, **IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE MERCADEO EN LA PROVINCIA DE IMBABURA** se espera estabilizar los costos de los fletes para transportar el producto a las principales ciudades del país donde se comercializa el tomate riñón, y con ello mejorar en un 3% la rentabilidad.

Elaboración propia

CONCLUSIONES

- 4) La situación actual de la cadena de valor para el sistema de distribución y comercialización de productos agrícolas en el Cantón Pimampiro de la provincia de Imbabura, se observa en los análisis estadísticos donde uno de los principales productos y que tiene mayor demanda es el tomate riñón de invernadero, en la variedad Pietro, con una producción anual de 9.336,10 Tm/año. Los agricultores muy poco conocen de cadenas de valor y de su funcionalidad para el crecimiento económico, aunque a nivel de cantón en el PDOT 2014-2027 existe una cadena de valor estructurada en el área agrícola, pero no exclusivamente para el tomate riñón, lamentablemente no es socializada y aplicada en las fincas; a esto se suma problemas graves en la producción como es fitosanitario, la comercialización y asociatividad.
- En la distribución y comercialización para la cadena de valor, es importante mencionar la validez de la información recolectada, donde del análisis estadístico se extrae cuatro aspectos críticos, el primero es la inexistencia de un gremio que agrupe solo a los agricultores dedicados a cultivar tomate riñón para poder hacer frente a la problemática de este tipo de cultivo; el segundo aspecto crítico es la poca capacitación al agricultor en Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), Manejo Integral de Plagas (MIP), cadenas de valor y aspectos básicos de comercialización como promoción y venta, el tercer aspecto crítico es el transporte, donde solo el 16% de los agricultores tiene un vehículo de carga para salir con el producto, el resto paga flete particulares, lo que representa un gasto que perjudica el crecimiento económico del agricultor, el cuarto aspecto crítico es el alto nivel de intermediarios, donde el productor apenas tiene una ganancia del 17,38% después de construir los invernaderos, sembrar, cuidar el cultivo de las plagas, fertilizarles, cosechar, distribuir y esperar el tiempo que requiere este cultivo, los

intermediarios en unas horas tienen una ganancia del 26,75%, lo que decepciona y desmotiva al agricultor.

- Como alternativas de solución a la problemática gracias a la matriz FODA y su cruce estratégico, se plantea 4 estrategias que ayudará a superar los aspectos críticos detectados. Las estrategias propuestas son: 1) Conformación de la Asociación de Productores de Tomate Riñón de Pimampiro, 2) capacitación en Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), manejo integral de plagas (MIP), cadena de valor y comercialización; 3) convenio de cooperación entre la asociación de productores de tomate riñón y cooperativa de transporte de carga que permita pagar un precio justo por los fletes y 4) la implementación de un sistema de mercadeo en la provincia de Imbabura que permita al productor vender el producto directamente al consumidos de negocios como restaurantes, supermercados y otros.

RECOMENDACIONES

- Se debe diseñar una cadena de valor real de acuerdo a las opiniones, necesidades y posibilidades estrictamente de este cultivo, con el apoyo de autoridades de AGROCALIDAD, MAG y otras instituciones que deseen ser parte del proceso, en esta reunión conjunta se puede tratar los temas importantes que ayudarán a mejorar la cadena de valor del tomate riñón.
- Es necesario superar los aspectos críticos encontrados en la investigación a través de: crear la Asociación de Productores de Tomate Riñón de Pimampiro con los 63 agricultores de tomate riñón de Pimampiro participantes en la investigación. Diseñar un programa de capacitación para los agricultores, con el apoyo del MAG y AGROCALIDAD en temas de Buenas Prácticas Agrícolas y Manejo Integral de Plagas, cadenas de valor y aspectos importantes de comercialización. Ejecutar un estudio para elaborar un convenio de cooperación entre la Asociación de Productores de Tomate Riñón y una Cooperativa de Transporte de carga, con un valor fijo y justo en los fletes a la ciudad de Ibarra. Implementar un sistema de mercadeo de puerta a puerta y aplicar las tecnologías de la información y comunicación mejorando la ganancia de los agricultores.
- Es importante socializar a los agricultores las 4 estrategias debidamente planificadas como son: Conformación de la Asociación de Productores de Tomate Riñón de Pimampiro, Capacitación en Cadenas de valor, Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) y manejo integral de plagas (MIP) y temas de comercialización; convenio de cooperación entre la asociación de productores de tomate riñón y cooperativa de transporte carga; e implementación de un sistema de mercadeo en la provincia de Imbabura que garanticen mejorar las condiciones económicas del productor de tomate riñón y crecimiento económico de Pimampiro.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARCFZ. (26 de Mayo de 2015). *Buenas Prácticas Agrícolas para tomate riñón*. Obtenido de <https://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2022/02/Gui%CC%81a-de-BPA-para-tomate-de-rin%CC%83o%CC%81n.pdf>
- ARCFZ. (2021). *Boletín informativo, producción orgánica 2020-2021*. Quito: Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario. Obtenido de <https://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2022/01/produccio%CC%81n-orga%CC%81nica-2020-2021.pdf>
- AGROCALIDAD. (2017). *Buenas Prácticas Agrícolas - BPA*. Quito: Agencia Ecuatoriana de aseguramiento de la calidad del agro. Obtenido de <https://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2020/05/material1.pdf>
- Álvarez, M., Núñez, M., & Wendlandt, T. (2017). *Caraterización de la cadena de valor del tomate rojo fresco*. Obtenido de <http://www.theibfr2.com/RePEc/ibf/rnego/rgn-v5n3-2017/RGN-V5N3-2017-4.pdf>
- Andrada, A. M. (23 de Febrero de 2021). *Tipos de canales de distribución*. Obtenido de <https://unade.edu.mx/tipos-canales-de-distribucion/>
- Arango, J. (6 de Diciembre de 2022). *Suben las tasas de interés: ¿cómo nos afecta?* Obtenido de <https://www.ambitojuridico.com/noticias/columnista-impreso/suben-las-tasas-de-interes-como-nos-afecta#:~:text=Al%20subir%20los%20tipos%20de,ante%20una%20ca%C3%ADda%20de%20ventas.>
- Aroca et al. (2022). Cadenas de Valor Agrícola, revisión y análisis bibliométrico. *Revista Dialnet*, Vol. 28(Núm. 4), 79-95. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8703833>
- Asamblea Nacional. (2008). *Constitución*. Quito: Registro Oficial. Obtenido de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Asamblea Nacional. (28 de Abril de 2011). *Ley de Economía Popular y Solidaria*. Obtenido de <https://www.vicepresidencia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/Ley-Orga%CC%81nica-de-Economi%CC%81a-Popular-y-Solidaria.pdf>
- Asamblea Nacional. (2011). *Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria*. Quito: Registro Oficial. Obtenido de <https://www.vicepresidencia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/Ley-Orga%CC%81nica-de-Economi%CC%81a-Popular-y-Solidaria.pdf>
- AME. (2016). *En Pimampiro construyen mercado de transferencia de productos agrícolas*. Pimampiro: AME. Obtenido de <https://ame.gob.ec/2016/11/23/en-pimampiro-construyen-mercado-de-transferencia-de-productos-agricolas/>
- Avalos, J., Cepeda, P., Costales, R., & Slusarczyk, M. (Febrero de 2022). Las Cadenas de Valor con enfoque de Economía Popular y Solidaria y su contribución al desarrollo económico rural. Caso Cadena de la Papa en Riobamba. Ecuador. *Revista Polo del Conocimiento*, Vol. 7(Núm. 2). Obtenido de <file:///C:/Users/Martha/Downloads/Dialnet-LasCadenasDeValorConEnfoqueDeEconomiaPopularYSolid-8354952.pdf>

- BCE. (18 de Marzo de 2022). *La inversión en el sector agrícola representa una apuesta para el futuro*. Obtenido de https://fca.uta.edu.ec/v4.0/images/OBSERVATORIO/diagnosticos/Diagnostico_N22.pdf
- Banco Mundial. (1 de Abril de 2022). *Agricultura y alimentos*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/topic/agriculture/overview>
- Barriando, P. (2015). La Cadena de valor del cacao en Perú y su oportunidad en el mercado mundial. *Vol. 18*(Núm. 37). Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-63462015000100006
- Blanco-Capia, L. (1 de Marzo de 2021). La cadena de valor de hortalizas: consideraciones para el desarrollo local a partir del productor. *Selva Andina Biophere., Vol. 9*(Núm. 1). Obtenido de <http://portal.amelica.org/ameli/journal/71/712395007/html/>
- Bojórquez, A., Lendechy, A., & Flores, A. (2020). Precios justos y tendencias de venta de productos agropecuarios mexicanos a intermediarios. *Cuadernos de desarrollo rural, Vol. 3*(Núm. 17). doi:Doi: <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cdr17.pjtv>
- Buba, A. (2020). *Importancia de la agricultura en el desarrollo socio-económico*. FLACSO. Obtenido de <https://observatorio.unr.edu.ar/wp-content/uploads/2020/08/Importancia-de-la-agricultura-en-el-desarrollo-socio-econ%C3%B3mico.pdf>
- Cacoango, M. (2018). *Estudio de adaptación y rendimiento de 10 variedades de tomate riñón bajo invernadero, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo*. Riobamba: Universidad Superior Politécnica de Chimborazo. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/234583016.pdf>
- Caicedo, S. (3 de Junio de 2023). Entrevista sobre la producción y comercialización de los principales productos agrícolas del sector.
- Campero, E. (27 de Abril de 2015). Las cadenas productivas como fuente de oportunidades para emprendedores en el medio rural. *Innovación y emprendimiento, Vol. 11*(Núm. 18), 75-85. doi:<https://doi.org/10.16925/in.v11i18.993>
- Casado-Lucero, A. (2016). *Diagnóstico de la cadena de valor del cultivo de cítricos*. San Martín - Perú: Gobierno Regional San Martín. Obtenido de <https://docplayer.es/27510671-Diagnostico-de-la-cadena-de-valor-del-cultivo-de-citricos.html>
- CEPAL. (2017). *Guía del Manejo Integrado de Plagas (MIP) para técnicos y productores*. México: CEPAL. Obtenido de https://www.jica.go.jp/Resource/project/panama/0603268/materials/pdf/04_manual/manual_04.pdf
- CEPAL. (2021). *Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025 de Ecuador*. Obtenido de <https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/planes/plan-de-creacion-de-oportunidades-2021-2025-de-ecuador>
- COMERCIBARRA. (2023). *Mercado Mayorista de Ibarra, Precios*. Obtenido de https://www.facebook.com/Comercibarra/?locale=es_LA
- CFN. (Diciembre de 2021). *Ficha sectorial, cultivo granos y semillas*. Obtenido de <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/biblioteca/2021/fichas-sectoriales-4-trimestre/Ficha-Sectorial-Cultivo-de-granos-y-semillas-oleaginosas.pdf>
- Cortes, L. (2021). *Aplicación móvil enfocada en la comercialización directa sin intermediarios de productos agrícolas entre el consumidor y el agricultor para el sector agropecuario*

- del municipio del Espinal*. Ibagué-Colombia: Universidad Nacional Abierta. Obtenido de <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/40139/Lcortes.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Crowley, E. (2018). *El desarrollo de las cadenas de valor agrícola: ¿amenaza u oportunidad para el empleo femenino?* Obtenido de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/documents/publication/wcms_176253.pdf
- Cubero, A., y Villalobos, G. (2018). El uso de plataformas virtuales y su impacto en el proceso de aprendizaje en las asignaturas de las carreras de Criminología y Ciencias Policiales, de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica. *Revista Scielo*, Vol. 22(Núm. 1), 20-39. Obtenido de https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S1409-42582018000100020&script=sci_abstract&tlng=es
- Dirección Regional de Agricultura San Martín. (2016). *Promover el Desarrollo Agrario Integral y sostenible de la Región*. Obtenido de https://www.google.com/search?q=Direcci%C3%B3n+Regional+de+Agricultura+San+Mart%C3%ADn+%5BDASM%5D%2C+2016%29.&rlz=1C1ONGR_esEC1034EC1034&sxsrf=AB5stBj7bdPGxpR9qs3r7B2ScGDX7Jra4g%3A1688456491448&ei=K82jZJT-GouQwbkP8f28gAY&ved=0ahUKEwjUv5DLxvT_AhULSDABHfE-D
- Duque, J., González, S., Mónica, G., & Guallichicomín, T. (2015). *Levantamiento de Cartografía Temática escala 1:25.000, Lote 1*. Pimampiro: MAGAP-PRAT,. Obtenido de http://metadatos.sigtierras.gob.ec/pdf/Memoria_tecnica_Coberturas_PIMAMPIRO_20160622.pdf
- Durán, G., & Alcívar, J. (2 de Agosto de 2020). La cadena de valor en el proceso agrícola de Maracuyá. Vol. 11(Núm. 2), 108-118. Obtenido de <file:///C:/Users/Martha/Downloads/Dialnet-LaCadenaDeValorEnElProcesoAgricolaDeMaracuya-8226647.pdf>
- EPS. (2022). *La Economía Popular y Solidaria: Una apuesta por el equilibrio entre cuidado del planeta y la salud pública*. Obtenido de <https://www.economiasolidaria.gob.ec/ieps-13-anos-de-trabajo-por-la-consolidacion-de-la-eps-en-el-ecuador/>
- FAO. (2022). *Ecuador en una mirada*. Obtenido de <https://www.fao.org/ecuador/fao-en-ecuador/ecuador-en-una-mirada/es/>
- FAO Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2023). *El sector Agrícola y el crecimiento económico*. FAO. Obtenido de <https://www.fao.org/3/y5673s/y5673s05.htm>
- Fornaris, G. (2016). *Conjunto Tecnológico para la producción de tomate. Cosecha y Postcosecha*. Obtenido de <https://www.upr.edu/eea/wp-content/uploads/sites/17/2016/04/12.-CALABAZA-COSECHA-Y-MANEJO-DESPUES-DE-LA-COSECHA.pdf>
- García, S., Ramírez, C., Viera, J., Valdivieso, E., & Vivas, L. (2018). La agricultura por un desarrollo a través del uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. *Revista Dilemas Contemporáneos*., Art. 35. Obtenido de <https://dilemascontemporaneoseduccionpoliticaayvalores.com/index.php/dilemas/artic le/view/794/1199>

- Gaudin, Y., & Padilla, R. (2020). Los intermediarios en cadenas de valor agropecuarias. *Revista Comisión Económica para América Latina y el Caribe*. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/45796-intermediarios-cadenas-valor-agropecuarias-un-analisis-la-apropiacion-generacion>
- Gobierno Autónomo Descentralizado de San Pedro de Pimampiro. (2023). *Informe productivo 2023*. Pimampiro: Municipio de Pimampiro.
- GIP. (2020). *Agenda productiva de la Provincia de Imbabura*. Ibarra: Prefectura de Imbabura. Obtenido de <https://www.imbabura.gob.ec/phocadownloadpap/agenda-productiva/estrategias-fortalecimiento-cadenas-valor-priorizadas/cadena-frutales/7-cadena-de-valor-frutales.pdf>
- GPI. (2019). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Ibarra: Prefectura de Imbabura. Obtenido de file:///C:/Users/Martha/Downloads/PDOT%20PIMAMPIRO.pdf
- GPI. (2021). *Diagnóstico y Propuestas de Estrategias Sostenibles para mejorar las Unidades Productivas Agropecuarias Familiares Campesinas de Imbabura*. Ibarra: GPI. Obtenido de <https://www.imbabura.gob.ec/phocadownloadpap/agenda-productiva/diagnostico-y-propuestas-afc/diagnostico-y-propuestas-de-estrategias-sostenibles-agricultura-familiar-campesina-afc.pdf>
- González, A. (2017). *El modelo agrícola y los lineamientos de la política económica y social en Cuba*. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=VKelDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT13&dq=Gonz%C3%A1lez+\(2018\)+industria+agr%C3%ADcola&ots=5HtI1_SnQJ&sig=g3hljXF586dofLrE4T79F9g2P5c#v=onepage&q=Gonz%C3%A1lez%20\(2018\)%20industria%20agr%C3%ADcola&f=false](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=VKelDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT13&dq=Gonz%C3%A1lez+(2018)+industria+agr%C3%ADcola&ots=5HtI1_SnQJ&sig=g3hljXF586dofLrE4T79F9g2P5c#v=onepage&q=Gonz%C3%A1lez%20(2018)%20industria%20agr%C3%ADcola&f=false)
- Grapsas, T. (22 de Noviembre de 2017). *¿Qué es Plaza en la mezcla de mercadotecnia y por qué es tan importante?* Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/plaza-en-el-marketing/>
- Guevara, M., Arciniegas, M., & Guerrero, V. (2017). Alternativas de desarrollo comunitario y ferias solidarias en Imbabura. *Revista Publicando*, 545-569. Obtenido de <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/citationstylelanguage/get/apa?submissionId=596&publicationId=430>
- Hernández-Samperi, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación. Las rutas cuantitativas, cualitativas y mixtas*. Obtenido de <https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612>
- INEC. (2020). *Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC)*. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Quito. Obtenido de <https://anda.inec.gob.ec/anda/index.php/catalog/912>
- INEC, E. (2016). *Vocación por actividad económica*. Quito: INEC. Obtenido de http://www.inteligenciaproductiva.gob.ec/imagenes/vocaciones_productivas_ecuador/vocaciones_pdf/pdf_por_provincia/vocaciones_productivas_imbabura.pdf
- INEC. (2010). *Censo de Población y vivienda*. Quito: INEC. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>
- Junta de Andalucía. (Febrero de 2019). *Cadena de valor*. Obtenido de <https://www.andaluciaemprende.es/wp-content/uploads/2019/02/CADENA-DE-VALOR.pdf>

- León, L. (2021). *Transporte de productos alimenticios en el área rural de América Central y Panamá*. Obtenido de <https://www.fao.org/3/y5711s/y5711s05.htm>
- Liendo, M., & Martínez, A. (2016). *Environment and Innovation strategies to Promote Growth and Sustainability*. Obtenido de https://www.google.com.ec/books/edition/Environment_and_Innovation/gYs4EAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=Liendo+y+Mart%C3%ADnez,+2013+competitividad&pg=PT124&printsec=frontcover
- Ministerio de agricultura y desarrollo rural [MADR]. (2019). *Cadena del cítricos, Indicadores e instrumentos*. Bogotá - Colombia: Ministerio de agricultura y desarrollo rural. Obtenido de <https://sioc.minagricultura.gov.co/Citricos/Documentos/2019-06-30%20Cifras%20Sectoriales.pdf>
- MAG. (2020). *Producción agrícola*. Ibarra: MAGAP.
- Morales, M. (2020). *Canales de distribución de la cadena de valor de productos agropecuarios y agroindustriales y el sector de hoteles y restaurantes de la provincia de Guanacaste Tu-MoDeLo*. Costa Rica: Ministerio de Agricultura y Ganadería. Obtenido de <https://fundecooperacion.org/wp-content/uploads/2020/10/Canales-de-distribucion-Tu-MoDeLo-Guanacaste.pdf>
- Narváez, M. F., Gutiérrez, C., Revillas, J., & Pérez, C. (2009). Asociatividad empresarial: un modelo para el fortalecimiento de la Pyme. *Vol. 9(Núm. 2)*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/904/90411687007.pdf>
- ONU Para la Alimentación y la Agricultura (FAO). (2020). “*Análisis de la Cadena de Valor de Hortalizas con énfasis en Seguridad Alimentaria y Nutricional*”. FAO. Obtenido de <https://www.fao.org/3/at022s/at022s.pdf>
- ONU Para la alimentación y la agricultura. (2017). *Manual de Buenas Prácticas Agrícolas*. Chile: FAO. Obtenido de <https://www.fao.org/3/as171s/as171s.pdf>
- Peña, Y. N., & Díaz, F. (2008). Cadenas de valor: un enfoque para las agrocadenas. *Revista Equidad y Desarrollo*, 77-85. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/957/95700906.pdf>
- Perea, C., & al., e. (Noviembre de 2022). *Impactos en la cadena de valor del cacao en Ecuador como consecuencia del Reglamento (UE) No. 488/2014*. Obtenido de <https://cgspace.cgiar.org/handle/10568/125722>
- Pimampiro, G. A. (s.f.). *Pimampiro*. Municipio de Pimampiro.
- Ponce-Cevallos, J. (2016). *La política agropecuaria ecuatoriana: hacia el desarrollo rural sostenido 2015-2025* (Vol. Vol. I parte). Quito: Ministerior de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.
- Porter, M. (1985). *La ventaja competitiva*. New York: Free Press. Obtenido de http://fcaenlinea1.unam.mx/anexos/1423/1423_u3_act3.pdf
- Quishpe, F. (2021). *Aplicación de tres dosis de biol con fertirriego en cultivo de tomate (Solanum lycopersicum) en el cantón Quito provincia de Pichincha*. La Maná: Universidad Técnica de Cotopaxi. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/7690/1/UTC-PIM-000346.pdf>
- Schenkel, M., & Pérez, E. (Diciembre de 2018). *Un abordaje teórico de la investigación cualitativa como enfoque metodológico*. Obtenido de <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/91764>

- Sempértegui, B. (12 de Enero de 2023). *Los desafíos económicos de Ecuador en 2023*. Obtenido de <https://conexion.puce.edu.ec/los-desafios-economicos-de-ecuador-en-2023/>
- Serrano, A., & Puentes, G. (09 de Julio de 2021). *Análisis de la experiencia de asociatividad de los productores de caducifolios*. Obtenido de <https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/desarrollogerencial/article/view/4928/5397>
- SIPA]. (Mayo de 2023). *Módulo de consulta de precios MAG*. Obtenido de http://sinagap.mag.gob.ec/sina/PaginasCGSIN/Rep_Pre_Prod_X_MercCGSIN.aspx
- SIISE. (2017). *Datos PImampiro*. Sistema de Gestión Participativa para el Desarrollo Local de Pimampiro. Obtenido de <http://www.congope.gob.ec/wp-content/uploads/2017/04/03FP05-1005-a.pdf>
- Sumba, R., & Toala, A. (Junio de 2022). Canales de comercialización en las ventas de la asociación 11 de Octubre. *Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*, Vol. 6(Núm. 1), 98-108. Obtenido de <https://recimundo.com/index.php/es/article/view/1629>
- Varela, A. (2018). *Estudio de la producción y comercialización del tomate riñón (Lycopersicum Esculentum) en el cantón Pimampiro, de la provincia de Imbabura*. Ibarra: Universidad Técnica del Norte. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/8810/1/03%20AGN%20046%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf>
- Viteri, M., & Tapia, M. (2018). Economía ecuatoriana: de la producción agrícola al servicio. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n32/18393230.html>
- Westreicher, G. (1 de Abril de 2020). *Producción agrícola*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/produccion-agricola.html>
- Zendesk. (1 de Mayo de 2023). *4 canales de distribución de un servicio*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/estrategias-de-canales-de-distribucion-cuales-son-y-como-elegir/#:~:text=En%20el%20canal%20indirecto%20largo,hace%20cada%20vez%20m%C3%A1s%20larga.>
- Zendesk. (2023). *Mercadeo y ventas*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/mercadeo-y-ventas/>
- Zhangallimbay, D., & Ordoñez, M. (2022). *Eficiencia en la producción agrícola: Un análisis del Efecto de la construcción de Carreteras en Zonas Productivas del Ecuador*. Obtenido de <https://estudioeconomicos.bce.fin.ec/index.php/RevistaCE/citationstylelanguage/get/chicago-author-date?submissionId=395>

ANEXOS

Anexo 1

Encuesta a productores de tomate riñón

MAESTRÍA EN GESTIÓN DE AGROEMPRESAS Y AGRONEGOCIOS ENCUESTA PARA PRODUCTORES AGRÍCOLAS DE PIMAMPIRO

TÍTULO

MEJORAMIENTO DE LA CADENA DE VALOR EN EL SISTEMA
AGROPRODUCTIVO DE LA PARROQUIA URBANA PIMAMPIRO, PROVINCIA DE
IMBABURA, COMO INICIATIVA PARA CONTRIBUIR AL CRECIMIENTO
ECONÓMICO DEL SECTOR

Instrucciones

- Lea detenidamente la encuesta
- Responda con honestidad
- La encuesta es anónima

CUESTIONARIO

1.- ¿Usted es nativo de Pimampiro?

Si ()

No ()

Si no es nativo de Pimampiro. ¿De dónde es usted? _____

2.- ¿Cuántos años trabaja en la producción agrícola?

1 a 4 ()

5 a 9 ()

10 a 14 ()

15 años o más ()

3.- Usted es:

Propietario ()

Administrador ()

Empleado ()

4.- ¿Qué productos produce y comercializa?

5.- El sistema de producción del tomate riñón se lo hace más en:

Invernadero ()
 Campo Abierto ()

6.- ¿Cuál es la variedad de tomate riñón que más se cultiva en el sector?

Charleston ()
 Pietro ()
 Fortuna ()
 Titán ()
 Lumi ()
 Gladiado ()

7.- ¿Recibe capacitación sobre formas de mejorar la distribución y comercialización?

Si ()
 No ()
 En parte ()
 En qué temas:.....

8.- ¿Cuáles son los mayores problemas en la distribución y comercialización de tomate riñón?

9.- ¿Pertenece alguna asociación de productores de tomate riñón?

Si ()
 No ()
 En parte ()

10.- ¿Cuál es la forma de distribución que más utilizan para la distribución del producto?

Canal indirecto largo (Productos, distribuidos, intermediario mayorista, intermediario minorista y consumidor final ()
 Canal indirecto corto (Productor, minorista, consumidor final) ()
 Otros ()

11.- ¿La venta la realizan en:

Venta en finca ()
 Venta en supermercados ()
 Venta local a minoristas ()
 Venta a intermediarios Mayoristas ()

12.- ¿Cómo traslada el producto a la feria en la ciudad de Ibarra?

Vehículo propio ()
 Transporte en cooperativa ()
 Flete particular ()

13.- ¿Cuál es el promedio del costo por flete que paga por un camión de 5 x 2 x 2, que lleva 400 cajas de 20Kg?

14.- ¿Se encuentra satisfecho con el precio que se vende su producción semana a semana?

Si ()

No ()

Anexo 2

Informe de entrevista realizada al Sr. Santiago Caicedo presidente de la Asociación ASOPROSOL y presidente de la Junta Pisque Chamachán.

Entrevistado: Sr. Santiago Caicedo

Entrevistador: Danny Margoth Gómez Ponce

Cuestionario	Respuestas
<p>¿Cómo funciona la organización de la Asociación con relación a la producción del tomate riñón?</p>	<p>La asociación se relaciona con los productores del sector donde la mayoría son propietarios de los terrenos y van muchos años produciendo tomate riñón, por lo que busca las fincas que mejor producción de tomate tienen y que dan las garantías necesarias para contar con un buen producto, este es sacado en transporte de flete a las empresas que han solicitado, en este caso es para la empresa “La Favorita”; Gran Aki, y otras empresas dedicadas a la industrialización y comercialización del producto.</p>
<p>¿Cuáles son los mayores problemas que tiene la producción de tomate riñón?</p>	<p>En el caso del tomate riñón los problemas son varios, primero que las fincas no tienen Buenas Prácticas Agrícolas que se debe cumplir de acuerdo a las políticas de Economía Popular y Solidaria, Se utiliza demasiados</p>

fertilizantes y plaguicidas lo que disminuye la calidad del producto, no existe transporte debidamente organizado para trasladar el producto, por lo que se pagan fletes privados y a cooperativas de camiones del sector, lo que sube el costo del producto, el irrespeto de los intermediarios para con los productores ya que son las personas que más aventajados salen al momento de la comercialización del producto, el comprador exige tamaño y peso adecuado, producto sano sin raspones y gusano, color rojo firme, y que sea de alta calidad. Los productores desconocen aspectos básicos de contabilidad, márketing y otros por lo que muchas veces no saben si en sus cosechas perdieron o ganaron.

El aspecto financiero es un peligro también para el sector, porque si existe bancos y gran cantidad de cooperativa que dan créditos a los agricultores, pero al no poder pagar mensualmente las cuotas se convierte en una crisis que muchas veces no pueden salir, hay que reconocer que el único banco que da créditos para pagos trimestrales o semestrales, o para cuando finalice la producción agrícola es BANECUADOR. A esta problemática se suma la presencia de usureros que acaban con economía de las familias.

En el sector de los mercados en las diferentes ciudades ¿se cuenta con el espacio e infraestructura adecuada para comercializar el producto?

Definitivamente no, en ninguna de las ciudades donde se comercializa el producto como Ibarra, Ambato y otras ciudades no hay infraestructura y espacio físico necesario para que los camiones con el producto sean tomate riñón u otro se encuentren parqueados para esperar a los compradores, donde se ubican generalmente son espacios pequeños, inseguros debido a la delincuencia, obstaculizan el tráfico; por ello prefieren muchas veces vender el producto más barato en la misma finca.

<p>Con relación al precio de venta del producto, ¿Hay satisfacción en el productor?</p>	<p>Definitivamente no, el precio varía de acuerdo a la oferta y demanda, pero por lo general el productor, aunque sé que con el 70% de la venta, de ello muchas veces gana apenas el 10 a 15% en el mejor de los casos, lo que no justifica muchas veces la inversión; los intermediarios mayoristas que quedan con un 30% de donde no tienen mayor gasto para vender al consumidos.</p>
<p>¿Ustedes como Asociación se han preocupado por capacitar a los productores?</p>	<p>Definitivamente existe capacitación principalmente de personeros de Economía Popular y Solidaria, el GAD cantonal y parroquial, así mismo las Asociaciones se encargan de capacitar generalmente en temas de producción y buenas prácticas agrícolas, no que no se hace muy seguido es prepararlos en temas financieros. Lo que preocupa con este aspecto es que una buena parte de los productores son mayores a 40 años, por lo que se les hace difícil cambiar su forma de ser y los conocimientos que tienen desde hace décadas.</p>
<p>¿Cuenta con un sistema financiero que apoye la producción?</p>	<p>Pimampiro tienen un amplio sistema financiero que trabaja en el sector, principalmente Cooperativas de Ahorro y Crédito que ofertar a los productores los créditos que ellos necesitan, por ende si hay ayuda en con un sistema crediticio, pero al menos el 70% de los productores no solo de tomate, sino de otros productos tiene problemas en cancelar los créditos mensualmente, porque su producción (cosechas) no es cada mes, hay productos de ciclo corto que se cosechan a los 3 meses, a los seis meses o de ciclo largo dependiendo del producto. Y las financieras no ofertan créditos para pagar a trimestral o semestralmente; el único que oferta este servicio es Ban Ecuador. Otro problema de los agricultores es la presencia de chulquero que acaban con la economía de los productores.</p>

¿De acuerdo a su conocimiento de la producción en las fincas existe un promedio del producto que sale de primera, segunda y tercera?

Generalmente existe un promedio de 83% de tomate de primera, un 14% de segunda y un 3% tomate de tercera.

Nota: Entrevista al presidente de ASOPROSOL

Anexo 3

Permiso para el ingreso a realizar las encuestas en el Mercado Mayorista de la ciudad de Ibarra



Ibarra, 03 de Abril de 2023

MSC. Iván Lara
GERENTE COMERCIBARRA

*Para ser
señalada autorizada
documentar al interesado
03-04-2023
Iván Lara*

Presente.

De mi consideración,

Reciba un cordial saludo de mi persona, a la vez deseándole éxitos en sus actividades laborales el motivo de este documento es para solicitarle de la manera mas comedida se me autorice la compilación de información correspondiente al origen de los productos agrícolas que se comercializan en el Mercado Mayorista de la Ciudad de Ibarra.

Dicha información será obtenida a través de una pequeña encuesta que será realizada los días 10,13,17,20, 24 y 27 de abril del presente año, la misma que será aplicada a los distintos productores que entregan sus productos en dicho lugar y se tomará mayor interés a los productores radicados en el cantón Pimampiro.

Dicha información será utilizada para realizar mi tesis de Posgrado denominada "MEJORAMIENTO DE LA CADENA DE VALOR EN EL SISTEMA AGROPRODUCTIVO DE LA PARROQUIA URBANA PIMAMPIRO PROVINCIA DE IMBABURA, COMO INICIATIVA PARA CONTRIBUIR AL CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL SECTOR, servirá para levantar un diagnóstico.

Es cuanto puedo solicitar, sin antes enviarse un inmenso agradecimiento por la atención a la presente.

Saludos Cordiales.

Atentamente:

Ing. Danny Gómez.

0995656822



Anexo 4

Fotografías del trabajo de campo

