



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
DIRECCIÓN DE POSGRADO Y EDUCACIÓN
CONTINUA
MAESTRÍA EN AGROPECUARIA
TRABAJO DE TITULACIÓN
MODALIDAD: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN Y
DESARROLLO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
MAGISTER EN AGROPECUARIA MENCIÓN AGRONEGOCIOS

TEMA:

FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN DE
MAÍZ SUAVE EN LA PROVINCIA BOLÍVAR

AUTORA:

ING. AGRO. DEISY CONSUELO CHERREZ GALEAS

TUTOR:

ING. DAVID RODRIGO SILVA GARCÍA

2019



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

DIRECCIÓN DE POSGRADO

MAESTRÍA EN AGROPECUARIA

TRABAJO DE TITULACIÓN

MODALIDAD: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
MAGISTER EN AGROPECUARIA MENCIÓN AGRONEGOCIOS**

TEMA:

**FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN DE
MAÍZ SUAVE EN LA PROVINCIA BOLÍVAR**

AUTORA:

ING. AGRO. DEISY CONSUELO CHERREZ GALEAS

2019

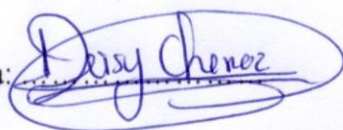
I. DERECHOS DE AUTOR

Yo, Ing. Deisy Consuelo Cherrez Galeas, en calidad de autora del proyecto de investigación y desarrollo: “FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN DE MAÍZ SUAVE EN LA PROVINCIA”, autorizo a la Universidad Estatal de Bolívar hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o parte de los que contiene esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación.

Los derechos que como autora me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a vuestro favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8; 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

Asimismo, autorizo a la Universidad Estatal de Bolívar para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la ley Orgánica de Educación Superior.

Firma:



Ing. Deisy Consuelo Cherrez Galeas

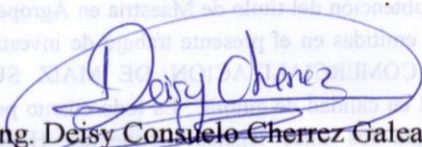
CI. 0201914835

II. AUTORÍA NOTARIADA

Yo, Ing. Deisy Consuelo Cherez Galeas, con cédula de ciudadanía.
0201914835, autora del tema de tesis en: "FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS
DE COMERCIALIZACIÓN DE MAÍZ SUAVE EN LA PROVINCIA", declaro
que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; este documento no ha sido
previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que las
referencias bibliográficas que se incluyen han sido consultadas al autor.

La Universidad Estatal de Bolívar puede hacer uso de los derechos de
publicación correspondiente a este trabajo, según lo establecido por la Ley de
Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normativa institucional vigente.

Guaranda, 5 de agosto del 2019


Ing. Deisy Consuelo Cherez Galeas

CI. 0201914835





II. AUTORÍA NOTARIADA

N° ESCRITURA 20190201003P00892



DECLARACION JURAMENTADA

OTORGADA POR:

DEISY CONSUELO CHERREZ GALEAS

INDETERMINADA

DI: 2 COPIAS

L.L.

En la ciudad de Guaranda, capital de la provincia Bolivar, República del Ecuador, hoy día seis de agosto del dos mil diecinueve ante mi Abogado HENRY ROJAS NARVAEZ, Notario Público Tercero del Cantón Guaranda, comparece la señorita DEISY CONSUELO CHERREZ GALEAS soltera, domiciliada en el recinto Moraspamba del Cantón San Miguel de Bolívar y de paso por esta ciudad, celular 09967825779, correo electrónico es deisy_cherrez_1986@yahoo.es por sus propios y personales derechos. La compareciente es de nacionalidad ecuatoriana mayor de edad, hábil e idónea para contratar y obligarse a quien de conocerla doy fe en virtud de haberme exhibido sus documentos de identificación y con su autorización se ha procedido a verificar la información en el Sistema Nacional de Identificación Ciudadana; bien instruida por mí el Notario con el objeto y resultado de esta escritura pública a la que procede libre y voluntariamente, advertida de la gravedad del juramento y las penas de perjurio, me presenta su declaración Bajo Juramento declara lo siguiente "Previo a la obtención del título de Maestría en Agropecuaria mención Agronegocios, manifestó que los criterios e ideas emitidas en el presente trabajo de investigación titulado "FORMULACION DE ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION DE MAIZ SUAVE EN LA PROVINCIA, es de mi exclusiva responsabilidad en calidad de autora". Es todo cuanto puedo declarar en honor a la verdad, la misma que la hago para los fines legales pertinentes. HASTA AQUÍ LA DECLARACIÓN JURADA. La misma que elevada a escritura pública con todo su valor legal. Para el otorgamiento de la presente escritura pública se observaron todos los preceptos legales del caso, leída que le fue a la compareciente por mí el Notario en unidad de acto, aquella se ratifica y firma conmigo de todo lo cual doy Fe.

DEISY CONSUELO CHERREZ GALEAS

c.c. 0201914835

AB. HENRY ROJAS NARVAEZ

NOTARIO PUBLICO TERCERO DEL CANTON GUARANDA



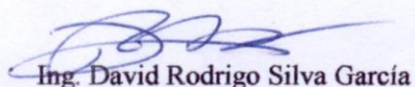
III. CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Ing. David Rodrigo Silva García, tutor del proyecto de investigación y desarrollo del estudiante Ing. Deisy Consuelo Cherez Galeas, de la Maestría en Agropecuaria – Mención Agronegocios.

CERTIFICA

De acuerdo al cronograma previsto para el efecto, del trabajo de investigación titulado “FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN DE MAÍZ SUAVE EN LA PROVINCIA”, y realizado por la maestrante Deisy Consuelo Cherez Galeas con cédula de identidad # 0201914835, reúne los requisitos, por lo que AUTORIZO con mi firma para que pueda ser presentado para su revisión y aprobación observando las normas legales que para el efecto existen.

Guaranda, 5 de agosto del 2019



Ing. David Rodrigo Silva García

TUTOR

IV. DEDICATORIA

A Dios por haberme dado la fortaleza y salud para seguir cumpliendo mis metas para formarme como profesional.

A mis familiares, que siempre me han brindado su apoyo incondicional, en los momentos que más los he necesitado siempre estuvieron presentes.

A mi madre Gladys y a mi hijo Alejandro, que son mi razón para seguir adelante, y a su amor y apoyo constante durante el tiempo de estudio para obtener el título de Magister en Agronegocios.

Deisy Consuelo Cherrez

V. AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por estar presente en cada etapa de mi formación personal y profesional. A mi familia por el amor, comprensión y apoyo incondicional que me han brindado en el cumplimiento de este objetivo.

Mi profundo agradecimiento a la Universidad Estatal de Bolívar que, a través del Departamento de Posgrado por brindarme la oportunidad de plasmar un sueño, dotándolo de herramientas eficaces de enseñanza.

Muy especialmente a mi tutor Ingeniero David Rodrigo Silva García por la guía, aporte y acertada discusión crítica que permitió culminar el trabajo con éxito.

Deisy Consuelo Cherez

VI. TABLA DE CONTENIDOS

I.	DERECHOS DE AUTOR.....	III
II.	AUTORÍA NOTARIADA	IV
III.	CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	VI
IV.	DEDICATORIA.....	VII
V.	AGRADECIMIENTO.....	VIII
VI.	TABLA DE CONTENIDOS	IX
VII.	ÍNDICE DE TABLAS.....	XIII
VIII.	ÍNDICE DE FIGURAS	XIV
IX.	ÍNDICE DE GRÁFICOS	XIV
X.	TEMA.....	XVI
XI.	RESUMEN.....	XVII
XII.	ABSTRACT	XIX
XIII.	INTRODUCCIÓN.....	1
	CAPÍTULO I	3
	PROBLEMA.....	3
	1.1. Contextualización del problema.....	3
	1.2. Formulación del problema.....	4
	1.3. Justificación.....	4
	1.4. Objetivos.....	5
	1.4.1. Objetivo general.....	5

1.4.2. Objetivos específicos.....	5
1.5. Sistema de variables.	5
1.5.1. Variable independiente.....	5
1.5.2. Variable dependiente.....	6
CAPÍTULO II.....	8
MARCO TEÓRICO.....	8
2.1. Estado del Arte	8
2.2. Bases científicas y teóricas de la temática	9
2.2.1. El Maíz suave.	9
2.2.2. Usos del maíz suave.....	10
2.2.3. Uso del maíz en alimentación de ganado.....	10
2.2.4. Desarrollo Rural.....	11
2.3. Fundamentación teórica.....	13
2.3.1. Origen y distribución del maíz.....	13
2.4. Desarrollo Rural Integral.	19
2.5. Oferta del maíz en el mercado.	30
2.5.1. Rentabilidad del sector agropecuario.....	31
2.6. Cadena de comercialización.	32
2.6.1. Canales de comercialización.....	33
2.6.2. Funciones de Comercialización.	38
2.7. Antecedentes Investigativos.	39
2.8. Fundamentación legal.....	40
2.8.1. Constitución de la República del Ecuador.....	40
2.8.2. Ley de Desarrollo Agrario.....	41
2.8.3. Reglamento de comercialización de maíz suave.	42

2.8.4. Ley Orgánica de regulación y control del poder de mercado.....	43
2.8.5. Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (LOEPS).....	44
2.8.6. Reglamento de Ley Orgánica.....	45
2.8.7. Plan nacional de desarrollo toda una vida.....	46
CAPÍTULO III.....	47
METODOLOGÍA.....	47
3.1. Diseño de la investigación.....	47
3.1.1. Tipo de investigación.....	47
3.1.2. Métodos de investigación.....	47
3.2. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos.....	48
3.2.1. Lectura científica.....	48
3.2.2. Encuesta.....	48
3.3. Población y muestra.....	49
3.3.1. Población.....	49
3.3.2. Muestra.....	49
3.4. Procedimiento para el análisis de datos.....	50
3.5. Toma de datos.....	50
3.6. Análisis e interpretación de los datos.....	51
3.7. Validación del instrumento aplicado.....	51
CAPÍTULO IV.....	52
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	52
4.1. Distribución de los productores por género.....	52
4.2. Distribución promedio de edades de los informantes.....	53
4.3. Diversificación de la economía familiar.....	55
4.4. Asistencia técnica para la producción.....	56

4.5. Distribución de la superficie sembrada con maíz suave.....	57
4.6. Variedades cultivadas por los productores de maíz suave.....	59
4.7. Categoría de semillas que utilizan los productores de maíz.....	61
4.8. Costos de producción de maíz seco por hectárea.	62
4.10. Costos de producción de choclo por hectárea.	64
4.11. Rendimiento de maíz seco.....	65
4.12. Rendimiento de maíz suave choclo.	66
4.13. Problemática respecto a la comercialización del maíz suave.	68
4.14. Alternativas para diversificación de comercialización de maíz.	69
4.15. Canal de comercialización de maíz suave.	71
4.16. Estrategia para dinamizar la comercialización de maíz suave.....	72
4.17. Estrategias para el mejoramiento de la productividad y comercialización...	75
CONCLUSIONES	78
RECOMENDACIONES.....	79
BIBLIOGRAFÍA	80
ANEXOS	88

VII. ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de Variables	7
Tabla 2. Superficie según producción y ventas de maíz suave seco.....	16
Tabla 3. Muestra por conglomerados.....	49
Tabla 4. Hectáreas cultivadas por cantón.	57
Tabla 5. Variedad cultivada por los productores de maíz suave.....	59
Tabla 6. Tipo de semillas que utilizan los productores.....	61
Tabla 7. Costos de producción de maíz seco por hectárea.	62
Tabla 8. Costos de producción de choclo por hectárea.....	64
Tabla 9. Rendimiento del maíz seco.	65
Tabla 10. Rendimiento de maíz suave choclo.	66
Tabla 11. Problemas de comercialización de maíz suave.....	68
Tabla 12. Acciones para mejorar la comercialización.	69
Tabla 13. Normas para la comercialización de maíz suave seco.	73
Tabla 14. Actores para el fortalecimiento de la estrategia.....	73
Tabla 15. Estrategias para el mejoramiento de la productividad y comercialización.....	76

VIII. ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Descripción de los canales de comercialización.	35
Figura 2. Evolución de los canales de comercialización.	36
Figura 3. Esquemmatización de los costos de comercialización.	39
Figura 4. Actividades realizadas en el estudio de investigación.....	50
Figura 5. Canal de comercialización de maíz suave.	71

IX. ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Porcentajes de productores por género y cantón.	52
Gráfico 2. Promedio de edades por género y cantón.	53
Gráfico 3. Grado de participación asociativa.....	54
Gráfico 4. Ingresos adicionales a la agricultura.....	55
Gráfico 5. Apoyo de Instituciones Públicas u ONG.....	56
Gráfico 6. Hectáreas cultivadas por cantón.	58
Gráfico 7. Variedad cultivada por los productores de maíz suave.	60
Gráfico 8. Tipo de semilla utilizada en la producción de maíz suave.	61
Gráfico 9. Costo de producción de maíz seco por hectárea.	63
Gráfico 10. Costos de producción de choclo por hectárea.....	64
Gráfico 11. Rendimiento de maíz seco.	65
Gráfico 12. Rendimiento de maíz suave choclo.	67

Gráfico 13. Problemas de comercialización.	68
Gráfico 14. Acciones para mejorar la producción y comercialización.	70

X. TEMA

“FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN DE MAÍZ SUAVE
EN LA PROVINCIA BOLÍVAR”

XI. RESUMEN

El maíz suave, es uno de los principales rubros del sector agrícola en la Provincia Bolívar. Presenta una serie de problemas asociados al nuevo escenario del cambio climático y la productividad, insidiando directamente sobre su calidad y precio de venta. La comercialización presenta limitaciones relacionadas a su cadena de valor, en donde se identifican al productor, al intermediario y al consumidor final; siendo el intermediario quien generalmente recibe los mayores beneficios económicos. En este contexto, el objetivo del presente estudio estuvo centrado en la formulación de estrategias de comercialización del maíz suave en la Provincia de Bolívar. La Investigación fue de tipo histórico, basada en el método exploratorio, permitiendo describir en base a la generación de datos, a través de la aplicación de encuestas a pequeños productores de maíz, pertenecientes a 10 asociaciones, la problemática actual en relación a la comercialización; y además se revisaron documentos técnicos para el análisis de potenciales estrategias alternativas. Los resultados más relevantes nos permiten establecer, que el estrato de agricultores corresponde al segmento de pequeños productores, con tenencia de tierra limitada (menor a 3 ha), y con niveles de productividad que se encuentran por bajo de la media provincial, presentando entre 1 y 2 t/ha, para maíz seco y entre 80 y 100 sacos/ha, de choclo. Los principales problemas asociados a la producción y comercialización hacen referencia al precio bajo del producto tanto en seco como en choclo y a la sobre oferta del producto en épocas específicas del año, procesos que han generado según los informantes, pérdidas acumuladas en el sistema de producción de maíz, lo cual limita en gran medida el mejoramiento y sostenibilidad de los mismos. La desorganización colectiva, la falta de capacitación para la producción y comercialización, así como la limitada innovación para la generación de valor agregado en el maíz son otras de las condicionantes para una comercialización más eficiente. La diversificación y valor agregado,

la capacitación sobre producción y comercialización, así como la aplicación de una política adecuada de precios en el rubro maíz, se presentan como alternativas para el establecimiento de estrategias desde el sector de los productores asociados. El cumplimiento del acuerdo ministerial 057, en referencia al precio oficial de sustentación de maíz suave seco, se presenta como una estrategia de mejoramiento de la comercialización de este importante rubro en la provincia Bolívar, teniendo en cuenta la inserción y participación de todos los actores de la cadena.

XII. ABSTRACT

The soft corn, is one of the main items of the agricultural sector in the Bolívar Province. It presents a series of problems associated with the new scenario of climate change and productivity, directly insisting on its quality and sale price. Marketing presents limitations related to its value chain, where the producer, the intermediary and the final consumer are identified; being the intermediary who generally receives the greatest economic benefits. In this context, the objective of this study was focused on the formulation of marketing strategies for soft corn in the Province of Bolívar. The investigation was of historical type, based on the exploratory method, allowing to describe based on the generation of data, through the application of surveys to small producers of corn, belonging to 10 associations, the current problems in relation to marketing; and in addition, technical documents were reviewed for the analysis of potential alternative strategies. The most relevant results allow us to establish, that the stratum of farmers corresponds to the segment of small producers, with limited land tenure (less than 3 ha), and with productivity levels that are below the provincial average, presenting between 1 and 2 t / ha, for dry corn and between 80 and 100 sacks / ha, of corn. The main problems associated with production and commercialization refer to the low price of the product both in dry and in corn and to the supply of the product at specific times of the year, processes that have generated according to the informants, accumulated losses in the production system of corn, which greatly limits their improvement and sustainability. The collective disorganization, the lack of training for production and commercialization, as well as the limited innovation for the generation of added value in corn are other factors for a more efficient commercialization. The diversification and added value, the training on production and commercialization, as well as the application of an adequate policy of prices in the corn sector, are presented as alternatives

for the establishment of strategies from the sector of associated producers. The fulfillment of ministerial agreement 057, referring to the official support price of dry soft corn, is presented as a strategy to improve the commercialization of this important item in Bolívar province, taking into account the insertion and participation of all the actors of chain.

XIII. INTRODUCCIÓN

La producción mundial de maíz suave en el año 2019/20 tendrá un aumento del 2,3 % con respecto al año 2018. Este comportamiento incidirá directamente en el nivel de exportaciones, las cuales también incrementarán un 1,56 %. Se prevé asimismo un aumento, por lo menos del 1,1 %, del consumo mundial debido al crecimiento constante de la población (FAO, 2019).

A nivel nacional la producción de maíz suave seco, en el año 2018 disminuyó 0,4 % con respecto al año 2017, dicho comportamiento es similar a la evolución del rubro a nivel internacional (INEC, 2019).

La cosecha de choclo en Bolívar tiene su pico más alto en el mes de agosto, época en la que existe una sobreoferta, generando que el precio disminuya sustancialmente. El fenómeno es similar en otras Provincias productoras como es el caso de Tungurahua y Cotopaxi, en las cuales encontramos su periodo más alto de cosecha en el mes de Julio mismo caso ocurre en las Provincias de Tungurahua y Cotopaxi. El maíz suave, cultivado en la zona sierra de la Provincia Bolívar es de gran aceptación en sus diversas formas de consumo humano: choclo, mote, tostado, harina, y otros. En el periodo 2018 se estimó una superficie aproximada de 38,000 hectáreas sembradas con este rubro, de las cuales un 80 % llegaron hasta la cosecha, con una productividad para grano seco en promedio de 3 t/ha y 250 sacos de choclo en la misma superficie (MAG, 2018).

El cultivo del maíz suave en la zona sierra de la Provincia Bolívar, que comprende los cantones de Guaranda, Chimbo, San Miguel, y Chillanes es de gran importancia en los componentes de la economía familiar, así como es una de las principales plantas comestibles que aporta en la seguridad y soberanía alimentaria. Actualmente se puede indicar que existe

un número aproximado de 12000 familias aproximadamente que dependen en algún porcentaje del desarrollo de esta gramínea.

Al ser el maíz, un monocultivo de temporada, y estar supeditado a las condiciones climáticas para su implementación en el campo, presenta una sobreoferta que a la vez reduce el precio de venta tanto en seco como en choclo; debido a demás a que no existe una diversificación en la presentación de venta del mismo.

CAPÍTULO I

PROBLEMA

1.1. Contextualización del problema.

El maíz, en la Provincia Bolívar se presenta como uno de los primeros cultivos en extensión, al ocupar aproximadamente 38.000 ha en un sistema que la última década ha pasado, hacer un monocultivo con alta dependencia a insumos y energías externas, lo cual por un lado ha incrementado la incidencia y severidad de problemas fitosanitarios a nivel de campo y de producto en la etapa de pos cosecha; y de la misma manera ha generado un desbalance significativo en la oferta del mismo en marcadas épocas de cosecha (García, 2006).

El escenario actual de los mercados locales y nacionales, demandan un tipo de maíz de alta calidad, principalmente atendiendo a características fenotípicas, como son el tamaño, el color de las brácteas y el tamaño y color del grano; aspecto que limita a muchos productores para alcanzar precios de venta que por lo menos cubran sus costos de producción.

Cuando nos referimos a la comercialización de productos primarios, sin valor agregado, como es el caso del maíz suave, se enfrentan algunas limitaciones dentro de la cadena, la cual generalmente presenta al productor, al intermediario y al consumidor final; siendo el agricultor quien generalmente está expuesto a los riesgos y a la pérdida económica de su cosecha. Este problema ligado a la comercialización se ve afectado significativamente en la etapa de choclo, ya que es un producto perecible, cuya vida de anaquel se extiende entre 3 y 7 días, luego de los cuales la calidad se ve afectada y presenta una relación directamente proporcionada a la disminución del valor comercial y nutricional (Monar,2015).

Para el caso del maíz suave en seco, el escenario no es más alentador, debido a que por las condiciones actuales de clima, temperatura y humedad, se presentan múltiples inconvenientes para el control y manejo de plagas y enfermedades en almacenamiento tradicional, lo cual no permite generar espacios que contribuyan a regular el precio de venta por parte del productor primario; y además están ocasionando un uso indiscriminado de insecticidas y fungicidas que podrían tener un efecto negativo sobre la salud de los productores y consumidores (MAG, 2013).

Finalmente, un condicionante para la comercialización, podría estar ligado a la poca tenencia de la tierra, lo que genera volúmenes de producción individuales muy bajos; y debido a que la asociatividad en los agricultores dedicados a este rubro no está fortalecida para un comercio con enfoque de cadena, no estarían enfrentándose con ventajas competitivas para la venta directa al consumidor y/o la industria.

1.2. Formulación del problema.

La falta de estrategias de comercialización de maíz suave en choclo y en seco limitan el desarrollo y sostenibilidad de los sistemas de producción locales, en los capitales social, ambiental, y sobre todo económico.

1.3. Justificación.

El cultivo del maíz suave al ser el principal rubro agrícola en cuatro de los 7 cantones de la Provincia Bolívar, es uno de los principales componentes para la economía familiar de los productores que incluyen este rubro en sus unidades de producción agropecuaria; de ahí, la importancia de establecer un canal de comercialización que tome en cuenta un tipo de comercio justo, en donde los agricultores no sigan siendo quienes subsidien por su cuenta al intermediario y al consumidor.

Es necesario tomar en cuenta los criterios de los diferentes actores de la cadena de comercialización de maíz suave, para primeramente entender de manera efectiva su dinámica, necesidades, fortalezas y debilidades; para de esta manera generar alternativas aplicables a un sistema de comercialización que tenga como base el requerimiento del productor, y además tome en cuenta los criterios que demandan los consumidores.

Una estrategia de comercialización innovadora deberá incluir además de los criterios de los actores, una visión emprendedora hacia la agroindustria, lo que permitiría reducirlos efectos de perfectibilidad a los que está expuesto el maíz suave en estado de choclo y seco en la actualidad.

El objetivo del presente estudio fue establecer una estrategia alternativa para contribuir al mejoramiento y sostenibilidad del sistema de producción de maíz suave en la Provincia Bolívar, atendiendo principalmente el aspecto de su comercialización.

1.4. Objetivos.

1.4.1. Objetivo general.

- Formular estrategias de comercialización de maíz suave en la Provincia Bolívar.

1.4.2. Objetivos específicos.

- Establecer las limitaciones para la comercialización de maíz suave.
- Determinar alternativas para diversificación de la comercialización del maíz suave.
- Formular al menos una estrategia para dinamizar la comercialización del maíz suave.

1.5. Sistema de variables.

1.5.1. Variable independiente.

Estrategias de Comercialización.

1.5.2. Variable dependiente.

Comercialización de maíz suave.

1.5.3. Operacionalización de variables.

Tabla 1 Operacionalización de Variables

Variables	Descripción	Dimensión	Indicadores	Instrumentos
Comercialización	Es colocar el producto en un sitio y momento adecuado conllevando de esta manera a la satisfacción que espera el consumidor.	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico de la producción. • Los canales de comercialización. • El Mercado. • El Precio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalezas y debilidades del proceso productivo y comercial. 	Revisión bibliográfica. Encuesta dirigida a los agricultores. Entrevistas.
Estrategia de comercialización.	Mecanismo mediante el cual se organiza de manera eficaz y eficiente un proceso de comercialización.	<ul style="list-style-type: none"> • Económico. • Social. • Productivo. • Organizacional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de producto variados. • Canales de comercialización alternativos. 	Revisión bibliográfica. Encuesta dirigida a los agricultores. Entrevistas.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Estado del Arte

A nivel mundial, el consumo de maíz suave es bastante considerable sin alcanzar quizá el interés que otros productos generan, este rubro silenciosamente viene siendo parte de la dieta alimenticia de muchas poblaciones especialmente en Latinoamérica (FAO, 2017).

En el mercado ecuatoriano se le da poco interés a los insumos derivados de este cereal, sin embargo, la importancia ancestral y la tradición de consumo ha hecho que su producción se sostenga, de acuerdo a datos del Instituto de Investigaciones Agropecuarias INIAP en el año 2015 el maíz suave cubría una superficie de siembra aproximada de 500 mil hectáreas, de las cuales, la mitad es maíz amarillo duro cristalino, base de la cadena del maíz, que en su gran mayoría se siembra en el litoral ecuatoriano; mientras que el otro 50% es maíz de altura, de subsistencia para un alto número de pequeños agricultores, caracterizados por un bajo ingreso económico y que constituye además la base de la dieta de la población rural andina (INIAP, 2015).

Un estudio ejecutado por Rosillo en el año 2009 en la Provincia Bolívar indica que a pesar de la gran importancia de este cultivo y la dinámica que genera durante toda la cadena se desconoce los vínculos y articulaciones entre los diferentes actores que participan en los procesos (Rosillo, 2009).

En este punto se debe indicar que la presente investigación no es el primer trabajo en cuanto a la comercialización y valor agregado del maíz suave, han existido varios estudios de carácter investigativo e implementaciones de plantas piloto de acopio y procesamiento entre los cuales el factor común es que ninguno llegó a culminar su efectividad al momento de aplicarlos (Departamento de Planificación del Gobierno Provincial de Bolívar, 2014).

2.2. Bases científicas y teóricas de la temática

2.2.1. El Maíz suave.

El cultivo de maíz blanco es uno de los productos agrícolas más importante a nivel mundial, por sus bondades es recomendado para la alimentación diaria especialmente en América Latina. El maíz (*Zea mays*), originario de zonas altas Andinas y Centro América, es el cultivo que presenta mayor diversidad de texturas, especialmente en su forma nativa. Siendo Ecuador uno de los tantos países productores de maíz, de los tipos maíz duro y suave en choclo y seco, su producción nacional no abastece el mercado local, razón por la que Ecuador importa dicho producto (Racines, et al., 2011).

En la actualidad existe un total de 349,346 ha sembradas de maíz suave solo y 122,199 ha de maíz en asociación a nivel nacional, las cuales se encuentran distribuidas principalmente en la región sierra con un total de 135,982 ha de maíz solo y 102,632 ha de maíz en asociación, siendo las principales Provincias productoras Bolívar, Chimborazo y Loja de maíz solo y Azuay, Bolívar y Loja de maíz en asociación (Borja, 2014).

El maíz suave constituye el eje principal sobre el cual se desarrollan los sistemas de producción de los pequeños y medianos productores de la zona andina ecuatoriana con una superficie cultivada que en promedio llega a la hectárea y media por productor, con suelos pobres, bajos en nutrientes, en donde se practica el monocultivo y que se efectúa en condiciones de ladera sin acceso al riego dependiendo exclusivamente de las precipitaciones, mismas que en los últimos años son gradualmente más escasas lo que ha ocasionado que los rendimientos sean bajos (0.8 t/ha promedio). Las investigaciones realizadas para la presente propuesta han evidenciado que en el país no se cubre la demanda de éste producto a pesar de cultivar extensas superficies con maíz suave no se satisface la demanda nacional de subproductos del maíz suave, lo cual no necesariamente responde a la falta de materia prima

sino a procesos de industrialización, y optimización de la cadena de comercialización, mientras en las bodegas de los productores el producto no tiene comprador en los mercados los pocos subproductos ofertados como la harina y el mote se comercializan (INIAP, 2015).

2.2.2. Usos del maíz suave.

Siendo el maíz suave uno de los principales alimentos de los habitantes de la sierra de nuestro país y uno de los cultivos de mayor importancia económica en la sierra después de la papa; su producción se consume en grano fresco conocido como choclo, y como grano seco como tostado, harina, como mote principalmente y también como bebidas entre otras formas de uso, el maíz es el protagonista de muchos platos de la gastronomía ecuatoriana se estima que alrededor del 70% de producción se destina a consumo en grano fresco y el restante como grano seco, en muchos sectores andinos estos subproductos son los más importantes fuentes de ingresos para los productores de este tipo de maíz. El maíz es uno de los componentes básicos en la alimentación diaria del ser humano claro después del trigo y el arroz, el consumo es en forma de choclo, mote, tostado, harina, coladas, chicha, tortillas, tamales, etc., además es uno de los principales sustentos económicos de los agricultores. Dentro de la utilidad del maíz suave en la alimentación humana vale la pena mencionar las cualidades nutricionales de las variedades cultivadas en la Provincia de Bolívar contrastadas con su principal competidor en el mercado el maíz gigante cuzqueño proveniente del Perú que ha tenido gran acogida en el mercado por su gran tamaño y bajo costo (Monar, 2000).

2.2.3. Uso del maíz en alimentación de ganado.

Adicionalmente en los últimos años se ha desarrollado el interés en aprovechar el residuo de la cosecha sobre todo cuando se cosecha en fresco ya que la caña del maíz suave es una fuente rica de nutrientes para la alimentación de ganado bovino.

Actualmente el maíz es quizá el forraje que ensilan con más frecuencia los ganaderos, especialmente los productores de leche. Las razones de esto son diversas, pero podemos sintetizarlas en las siguientes de acuerdo al estudio realizado por José García en su estudio. El Ensilado de Maíz, publicado en el año 2016:

- Se reduce al máximo la mano de obra necesaria para alimentar al ganado, debido a que es posible mecanizar totalmente el proceso, desde la preparación del terreno para la siembra hasta el suministro del ensilado a los animales.
- Existen en el mercado híbridos de maíz adaptados a la casi totalidad de las zonas donde el cultivo de este forraje es posible.
- La conservación del forraje es fácil y escasas las pérdidas de sustancias nutritivas desde su recolección hasta su consumo.
- Permite aprovechar al máximo el número de unidades alimenticias que una hectárea puede dar, al cosechar el maíz en el momento de su máximo valor alimenticio como forraje.
- En la actualidad, es posible hacer una ración equilibrada a base de maíz como único forraje, complementado con otros alimentos concentrados y minerales en el momento de ensilar.
- La disminución de la digestibilidad por el hecho de ensilar es prácticamente nula y la reducción en el consumo es la menor de todos los ensilados” (García, 2006).

2.2.4. Desarrollo Rural.

El Programa de Desarrollo Rural Español señala, el desarrollo rural persigue dar respuesta a tres necesidades básicas para hacer posible un futuro sostenible de nuestra especie:

- Mejorar la formación y el bienestar de los miles de millones de personas que viven en este medio (cerca de la mitad de la población mundial), erradicando la pobreza extrema y evitando su migración hacia la marginación de las mega ciudades.
- Lograr una producción agrícola sostenible para asegurar que todos los seres humanos tengan acceso a los alimentos que necesitan y proteger y conservar la capacidad de la base de recursos naturales para seguir proporcionando servicios de producción, ambientales y culturales.
- El desarrollo rural tiene como principal objetivo el contribuir a mejorar el bienestar de los millones de personas que viven en este medio, y este desarrollo ha de dar respuesta a necesidades que constituyen requisitos mínimos para la supervivencia de cualquier persona, considerando que ha de enfrentar el reto visto desde 2 puntos de vista; el primero el nivelar las condiciones de lo rural con lo urbano que de acuerdo a muchos autores son conceptos antagonistas y el segundo el superar las diferencias entre países desarrollados y los en vías de desarrollo (Programa de Acción Global, 2017).

Gómez en el año 2008 haciendo referencia a la Agenda 21 de las Naciones Unidas del año 1992 indica que uno de los objetivos prioritarios es: lograr una producción agrícola sostenible para asegurar que todos los seres humanos tengan acceso a los alimentos que necesitan y proteger y conservar la capacidad de la base de recursos naturales para seguir proporcionando servicios de producción, ambientales y culturales. Más allá de su función de producir alimentos y materias primas, la actividad rural realiza importantes funciones de carácter económico, social y medioambiental contribuyendo a la protección de la biodiversidad, del suelo y de los valores paisajísticos (Gómez, 2008).

La seguridad alimentaria, el hambre y la sostenibilidad guardan una relación recíproca con el sector agrícola, ya que influyen en su rendimiento, el cual, a su vez, afecta a los

medios de subsistencia rurales. Un ejemplo claro es el círculo vicioso, bien documentado, que forman el hambre y la seguridad alimentaria. En este círculo, el hambre impide a la población trabajar de manera eficaz y producir suficientes alimentos, mientras que, a su vez, esta baja producción acentúa el hambre y la pobreza. Por estas razones, el mejor resultado en el desarrollo rural se logra cuando el crecimiento agrícola y la economía rural no agrícola se refuerzan mutuamente (FAO, 2017).

2.3. Fundamentación teórica.

2.3.1. Origen y distribución del maíz.

El maíz es el único cereal nativo del hemisferio occidental originario de México, se extendió al norte hasta Canadá y al sur hasta Argentina, posteriormente tras el descubrimiento de América se difundió hacia Europa, Asia y África. A nivel mundial representa el 5,4 % del total de fuentes alimenticias de la población humana (Badillo, 2016).

Por otro lado, el maíz (*Zea mays*), originario de zonas altas Andinas y Centro América, es el cultivo que presenta mayor diversidad de texturas, especialmente en su forma nativa (Ortiz, et al., 2013).

El cultivo en el Ecuador tras el desarrollo de las gramíneas cerealeras del viejo Mundo ha sido relativamente sencillo, en contraste con el origen del maíz que ha sido causa de discusión desde hace mucho tiempo.

Actualmente la teoría más aceptada es una combinación de los trabajos de George Beadle y Deborah Pearsall. Beadle propone que el maíz actual sería inicialmente el resultado de una mutación de una gramínea silvestre, el Teosintle, que existe aún hoy en México. Seguramente los antiguos mexicanos se interesaron en reproducir esta planta y, por selección, produjeron algunas variedades mutantes.

Según Pearsall, uno de estos mutantes, apodado Proto Nal Tel Chapalote o antecesor del linaje Nal Tel Chapalote, habría viajado de mano en mano por un largo período, hasta llegar al área Norandina en Suramérica, concretamente a la cuenca del río Guayas y a la Amazonía sur de Ecuador hace más de 5.000 años (Bravo, 2015).

Actualmente Ecuador es uno de los tantos países productores de maíz, de los tipos maíz duro y suave en choclo y seco, su producción nacional no abastece el mercado local, razón por la que Ecuador importa dicho producto (Racines, et al., 2010).

Importancia.

El maíz ocupa el tercer lugar a escala mundial entre los cereales más cultivados, después del trigo y el arroz, ya que se encuentra difundido en más países que cualquier otro cultivo y ha producido el más alto rendimiento por unidad de superficie que cualquier otro cereal.

Es una planta de fácil mecanización en todas las fases del cultivo y de aprovechamiento múltiple, siendo sus principales características las siguientes:

Se cultiva en climas muy diversos, es una planta muy útil para la alimentación humana por su excelente composición química: almidón y azúcares de 60 a 70%, sustancias nitrogenadas 10%, materias grasas de 4 a 8%, porque se presta para diferentes usos: Industria-alimentación-panadería-agroindustria.

En Ecuador el maíz se cultiva sobre 520.000 ha, en todas sus Provincias, en la costa la mayoría de la producción está sembrada con maíz duro, en tanto que en la sierra se cultiva maíz duro y suave (Bravo, 2015).

Taxonomía

Reino: Vegetal

División: Magnoliophyta

Orden: Poales

Familia: Poacea

Género: Zea

Especie: mays

Nombre científico: Zea mays L

Nombre común: Maíz, choclo

Cosecha

Por otro lado, la época de cosecha varía de acuerdo con la variedad, temperatura, altitud y si se va a comercializar en estado de choclo o grano seco. La cosecha en choclo se realiza cuando el grano está bien formado, lleno y algo lechoso, se recoge las mazorcas que estén en ese estado y se guarda en sacos ralos para ser comercializados. La recolección es recomendable hacerlo en horas de la mañana pues la acumulación de azúcares en el grano es mayor, ayudando a mejorar las características de sabor del grano. El número de mazorcas varía por cada saco, manteniendo un promedio de 125 choclos por saco. Habría que mencionar también la cosecha para grano seco debe realizarse cuando el grano esté en madurez fisiológica. Entre las prácticas comúnmente usadas para la cosecha en grano seco se puede mencionar: dejar las plantas enteras en pie tal como se desarrollen, cortar la parte superior de las plantas (espiga, flor masculina o panoja), para permitir una mayor exposición de las mazorcas al sol (Badillo, 2016).

Maíz suave.

El cultivo de maíz blanco es uno de los productos agrícolas más importante a nivel mundial, por sus bondades es recomendado para la alimentación diaria especialmente de

América Latina. El maíz (*Zea mays*), originario de zonas altas Andinas y Centro América, es uno de los granos alimenticios más antiguos que se conocen, pertenece a la familia de las Poáceas (Gramíneas), tribu Maydeas, y es la única especie cultivada de este género, es el cultivo que presenta mayor diversidad de texturas, especialmente en su forma nativa (Ortiz, 2013).

Siendo Ecuador uno de los tantos países productores de maíz, de tipo duro y suave en choclo y seco, su producción nacional no abastece el mercado local, razón por la que Ecuador importa dicho producto. A continuación, en la tabla 2 se establece la producción total a nivel nacional, región y la Provincia Bolívar.

Tabla 2. Superficie según producción y ventas de maíz suave seco.

Región y Provincia		SUPERFICIE (Has.)		PRODUCCIÓN (Tm.)	VENTAS (Tm.)
		Plantada	Cosechada		
TOTAL, NACIONAL		52.714	46.791	49.853	27.986
REGIÓN SIERRA		52.711	46.789	49.852	27.986
BOLÍVAR	Solo	13.213	13.142	13.189	9.454
	Asociado	241	241	84	49

Fuente: MAG, (2013)

El maíz suave constituye el eje principal sobre el cual se desarrollan los sistemas de producción de los pequeños y medianos productores de la zona andina ecuatoriana con una superficie cultivada que en promedio llega a la hectárea y media por productor, con suelos pobres, bajos en nutrientes, en donde se practica el monocultivo y que se efectúa en condiciones de ladera sin acceso al riego dependiendo exclusivamente de las precipitaciones, mismas que en los últimos años son gradualmente más escasas lo que ha ocasionado que los rendimientos sean bajos (0.8 t/ha promedio) (INIAP, 2015).

Las investigaciones realizadas para la presente propuesta han evidenciado que en el país no cubre la demanda de éste producto como a pesar de cultivar extensas superficies con maíz suave, no satisface la demanda nacional de subproductos del maíz suave, lo cual no

necesariamente responde a la falta de materia prima sino a procesos de industrialización, y la optimización de la cadena de comercialización, mientras en las bodegas de los productores el producto no tiene comprador en los mercados, los pocos subproductos ofertados como la harina y el mote se comercializan a precios cada vez mayores (MAG, 2019).

Uso del maíz suave.

Siendo el maíz suave uno de los principales alimentos de los habitantes de la sierra de nuestro país y uno de los cultivos de mayor importancia económica en la sierra después de la papa; su producción se consume en grano fresco conocido como choclo, y como grano seco como tostado, harina, como mote principalmente y también como bebidas entre otras formas de uso, el maíz es el protagonista de muchos platos de la gastronomía ecuatoriana se estima que alrededor del 57,62 % de producción se destina a consumo en grano fresco y el restante como grano seco, en muchos sectores andinos estos subproductos son los más importantes fuentes de ingresos para los productores de este tipo de maíz (INEC, 2019).

El maíz es uno de los componentes básicos en la alimentación diaria del ser humano claro después del trigo y el arroz, el consumo es en forma de choclo, mote, tostado, harina, coladas, chicha, tortillas, tamales, etc., además es uno de los principales sustentos económicos de los agricultores (Monar, 2000).

Dentro de la utilidad del maíz suave en la alimentación humana vale la pena mencionar las cualidades nutricionales cultivadas en la Provincia Bolívar ya que actualmente hay un alto número de superficie tanto de maíz duro como suave cultivado con semilla convencional. Contrastadas con su principal competidor en el mercado el maíz gigante cuzqueño proveniente del Perú que, de manera oficial, mayormente se cultiva maíz transgénico obteniendo grandes diferencias en la producción por su gran tamaño y bajo costo (Bravo, 2015).

Harina de choclo.

En la etapa inicial del proceso de nixtamalización se contempla la cocción de los granos de maíz en solución acuosa con hidróxido de calcio, el cual se continúa con la etapa de reposo en su licor de cocción (nejayote). Finalmente se drena y los granos de maíz se muelen para convertirlos en masa fresca, la masa fresca también puede ser deshidratada y molida para obtener harina instantánea de maíz, forma en la cual es comercializada (Fernández, 2013).

Los productos son regulados por normas que hacen que el producto sea estandarizado y cumpla con los requisitos ya establecidos.

La elaboración de los productos inicia con la selección de materia prima de mejor calidad además se cuenta con maquinarias y conocimientos adecuados para el proceso de producción siguiendo los parámetros establecidos en las normas ISO garantizando así un producto sano rico y nutritivo para el consumo. Los eventuales sustitutos de nuestros productos serán: el mote, la harina de maíz, de trigo, la cebada, habas (INEC, 2013).

Valor nutricional del maíz tierno.

Los cereales son la mayor fuente de fibra y almidones. El maíz tradicional, como el resto de cereales, aporta también proteínas, lípidos y poca agua.

El maíz dulce es rico en hidratos de carbono, en vitaminas A, B1, B2, B3, B6, B9, E y C, en fibra y en sales minerales como potasio, magnesio, hierro, calcio, zinc, sodio y fósforo. El germen del grano de maíz contiene un aceite que no contiene colesterol (Ramírez, 2017).

Valor nutritivo del choclo por cada 100 gr de choclo desgranado.

- Energía: 86 Kcal
- Carbohidratos: 19 g

- Grasas: 1,2 g
- Proteínas: 3,2 g
- Ácido fólico (vitamina B9): 46 µg.
- Potasio: 270 mg.

Fuente: (Penelo, 2018).

2.4. Desarrollo Rural Integral.

Para la producción agrícola, las personas se organizan para preparar sus cultivos, normalmente representan ciclos anuales de acuerdo a calendarios que los campesinos utilizan para evitar temporadas adversas con respecto al clima.

Se puede indicar que toda actividad agrícola consiste en la transformación y administración de los recursos naturales en productos que pueden abastecer el consumo humano o a su vez al reino animal. Normalmente los productores agrícolas tienen como objetivo principal la venta de sus productos y el autoconsumo (Arroyo, et al., 2014).

Principales conceptos del Desarrollo Rural.

Se entiende como el mejoramiento del nivel y las condiciones de vida de todos los integrantes de la familia rural o campesina, a través del crecimiento armónico del capital humano y económico que se reflejará a su vez en el desarrollo socio-económico de su localidad, este enfoque tiene como protagonista al productor, representado democráticamente y presente en todas las tomas de decisiones que afecten a sus condiciones (Alonso, et al., 2008).

Sustentabilidad.

Todo proyecto que se promueva y apoye debería propiciar la eficacia y eficiencia partiendo de la premisa que “las necesidades son muchas y los recursos pocos”, un punto en

el cual fallan varias propuestas de intervención es en el proceso de retiro de la ayuda, es decir no se prevé como la organización beneficiaria va a sostener el proceso y peor aún cómo va a ser sustentable, además se debe considerar el reparto equitativo de beneficios, la igualdad de aportaciones, promover el respeto al medio ambiente e incidir en el desarrollo humano, en conjunto estas medidas permitirán en global alcanzar la sustentabilidad y el empoderamiento de los sectores (Arroyo, 2014).

Equidad.

No es lo mismo igualdad que equidad, si hablamos de equidad los apoyos otorgados se deben encaminar a que todos los productores tengan las mismas oportunidades. En el sector rural se debe prestar atención a la clasificación de los productores, podemos hablar de grandes, medianos y pequeños productores quienes necesitarán diferentes grados de intervención para alcanzar el desarrollo, vale la pena también recalcar que el apoyo a grupos de atención prioritaria tendrá que ser priorizado en cualquier estrategia de intervención de corte socio-económico, caso contrario si se presta ayuda de modo general si hablaríamos de igualdad que no siendo malo tampoco es lo deseable (Bravo, 2015).

Autogestión.

El éxito o el fracaso de una propuesta o proyecto descansan en la capacidad de la organización para manejar, controlar y decidir por sí misma y con base en sus propios objetivos, los aspectos organizativos, productivos, técnicos de financiamiento y de comercialización de sus actividades económicas y sociales. La asesoría y apoyos deben enfocarse a impulsar y dinamizar las capacidades individuales y comunitarias con la finalidad de posibilitar su funcionamiento como unidades productivas propiciando una mejor programación para la explotación de los recursos (Badillo, 2016).

Desarrollo Regional.

Se considera como la focalización de las acciones del desarrollo rural en un determinado territorio con características similares en donde convergen la participación activa de diversos actores (entidades gubernamentales, ONG, productores, empresa privada, academia, etc.), en el manejo eficaz y eficiente de los recursos naturales, humanos tecnológicos y financieros y que a su vez se traduce en una mayor capacidad autónoma de crecimiento de sus habitantes y en modificar las relaciones entre los grupos sociales, promoviendo de este modo el mejoramiento económico, social y en general de bienestar de la población de dicho territorio. Toda organización debe buscar incrementos en los niveles de producción, productividad e ingresos económicos lo cual redundará en mejores condiciones de vida para sus integrantes, sus familias y por ende de la localidad (Fernández, 2013).

Sistemas Organizacionales.

Un sistema organizacional explicado de una manera sencilla es una red de personas orientadas hacia objetivos comunes de procesos productivos, operacionales y administrativos, la cual a su vez siempre está inmersa en una red mayor de procesos y sistemas con los cuales interactúa. Las organizaciones son un sistema social, que adopta una estructura determinada por su interacción dinámica con los sistemas que forma su medio ambiente: socios, proveedores, etc. En su conjunto un organismo social es un sistema de partes interrelacionados operando unas conjuntamente con otras. La interconexión entre las operaciones que la organización lleva a cabo y el estilo adoptado por su dirección produce resultados de conjunto que determinan el nivel de exigencias al cual puede ser sometida su productividad (McKennitt, 2011).

La organización económica de los productores, como acción institucional, es un proceso de desarrollo y consolidación de las modalidades de asociación y representación que

los propios productores, con base en las leyes, adoptan para tener un mayor control de sus procesos productivos de transformación y comercialización de productos y servicios. Lo esencial de este tipo de procesos es el compromiso de los productores para: el establecimiento y funcionamiento adecuado de sus órganos de gobierno; la adopción y acatamiento de normas que orienten las relaciones internas y externas del mismo; la formulación y ejecución de sus proyectos; la implantación de sistemas administrativos, de auditoría y contables profesionales; de mecanismos de información y de participación en la toma de decisiones, de una distribución justa del trabajo, de sus beneficios y utilidades, de patrimonio (acciones o partes sociales) y responsabilidades (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, 2009).

Cadena Productiva.

Se define como cadena productiva a todo el proceso que sigue un producto agrícola, pecuario o forestal a través de las actividades de producción, transformación e intercambio y comercialización, hasta llegar al consumidor final. Incluye, además, el abasto de insumos (acceso a factores de la producción como semillas, insumo, capacitación, crédito, maquinaria, etc.), así como todos los servicios que intervienen de manera significativa dichas actividades. La participación de los productores y habitantes rurales en las cadenas productivas se puede dar en forma individual o asociativa, siendo esta última una mayor participación en el valor agregado que genera cada parte de la cadena, por lo que es de suma importancia y sería la más deseable, por tanto, es muy importante que los productores se organicen y definan el tipo de intervención que tendrían en el proceso no solo de producción sino también de comercialización (Franco, 2015).

Productor.

“Se conoce como productores a los representantes agrarios del campo; es una persona civil o jurídica que adopta las principales decisiones acerca de la utilización de los recursos disponibles y ejerce el control administrativo sobre las operaciones de la explotación agropecuaria. El productor tiene la responsabilidad técnica y económica de la explotación, y puede ejercer todas las funciones directamente o bien delegar las relativas a la gestión cotidiana a un gerente contratado" (FAO, 2017).

En el mismo documento, se presentan varias opciones para caracterizar los diferentes tipos de productores. La primera división comprende dos tipos: 1) los privados y 2) de la administración pública. Entre los privados se consideran las siguientes posibilidades: a) individuo, b) hogar, c) dos o más individuos de diferentes hogares o dos o más hogares, d) empresa y e) cooperativa, f) otras (categoría abierta para toda forma de organización particular que se dé en la región en estudio). Para las explotaciones del sector público no se hace ninguna especificación” (FAO, 2017).

Intermediario.

Se considera como intermediario a cualquier individuo, institución o empresa que conecta a los productores y los consumidores, bien sea para poner de acuerdo simplemente a dos partes diferentes de un mismo proceso productivo, sin adquirir nunca la propiedad de los activos con los que trafica, o bien sea asumiendo mayores riesgos y responsabilidades en dicho proceso. Según que operen en el mercado de productos o en el mercado financiero, a los intermediarios se les califica de comerciales y financieros, respectivamente (Bravo, 2015).

Intermediario Mayorista.

Son los acopiadores en gran escala de productos agropecuarios. Su actividad evolucionada a lo largo del tiempo puede incluir también el acopio y la recolección de los

productos en el campo. A través de este eslabón de la cadena se logra planificar de mejor manera los tiempos prescritos para el mercado interno (Alonso, et al., 2008).

Intermediario Detallista o Minorista.

Subsiguiente eslabón de la cadena, se caracteriza por actores agrupados que ofertan de manera directa la oferta a los consumidores finales. Manejan precios y tendencias del mismo (Murillo, 2015).

Consumidor.

En economía se define a un consumidor como aquella persona u organización que demanda bienes o servicios a cambio de una recompensa económica, estos bienes o servicios son ofertados por el productor o el proveedor de bienes o servicios. Es decir, es el actor final y de gran importancia en cualquier actividad económica. El concepto de producción agrícola es aquel que se utiliza en el ámbito de la economía para hacer referencia al tipo de productos y beneficios que una actividad como la agrícola puede generar. La agricultura, es decir, el cultivo de granos, cereales y vegetales, es una de las principales y más importantes actividades para la subsistencia del ser humano, por lo cual la producción de la misma es siempre una parte relevante de las economías de la mayoría de las regiones del planeta, independientemente de cuan avanzada sea la tecnología o la rentabilidad. “La producción agrícola es una variable que quienes trabajan en el área deben tener muy en cuenta a la hora de pensar en créditos o beneficios. Esto es así porque la producción agrícola debe ser controlada y organizada de manera apropiada, conociendo los ciclos de la naturaleza y de los productos a cultivar, así como también los factores climáticos que muchas veces pueden hacer perder años de trabajo. Además, se deben también considerar elementos como el almacenamiento de los productos ya obtenidos en espacios apropiados y que no permitan que esos productos se echen a perder. Finalmente, para que la producción agrícola sea redituable,

la misma debe permitir recuperar las inversiones realizadas y superarlas en pos de generar algún tipo de ganancias al empresario” (Alonso, et al., 2008).

La comercialización.

Al mencionar la palabra comercialización es la acción y efecto de colocar en venta un producto con las condiciones y vías de distribución para su venta.

La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales. Se da en dos planos: Micro y Macro y por lo tanto se generan dos definiciones: Micro comercialización y Macro comercialización.

- **Micro comercialización:** Observa a los clientes y a las actividades de las organizaciones individuales que los sirven. Es a su vez la ejecución de actividades que tratan de cumplir los objetivos de una organización previendo las necesidades del cliente y estableciendo entre el productor y el cliente una corriente de bienes y servicios que satisfacen las necesidades.
- **Macro comercialización:** Considera ampliamente todo nuestro sistema de producción y distribución. También es un proceso social al que se dirige el flujo de bienes y servicios de una economía, desde el productor al consumidor, de una manera que equipara verdaderamente la oferta y la demanda y logra los objetivos de la sociedad (Rivadeneira, 2012).

La comercialización no es la simple transferencia de productos hasta el consumidor sino por el contrario va más allá como colocar el producto en un sitio y momento adecuado conllevando de esta manera a la satisfacción que espera el consumidor (Carrera, 2018).

Cadena de Comercialización, es una actividad que permite al productor hacer llegar un bien o un servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar, puesto que la comercialización no es solo la simple transferencia de productos hasta las manos del consumidor por el contrario una buena comercialización es dar la satisfacción al consumidor es decir colocar el producto en el sitio y momento adecuado (Franco, 2015).

Mercado.

Es el lugar en donde asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar la transacción de bienes y servicios en un determinado precio, comprende todas las personas, hogares que tienen necesidades a ser satisfechas con los productos de los ofertantes (Grajales, 2010).

Basar un sistema en la economía de mercado da importancia a los equilibrios originados entre oferentes y demandantes, que determinarán sus asignaciones de bienes y servicios a producir y consumir, con un alto grado de independencia de poderes o instituciones (Sevilla, 2016).

Tipos de mercado.

Acercar de los tipos de mercado ninguna organización logra operar en todos los mercados, se debe agregar seis tipos de mercados que ayudaran a las organizaciones a seleccionar cuidadosamente su porción de mercado que van a atender.

a) Desde el punto de vista geográfico: Si consideramos el ámbito geográfico puede ir desde el espacio más cercano al productor (local) hasta el más distante y amplio (global).

- **Mercado local:** Es el mercado que se encuentra en una zona pequeña y bien definida.

- **Mercado regional:** Aquel que está representado por una región.
- **Mercado nacional:** Está representado por todo un país.
- **Mercado internacional:** Es la clase de mercado que se localiza en el extranjero, considerando uno o dos países.
- **Mercado global:** Es el que se localizará y tratará de entrar a nivel mundial, es decir, la idea es ir abarcando el mayor número de países en diferentes continentes.
- **Mercado del consumidor:** Se define como aquel en donde los productos y servicios son comprados por personas para su uso y gasto personal, no para ser revendidos o procesados para algo más.

b) Desde el punto de vista del consumidor. En este aspecto tendríamos tres tipos de mercados fundamentales: el del consumidor, el del industrial y el organizacional o institucional.

- **Mercado industrial:** está conformado por personas y empresas que compran insumos, materias primas y servicios para la producción de otro tipo de bienes y servicios.
- **Mercado organizacional o institucional:** es una variante del mercado industrial; está conformado por instituciones públicas, empresas de servicio y organismos no gubernamentales que adquieren productos para cumplir con sus fines.

c) Desde el punto de vista de la intermediación. Mercado del revendedor, que se compone de personas y organizaciones que obtienen ganancias sobre el precio de venta, al comprar y revender productos y servicios a otros.

d) Desde el punto de vista de los servicios. Sin duda el mercado de servicios resulta cada vez más importante para la economía de cualquier país.

- **Mercado financiero:** son todas aquellas organizaciones privadas dedicadas a la actividad financiera, como los bancos, las casas de bolsa, las casas de cambio, las compañías de seguros.
- **Mercado de la salud:** en la medida que se ha incrementado y diversificado la problemática de salud de la población en el mundo, inevitablemente este mercado ha crecido.
- **Mercado de turismo:** conformado por todas aquellas personas y empresas dedicadas a prestar servicios de cualquier índole (Hernandez, et al., 2015).

El maíz es uno de los productos agrícolas más importantes de la economía del país, por su elevada incidencia social, ya que el 80% de la producción total proviene de unidades familiares campesinas (FAO, 2011).

Así, en el Ecuador, se cultivan alrededor de 52.714 ha, de maíz suave seco, se cosecha 46.791 ha, con una producción de 49.853 t, con una venta de 27.986 t (INEC, 2019).

En la Provincia Bolívar se cultiva alrededor de 13.213 ha, de maíz suave (seco), agricultores independientemente y 241 ha, asociados de las cuales se cosechan 13.142 ha, y 241 ha, respectivamente con una producción de 13.189 t, y para la venta un total de 9.454 t, que representa el 71.68 % de la producción total el restante 28.32 % es para el auto consumo. En producción y ventas con asociados equivale al 58.3% y 41.7% respectivamente (INEC, 2019)

En este contexto, la provincia ocupa un lugar destacado en la producción de maíz en el Ecuador y es considerado como uno de los más importantes para el sector agrícola, adicionalmente el dar valor agregado a los productores representa una buena alternativa para mejorar la producción y productividad, dentro de este contexto es importante desarrollar productos enmarcados en las tradiciones del país. La producción y consumo como es la

harina de choclo y maíz tierno procesado o semiprocesados, dará la posibilidad de comercializar el choclo de forma distinta para las épocas en las que haya demasiada oferta y precios más bajos.

Políticas de precios de ventas.

Una política de precios de venta es un conjunto de principios y reglas que se siguen durante la fijación del precio a la venta de productos o servicios las políticas pueden contemplar: la conservación de la relación costo y precio de venta en un mercado maduro, la continuación de posicionamiento de la firma, los propósitos de expansión, las consecuencias de competir, la superación o cambio del precio de venta, la relación con los precios de la competencia, la calidad (Magallón, 2015).

Por otra parte, en nuestro país quien fija el precio oficial de comercialización es el MAG incorporando el arancel promedio aplicable al momento del cálculo, ajustando el costo del flete y demás costos que consideran al momento de obtener dicho precio, el precio de comercialización tendrá carácter mensual y el MAG lo establecerá hasta el 25 de cada mes en la página web que las organizaciones de productores disponen para su comunicación (SCPM, 2017).

El cumplimiento del acuerdo ministerial 057, en referencia al precio oficial de sustentación de maíz suave seco, se presenta como una estrategia de mejoramiento de la comercialización de este importante rubro en la Provincia Bolívar, teniendo en cuenta la inserción y participación de todos los actores de la cadena.

Análisis de la oferta y la demanda.

La oferta y la demanda son 2 fuerzas determinantes en el comportamiento del mercado y que una economía puede y pone a disposición del mercado un bien o servicio. La oferta es la cantidad de un bien que las empresas productoras están dispuestas a producir en

una unidad de tiempo, el precio juega un papel primordial en el comportamiento de la oferta puesto que el precio de los factores de producción dependen de la cuantía ofertada, habría que decir también que dentro del análisis del mercado la demanda es la cantidad de un bien que los consumidores están dispuestos a adquirir en unidad de tiempo, la demanda de un bien depende de su precio en función de la cantidad demandada de un bien, así mismo la demanda se ve afectada por el tamaño de la población ya sea por cambios en la renta y como este repartida en general cuando aumentan los ingresos de los consumidores tienden a adquirir más (Hoyo, 2014).

2.5. Oferta del maíz en el mercado.

Análisis de la producción a nivel mundial, en lo que respecta al volumen de producción de maíz para el año 2019 se registró un pronóstico 1.140,1 millones de toneladas, con respecto al año 2018 que fue de 1.114,9 millones de toneladas lo que significa que abra un incremento del 2,3% hasta finales del 2019, el 34,18% en producción de maíz suave seco se concentra en Norteamérica, convirtiéndose como el principal productor a nivel mundial, seguido por Asia con el 31,81%, Sudamérica 13,71%, Europea 10,6%, África 6,8%, Centroamérica 2.85% y Oceanía con el 0,05% , cabe mencionar que el 53,95 % lo producen países en desarrollo y el 46,3% los países desarrollados (FAO, 2019).

Con respecto a la producción nacional actualmente el último boletín publicado en abril del 2019 la producción del año 2018 fue 49,853 toneladas de maíz suave seco con una disminución de 0,4% en producción con respecto al anterior censo publicado del año 2017 que fue de 50,053 toneladas (INEC, 2019).

Los agricultores de nuestro país disponen actualmente de Noventa y dos centros de acopio, ubicados en las provincias de Los Ríos, Manabí, Guayas, Loja, Morona Santiago, Orellana, El Oro, Chimborazo, Cañar, Bolívar, Cotopaxi y Carchi, facilitan la venta de

productos que cultivan pequeños y medianos agricultores. centros para procesar y comercializar maíz, estos centros de acopio operan en las provincias de Loja, Guayas, Los Ríos, Orellana y Manabí (MAG, 2019).

Hecha la consideración anterior los centros de acopio constituyen los medios para la venta y comercialización del maíz suave seco, estos son los canales de comercialización: unidad nacional de almacenamiento, centros de acopio asociados, centro de acopio particulares, caso de estudio es el centro de acopio asociado (MAG, 2019).

2.5.1. Rentabilidad del sector agropecuario.

El crecimiento empresarial tiene por objetivo conocer la rentabilidad que un sector de la producción tiene, sus estrategias y sobre todo el motivo del éxito identificando factores que influyen en su crecimiento, en vista que no hay a ciencia cierta fórmulas que permitan garantizar dicho crecimiento, la rentabilidad en el sector acuícola del norte del Perú tuvo un desarrollo significativo, a raíz de un estudio financiero que pudo determinar una rentabilidad considerable, con el cálculo de indicadores que permitieron una adecuada inversión del sector y potencializar la diversificación de productos de exportación de países en vías de desarrollo, a por ende la reducción del déficit de la balanza comercial (Arroyo, et al., 2014).

Es por ello que los gobiernos de estos países emergentes están destinados dentro de sus presupuestos estatales un porcentaje significativo para la inversión y repotenciación de los sectores agro productivos. La inversión en este sector ha experimentado un creciente desarrollo de por lo menos el 25% para las exportaciones.

Los aspectos económicos y financieros, permiten establecer rubros y factores decisivos en la formulación de un proyecto de inversión los mismos que permitirán orientar la operacionalización del proyecto en sus etapas iniciales y en la logística para su desarrollo sustentable, los aspectos a considerar son: el capital de trabajo, la inversión (Arroyo, 2014).

Un adecuado análisis de la inversión garantiza una rentabilidad al sector agropecuario, a su vez diversifica el portafolio de productos para la exportación. La productividad puede ser definida como el aumento de la producción de una unidad utilizando la menor cantidad de insumos y recursos por lo tanto la productividad es una forma de eficiencia.

La productividad está estrechamente relacionada con un análisis efectivo y eficiente de la rentabilidad de la cosecha de maíz, en este caso particular la rentabilidad se estudia para el aumento de la producción por hectárea (Ríos, et al, 2018).

Las variables que interviene en la rentabilidad de la producción de maíz entre las principales: el rendimiento físico que hace referencia a la cantidad de producción de maíz por toneladas en relación a hectáreas, y los ingresos que representan los costos más ganancias brutas por hectáreas medidas en unidad monetarias. En el cultivo de maíz forrajero según estudios del porcentaje de rendimiento fue del 35% por hectárea en un periodo determinado en el estudio (MAG, 2013).

La comercialización no es la simple transferencia de productos hasta el consumidor sino por el contrario va más allá como colocar el producto en un sitio y momento adecuado conllevando de esta manera a la satisfacción que espera el consumidor (Alonso, et al., 2008).

2.6. Cadena de comercialización.

Es una actividad que permite al productor hacer llegar un bien o un servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar, puesto que la comercialización no es solo la simple transferencia de productos hasta las manos del consumidor por el contrario una buena comercialización es dar la satisfacción al consumidor es decir colocar el producto en el sitio y momento adecuado (Franco, 2015).

Manifiesta que una cadena de comercialización es efectiva cuando genera un flujo continuo de retroalimentación en la situación en que se encuentra el mercado, esta información permite mantener a los agricultores en contacto con las necesidades cambiantes de los mercados, tal conocimiento capacita a los productores para que tengan confianza en sus negociaciones y ampliar su visión en la calidad y precio de productos con la competencia.

La cadena de comercialización se desenvuelve en dos aspectos que se detallan a continuación:

Micro comercialización. - hace hincapié desde la observación de los clientes y actividades de las organizaciones individuales que los sirven, se basa en el cumplimiento de los objetivos de una organización previniendo las necesidades del cliente y estableciendo una relación entre el productor y el cliente satisfaciendo las necesidades (Moya, 2018).

Macro comercialización. - es un proceso social que hace énfasis al flujo de bienes y servicios de una economía desde el productor al consumidor, de una manera que equipare la oferta y la demanda logrando obtener objetivos de una sociedad (Moya, 2018).

2.6.1. Canales de comercialización.

Un canal de comercialización en una estructura de negocios y organizaciones interdependientes que va desde el punto de origen del producto hasta el consumidor, está formado por personas y compañías que intervienen en la transferencia de la propiedad de un producto a medida que este pasa del fabricante al consumidor final (Gómez, 2010).

En su gran mayoría la comercialización de productos agrícolas se encuentran bajo la acción de intermediarios quienes colocan estos productos en diferentes mercados sea a nivel local e internacional debilitando al sector agrícola. Esta situación ha sido referida por Arcentales quienes estiman que el 80% de la producción nacional se encuentra en manos de intermediarios y solo un 20% lo realizan a través de la comercialización directa. El problema

que se da en donde no se concentran grandes niveles de producción y no se cuenta con centros de acopio cercanos es que no se puede cubrir los costos de transporte de manera individual por tal motivo aparecen los intermediarios que adquieren el maíz a varios productores pero a un precio menor de lo establecido por MAGAP con la explicación que ese costo se debe a cubrir los costos de transporte motivo por el cual los agricultores al no tener más opciones de comercialización acceden dar a ese precio, simbolizando que el intermediario se lleve el beneficio generado por el agricultor. En base a todo lo anterior los canales de comercialización se refieren a la descripción a la manera de comercializar un producto del agricultor al consumidor de acuerdo a las instituciones y agentes que enlazan el proceso. Los canales cumplen con la función de facilitar la distribución y entrega de productos al consumidor final. En la figura 1 se describe cada uno de los canales analizados por Baca (2016).

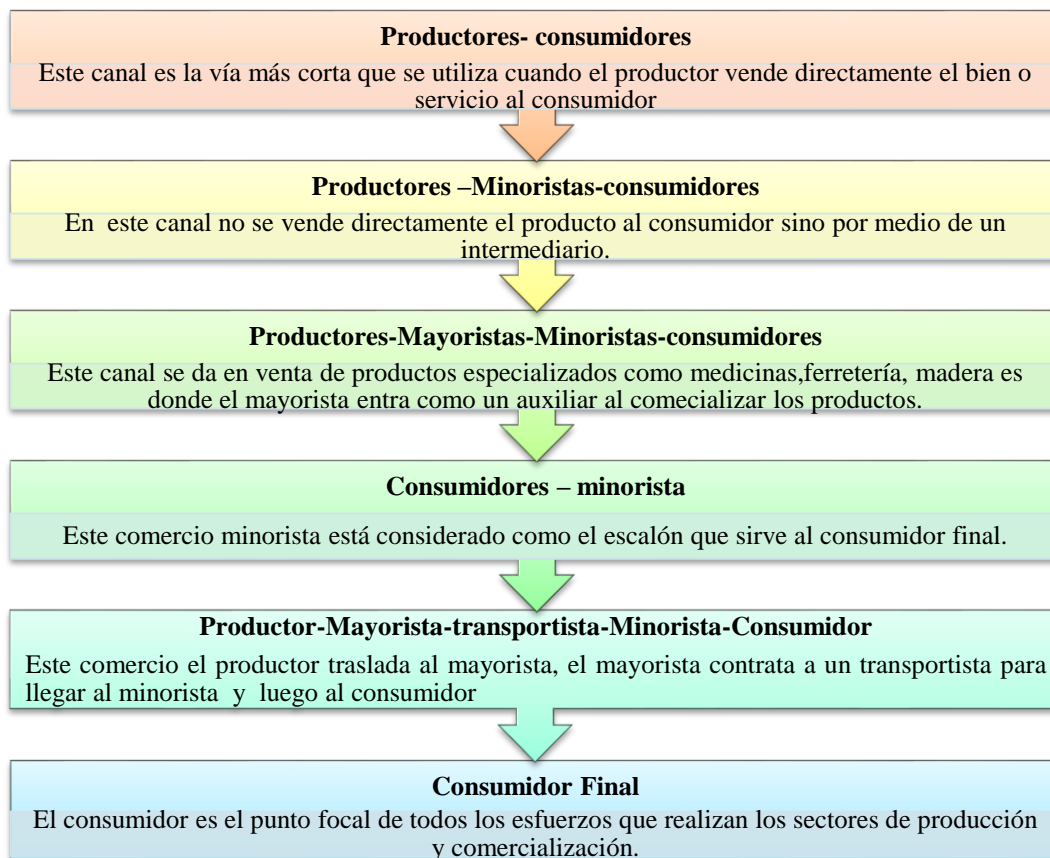
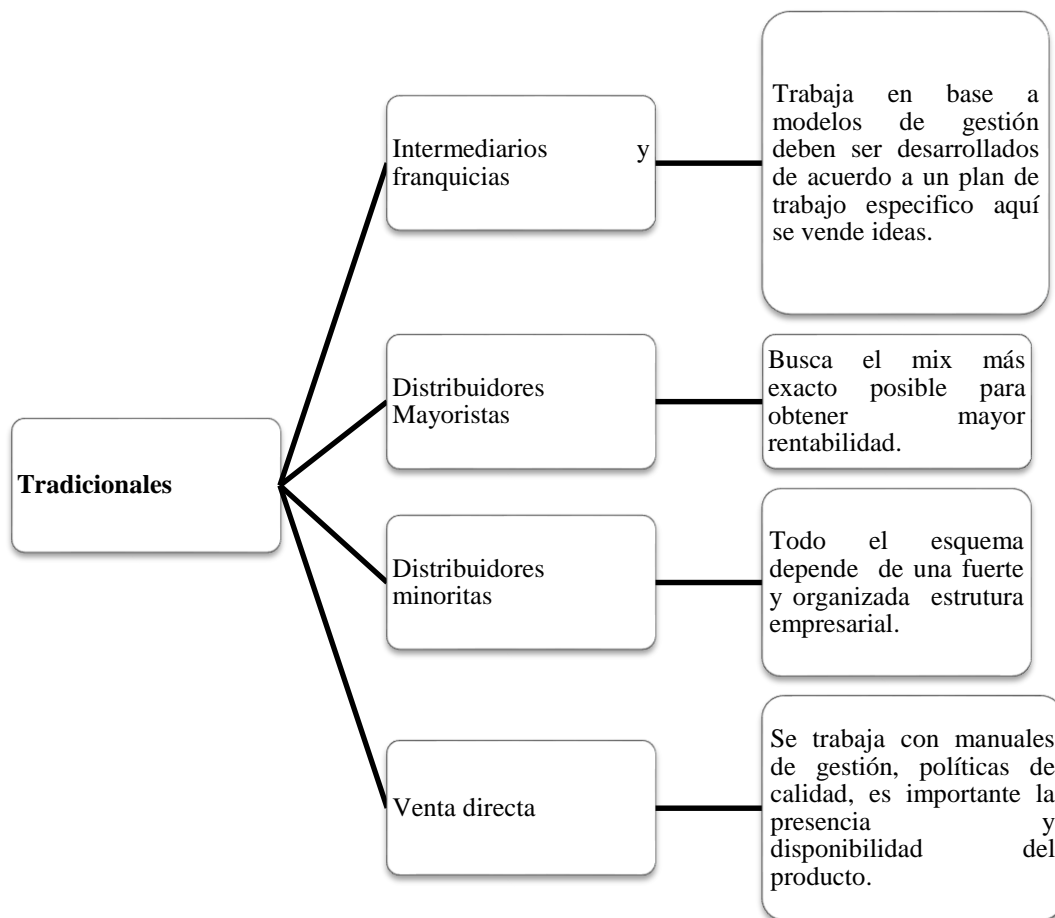


Figura 1. Descripción de los canales de comercialización.
Fuente: Adaptado de Baca (2016).

Desde un enfoque administrativo Fernandez (2016) establece en figura 2 los canales de comercialización en donde se menciona los tipos y como han ido evolucionando con el pasar el tiempo.



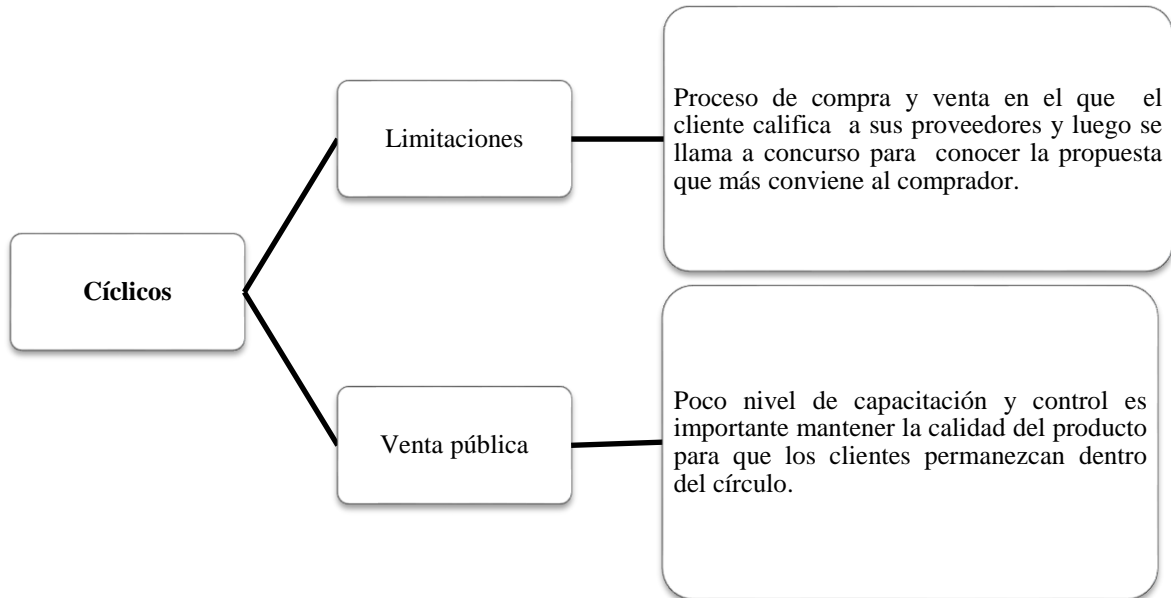
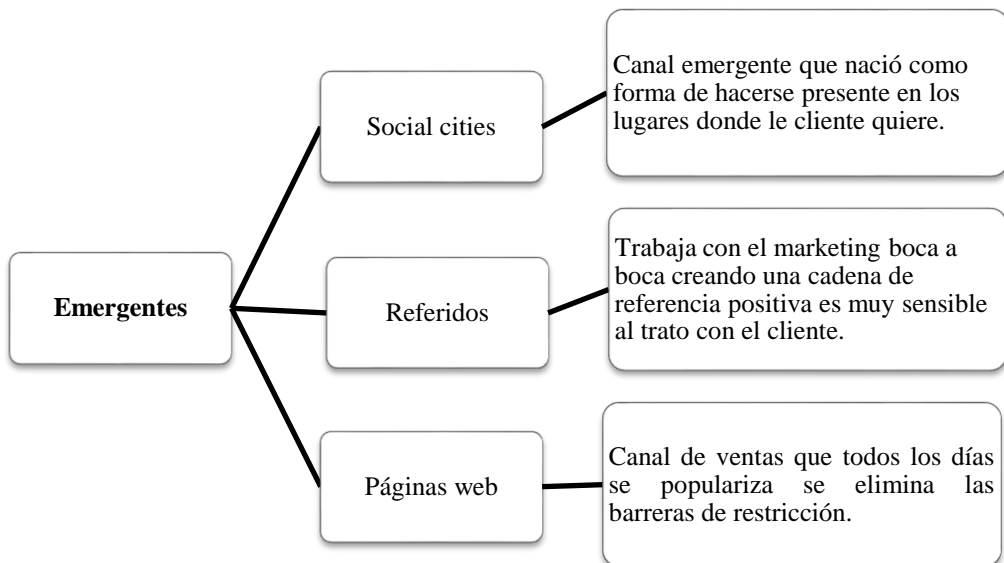
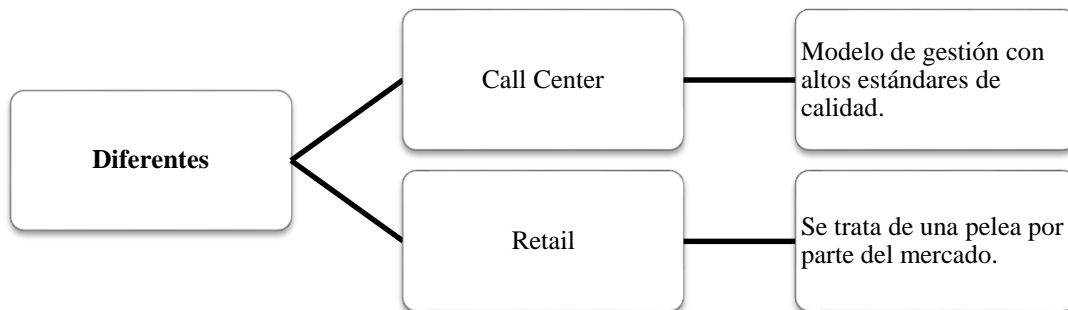


Figura 2. Evolución de los canales de comercialización.
Fuente: adaptado de (Fernández, 2016).



La comercialización de los productos agropecuarios es una etapa importante como la producción en mucho de los casos puede implicar diferencias significativas en la rentabilidad de la actividad. El mercado de productos agrícolas se comporta de manera perfecta donde los

vendedores y compradores tienen alto grado de importancia que se debe considerar como menciona (Hernandez, 2015).

Acopio, presta servicios de acondicionamiento, almacenaje e intermediación en la venta:

Industria. - molinos harineros, industrias del aceite, fábricas de alimento, balanceado, fábricas de jugo, molinos arroceros.

Exportador. - enviar o vender un producto de la tierra o de la industria a un país extranjero.

Corredor: - presta servicios de intermediación en la venta de la mercadería

Cooperativa. - hace las veces de acopiador.

2.6.2. Funciones de Comercialización.

Las funciones que cumple la comercialización son: comprar, vender, transportar, almacenar, estandarizar, clasificar, financiar, y obtener información del mercado a continuación se detalla las principales funciones:

- a. Comprar. - consiste en buscar y evaluar bienes y servicios para poder adquirirlos eligiendo el más beneficioso para quienes intervienen en la cadena de comercialización.
- b. Venta. - promueve el producto para recuperar la inversión y obtener ganancias.
- c. Transporte. - es una de las principales funciones logísticas, representa la mayor parte de los costos logísticos en la mayoría de las organizaciones (Carrera, 2018).

2.6.3. Costos de Comercialización.

Los costos de comercialización surgen de los contactos entre vendedores y consumidores además hace hincapié en la siguiente fórmula: Costos de distribución=costos de comercialización=costos de operación, al hablar de costos de comercialización son todos los repartos que se efectúa para poner el producto en el

mercado y de esta manera obtener su recuperación por medio de la venta. De todo lo anterior se deduce que los costos de comercialización son egresos en función de las ventas realizadas en un periodo de tiempo a la vez incluyen costos de promociones de ventas, publicidad, distribución física e investigación de mercadeo.

Gastos de Exploración	Gastos Generales	Gastos de Cobranza	Gastos de Distribución	Gastos de Preparación y Entregas
Publicidad	Administración	Cobranza	Expedición	Almacenaje
Gastos de Fuerza	Gastos Generales	Registro de cuentas	Fletes	Empaque
Investigación de mercados	Capacitación	Facturación	Administración	Promoción
	Regalías	Investigación de crédito		
	Impuestos			

Figura 3. Esquematización de los costos de comercialización.

Fuente: Tomado de (Magallón, 2015).

2.7. Antecedentes Investigativos.

El trabajo de tesis “Programa de fortalecimiento de la cadena productiva de maíz suave como aporte al desarrollo de las zonas Rurales de los Cantones Guaranda, Chimbo y San Miguel Provincia Bolívar” proporciona información sobre la producción y variedad del maíz suave de la provincia, además sirve de referencia en la determinación de la cadena productiva protagonizada por múltiples actores desde del productos, proveedores, intermediarios minoristas y mayoristas los cuales afectan a la rentabilidad debido a que los intermediarios son quienes se lucran de este tipo de producción (Dávila, et al., 2017).

“Análisis del costo beneficio en la producción de maíz de la organización autónoma Virgen de Guadalupe de la parroquia Chaquinal, cantón Pindal, Provincia de Loja”, presenta los conocimientos relacionados con el costo/beneficio en la producción de maíz proporcionando herramientas para determinar el resultado de la inversión dentro de la organización agrícola, tendientes a cuantificarlas para tomar decisiones de carácter administrativo (Valencia, 2011).

La cadena de comercialización del maíz blanco (*Zea mays* cultivar guagal) en la Provincia Bolívar, a más de establecer los porcentajes de distribución del maíz en los diferentes eslabones de comercialización, investigando el número de hectáreas disponibles para dicha actividad y la producción promedio provincial de maíz blanco por unidad de superficie en sus diferentes formas de comercialización, permitiendo aumentar sus ingresos y reducir la posibilidad de pérdida al final del ciclo de producción, obteniendo como resultados que la producción de maíz es rentable en toda la zona al final del ciclo esta genera buena rentabilidad al pequeño productor, una rentabilidad sobre las ventas (Rosillo, 2009).

2.8.Fundamentación legal.

2.8.1. Constitución de la República del Ecuador.

La norma suprema de la República del Ecuador establece políticas de Estado a favor del sector agrícola garantizando un ambiente sano que garantice la sostenibilidad, la seguridad y soberanía alimentaria. Sobre la base de las consideraciones anteriores a partir de la vigencia de la Constitución del Ecuador en el 2008 se aprobó una ley que trata sobre la soberanía alimentaria misma que menciona el desarrollo, protección y fomento de la producción como la comercialización en beneficio de los agricultores (INIAP, 2010).

De acuerdo al Art. 281 de la constitución señala que: “ La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiado de forma permanente”. Del anterior planteamiento se deduce que la soberanía tiene como finalidad desarrollar tecnologías e innovaciones que promuevan la creación nacional, realcen la eficacia así como también la productividad del sector (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

En el Art. 401 de la constitución establece al Ecuador libre de cultivos y semillas transgénicas como también declara que: “excepcionalmente y solo en caso de interés nacional se podrán introducir semillas y cultivos genéticamente modificados”, que es lo que ocurre en este momento en el país con la introducción de semilla híbrida; siendo la obligación del Estado regular el uso y desarrollo de la biotecnología moderna como sus productos (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

Ante la situación planteada se reconoce la actividad económica analizada en el Art. 283. Donde se señala que “el sistema económico social y solidario reconoce al ser humano como sujeto y fin”, considerando como objetivo garantizar la producción, reproducción de los escenarios materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir integrándose a este sistema económico por formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria y demás que determina la constitución (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

2.8.2. Ley de Desarrollo Agrario.

La presente ley apoya al fomento, desarrollo y protección al agricultor, que mejore sus conocimientos en la preparación del suelo, cultivo, cosecha como la comercialización interna y externa de la producción, ya sea en forma individual o en forma asociativa mediante el establecimiento de políticas que le otorguen una adecuada rentabilidad, esta ley apoya la implementación de seguros de crédito para el impulso de la actividad agrícola.

La vigente ley posibilita el derecho de acceder a la titulación de la tierra puesto que garantiza la seguridad de la tenencia individual como colectiva en búsqueda del fortalecimiento de la propiedad comunitaria y producción ancestral. Además fija un sistema de libre importación para la adquisición de insumos agrícolas, así como también de materias

primas para la elaboración, manteniendo y la estabilidad del ecosistema, conservación del medio ambiente y defensa de los recursos naturales (Ley de Desarrollo Agrario, 2004).

En el Art. 3 de las políticas agrarias establece proteger al agricultor de ciclo corto que siembra productos de consumo interno, a fin de que exista confianza y seguridad en la recuperación del capital, recompensando el esfuerzo del trabajo del hombre, cabe resaltar también establecer entre sus políticas el perfeccionamiento de la reforma agraria, otorgar crédito, asistencia técnica y protección a sus beneficiarios o aquellos que acceden a la tierra en el futuro (Ley de Desarrollo Agrario, 2004).

El BanEcuador estará obligado a conceder créditos a pequeños y medianos productores, con periodo de pago que se ajuste a su tiempo de cultivo ya que al finalizar el plazo será la fecha para el pago total del mismo. El banco podrá canalizar el crédito a través de cooperativas de ahorro y crédito constituidas en el sector rural u otros intermediarios financieros locales debidamente organizados (Ley de Desarrollo Agrario, 2004).

2.8.3. Reglamento de comercialización de maíz suave.

En el Art. 1 se establece regular la comercialización y absorción de la producción nacional de maíz, el establecimiento del precio doméstico e importaciones, así como también medidas de prevención y garantía de cumplimiento para los productores de la cadena de maíz suave (MAG, 2013).

Este marco legal beneficia a los productores al establecer la prioridad de adquisición del total de la producción doméstica a un precio comercial establecido como limitar el volumen de importaciones a complementar el déficit de la oferta nacional.

Dentro de las sanciones, medidas de prevención y garantías de cumplimiento serán efectuadas en función de las establecidas en la Ley Orgánica de Regulación y control de

Poder de Mercado, tal como se establece en el Art. 32 del presente reglamento (Acuerdo Ministerial N° 067 MAG, 2019).

2.8.4. Ley Orgánica de regulación y control del poder de mercado.

En el Art. 1 el objetivo es evitar, prevenir, corregir, eliminar y sancionar el abuso de operadores económicos con poder de mercado, con el fin de proteger a los consumidores, a los empresarios, pero sobre todo a los pequeños y medianos productores. El hecho de interactuar en el mercado, hace que el sector tenga una relación directa con esta ley ya que la misma busca la eficiencia, comercio justo y bienestar general, en pro de un sistema económico social, solidario, y sostenible de todas las personas que interactúan en el mismo (SCPM, 2011).

Dentro de los lineamientos para la regulación y principios para la aplicación de esta ley Art. 4 en el séptimo lineamiento especifica el impulso y fortalecimiento del comercio justo para reducir las distorsiones de la intermediación.

En el Art.7 se menciona que el poder de mercado se define como la capacidad de los operadores económicos para influir significativamente en el mercado, dicha capacidad se puede alcanzar de manera individual o grupal. Los operarios económicos deben actuar de modo independiente con prescindencia de sus competidores, compradores, clientes, proveedores, consumidores, usuarios, distribuidores como otros sujetos que participen en el mercado (SCPM, 2011).

El reforzamiento del poder de mercado no atenta contra la competencia, la eficiencia económica y el bienestar general.

El Art. 37 establece la facultad de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado en donde se menciona que corresponde a la Superintendencia asegurar la transparencia y eficiencia en los mercados como fomentar la competencia, la prevención,

investigación, conocimiento, corrección, sanción, y eliminación del abuso de poder de mercado de los acuerdos y prácticas restrictivas de las conductas desleales contrarias al régimen previsto en esta ley, así como también el control, autorización y del ser el caso la sanción de la concentración económica (SCPM, 2011).

La Superintendencia de control del poder de mercado tendrá la facultad para expedir normas con carácter obligatorio en las materias propias de su competencia, sin que puedan alterar o innovar las disposiciones legales como las regulaciones expedidas por la Junta de Regulación (SCPM, 2011).

2.8.5. Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (LOEPS).

En este orden de ideas se puede citar que el sector agrícola es parte de la economía popular y solidaria como se señala en el artículo 8 de la la ley en sus formas de organización ya sea en los sectores comunitarios, asociativos, cooperativas, así como también en las Unidades Económicas Populares.

En el Art. 83 “El Estado fomentará promoverá y otorgará incentivos a las personas y organizaciones amparadas por esta ley, con el objetivo de fomentar e impulsar el desarrollo y cumplimiento de los objetivos en el marco del sistema económico social y solidario” (Ley orgánica SEPS, 2011).

Con referencia a lo anterior en el artículo 132, en los numerales 3,8 y 9 que garantiza la financiación especializada y diferenciada para el sector a través de la Corporación y la banca pública; así como también el acceso a la seguridad social, el intercambio comercial entre el sector de manera transparente y justa, evitando la persistencia de prácticas de abuso del poder económico.

Por las consideraciones anteriores en el Art. 133 se establece que los Gobiernos Autónomos Descentralizados deberán incluir en su planificación y presupuestos anuales la

ejecución de programas y proyectos socioeconómicos como impulsar acciones para la protección y desarrollo del comerciante minorista a través de la creación, ampliación, mejoramiento y administración de centros de acopio de productos, centros de distribución, comercialización entre otros (Ley orgánica SEPS, 2011).

Las medidas de promoción adoptadas por el Estado establece en los numerales que se menciona continuación:

Fomentar el comercio e intercambio justo como el consumo responsable impulsar la conformación y fortalecimiento de las formas de integración económica tales como cadenas y circuitos. En relación con este último en el Art. 138 se dispone que el Estado diseñará políticas de fomento tendientes a promover la producción de bienes en calidad de otorgar tratamientos diferenciados a favor de las actividades productivas, lo que serán otorgados en función de sectores, ubicación geográfica de acuerdo a lo que establece el reglamento (Ley orgánica SEPS, 2011).

2.8.6. Reglamento de Ley Orgánica.

Sobre la base de las consideraciones anteriores en el Art. 132 Cofinanciamiento el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (MAGAP), el Ministerio de Industrias y Productividad en el marco de sus competencias deben conceder el apoyo financiero con fines productivos, incorporarán anualmente en sus presupuestos, recursos destinados para el cofinanciamiento de proyectos productivos y desarrollo del subsidio al seguro agrícola, ganadero, pesquero y acuícola de las organizaciones de economía solidaria en el ámbito de las políticas dictadas por el Comité Interinstitucional y enmarcados en el Plan Nacional de Desarrollo toda una vida (Reglamento de SEPS, 2019).

2.8.7. Plan nacional de desarrollo toda una vida.

El plan nacional de desarrollo toda una vida es el principal instrumento del sistema nacional descentralizado de planificación participativa que contribuye al cumplimiento progresivo de los derechos constitucionales, objetivos de régimen de desarrollo como disposiciones del régimen de políticas públicas y programas que de allí se desprenden, se debe agregar el eje 2 con el objetivo 5 que coadyuvara a fundamentar la investigación que se pretende realizar por consiguiente este eje hace incapie a la economía al servicio de la sociedad del cual se desprende el objetivo 5 que señala impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria apoyandose en su política 5.9 que menciona el fortalecimiento de la asociatividad, circuitos alternativos de comercialización, de cadenas productivas, negocios inclusivos y el comercio justo priorizando la Economía Popular y Solidaria, consolidando de manera redistributiva la estructura productiva del País (Semplades, 2017).

Por otro lado la Gran Minga Nacional Agropecuaria busca consolidar un sistema agroalimentario competitivo, sostenible e incluyente, que asegure a los productores el acceso a los recursos productivos, al mercado local e internacional, contribuyendo al desarrollo socio-económico como a la seguridad y soberanía alimentaria a partir de nueve ejes como son: acceso a mercados, legalización de tierras, crédito, chatarrización, mecanización, asistencia técnica, riego, asociatividad, seguro agrícola y ganadero, kits e insumos (Reglamento de SEPS, 2019).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

En el presente trabajo se emplearon métodos y técnicas de investigación con la finalidad de obtener datos que permitan generar información referente a la problemática planteada, mediante el uso de herramientas estadísticas que permitieron alcanzar los objetivos propuestos.

3.1. Diseño de la investigación.

3.1.1. Tipo de investigación.

En primera instancia el trabajo realizado fue de tipo histórico, porque se basó en datos sobre la comercialización del maíz suave y su dinámica en el mercado, así como aspectos de proyección para un mercado futuro.

La investigación fue de carácter no experimental, debido a que basa sus criterios en la percepción y vivencias de los productores en el campo de comercialización de maíz suave. Además, incluye un componente descriptivo que tiene como premisa la situación actual de producción y comercialización del maíz suave.

3.1.2. Métodos de investigación

Método exploratorio.

Con la finalidad de identificar el estado actual en el sistema de comercialización de maíz suave, se acudió a revisión de datos e información secundaria en instituciones como en el MAG, INIAP, entre otros.

Método descriptivo.

Los actores de la cadena, actuaron como el objeto de estudio que describió las actividades de producción ligadas al maíz suave; así como las fortalezas y debilidades que presentan al momento de comercializar sus productos.

Método deductivo.

La búsqueda de la reglamentación, así como también la regulación, como la sustentación de la normativa general, las leyes, reglamentos, acuerdos ministeriales y gubernamentales vigentes en cuanto a la legalidad y la articulación que garantizan los derechos del plan nacional de desarrollo, la soberanía alimentaria y la contrastación con los teoremas económicos y filosóficos permitieran dar explicaciones particulares a la investigación.

3.2. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos.

3.2.1. Lectura científica.

La lectura científica se utilizó para la elaboración del marco teórico, de esta manera se pudo obtener la información necesaria para entender de mejor manera todo lo referente a las estrategias de comercialización del maíz suave y se realizó un análisis eficiente de este sector, sobre todo conocer su comportamiento en el mercado, distribución como su valor agregado a partir de su financiamiento, inversión y rentabilidad para lo cual se revisó informes, bibliografía web y libros.

3.2.2. Encuesta.

Esta técnica permitió recopilar datos primarios desde los actores de la cadena, en relación a la producción y comercialización del maíz suave.

3.3. Población y muestra.

3.3.1. Población.

La población estuvo conformada por los agricultores de 10 Asociaciones de la Provincia Bolívar, que se dedican a la producción de maíz suave, los mismos que están distribuidos en los Cantones de Guaranda, Chimbo, San Miguel, Chillanes. En este caso la población esta definida por 100 socios participantes, los mismos que son la base para la obtención de datos primarios.

3.3.2. Muestra.

Debido al limitado número de productores presentes dentro de la población, y de que su participación en el proceso de investigación fue de carácter voluntario, la muestra fue establecida de acuerdo a la disposición positiva de cada uno de ellos para ser parte del estudio; quedando establecidos cuatro grupos o conglomerados que corresponden a los cuatro cantones en donde se desarrollo la investigación.

Tabla 3. Muestra por conglomerados.

Cantones	Conglomerados	# de muestras
Chillanes	Conglomerado 1	20
Guaranda	Conglomerado 2	25
San Miguel	Conglomerado 3	24
Chimbo	Conglomerado 4	24
Total		93

Fuente: Encuesta aplicada a productores.

3.4. Procedimiento para el análisis de datos.

Se puede observar la secuencia de las actividades efectuadas para el desarrollo de la investigación.



Figura 4. Actividades realizadas en el estudio de investigación.

3.5. Toma de datos.

La toma de datos se efectuó a partir de la aplicación de un cuestionario estructurado por preguntas dicotómicas que representan la escala de medición nominal, (Hernández et, al., 2014). Las variables que se detallan en el cuestionario aplicado son de tipo social, agrícola y económico.

Para establecer la confiabilidad del instrumento de recolección de datos, se utilizó el método de consistencia interna de Alpha de Cronbach, que toma valores entre 0 y 1, evaluando si la información es perfecta o imperfecta, debido a que considera la homogeneidad de las preguntas utilizadas promediando todas las correlaciones entre todos los ítems que aparecen en el cuestionario. Posteriormente se contó con una base de datos para el análisis e interpretación.

3.6. Análisis e interpretación de los datos.

Con la aplicación de la estadística descriptiva e inferencias, se agruparon los datos obtenidos, generando una base de datos con las características de cada una de las variables, mismas que fueron sistematizadas con la ayuda del software SPSS.

3.7. Validación del instrumento aplicado.

La confiabilidad de un instrumento de medición es considerada como el grado en el que aplicarse de manera repetitiva al mismo objeto de estudio se producirá resultados iguales para ello se aplicó la prueba de Alfa de Cronbach que establece la confiabilidad de cada sección del cuestionario en este caso se consideró la sustentabilidad, gestión de recursos externos e internos a partir de la fórmula mencionada por (González et al., 2015).

El instrumento aplicado a la muestra objeto de estudio a partir de la utilización del software estadístico IBM SPSS Statistics alcanza una valoración de 0,97 lo que indica que es perfecta la información obtenida considerando que mientras más cercano sea a uno tiene mayor fiabilidad.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum v_i}{v_t} \right]$$

Donde:

α = Alfa de Cronbach

K = Número de Items

v_i = Varianza de cada item

v_t = Varianza del total

$$\alpha = \frac{4}{4-1} \left[1 - \frac{6,09}{22,66} \right]$$

$$\alpha = 0,97$$

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Distribución de los productores por género.

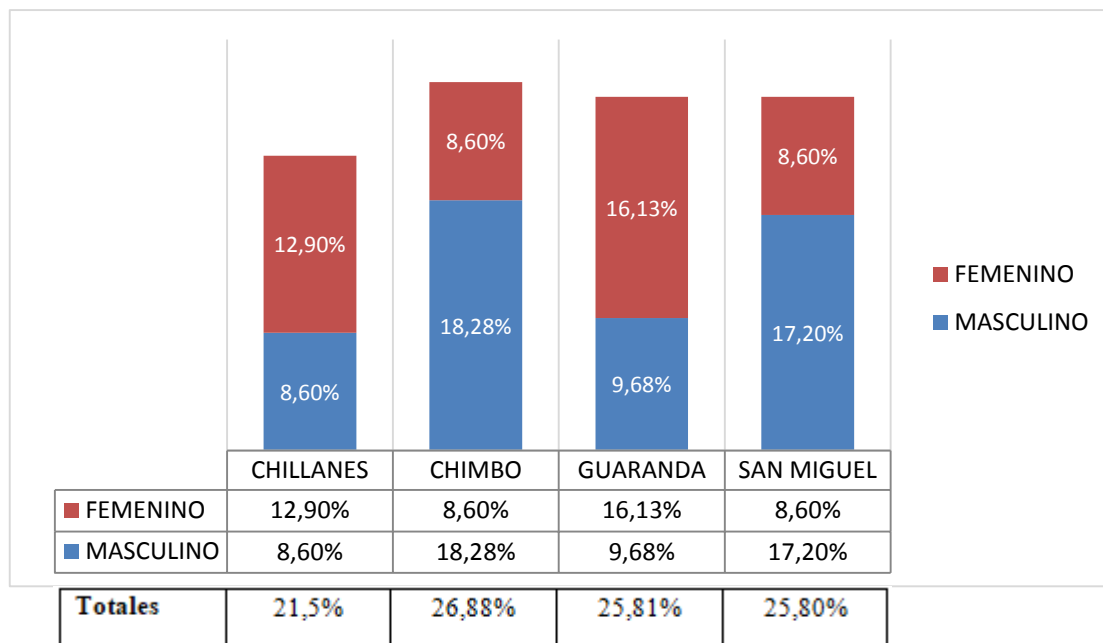


Gráfico 1. Porcentajes de productores por género y cantón.
Fuente: Encuesta aplicadas a productores.

Análisis e interpretación

Los productores (as) de maíz suave en la Provincia Bolívar, se encuentran distribuidos en los cantones de Guaranda, Chimbo, San Miguel, y Chillanes. Para el presente estudio el estrato seleccionado perteneció a pequeños productores que se agrupan en 10 Asociaciones de primer grado, y que tuvieron algún tipo de trabajo conjunto hacia el Ministerio de Agricultura y Ganadería en el rubro de interés.

No existe diferencia significativa en la distribución de los asociados en cada uno de los cantones, con un promedio aproximado al 25 % en cada uno de los lugares en donde se recolectaron los datos. Sin embargo, al analizar a los productores tomando en cuenta su

género, podemos observar claramente que, en los cantones de Chimbo, y San Miguel, el estrato mayoritario corresponde al género masculino con valores promedio que superan el 17 % en relación a la población total, y duplican, al género femenino en su cantón.

En contra posición a los dos cantones mencionados, podemos identificar que en los cantones Guaranda y Chillanes el género dominante dentro de los productores participantes, es el femenino, con valores que se establecen en un promedio del 14 % en relación al total de la población; y que en este caso se presentan duplicando a la participación masculina.

Las tareas agrícolas generalmente son compartidas entre por los miembros de la familia; sin embargo, la participación a nivel de actividades asociativas puede tener un sesgo limitado por factores que están asociados a disponibilidad de tiempo, desarrollo de actividades complementarias a la agricultura, desinterés del productor e incluso cierto grado de machismo.

4.2. Distribución promedio de edades de los informantes.

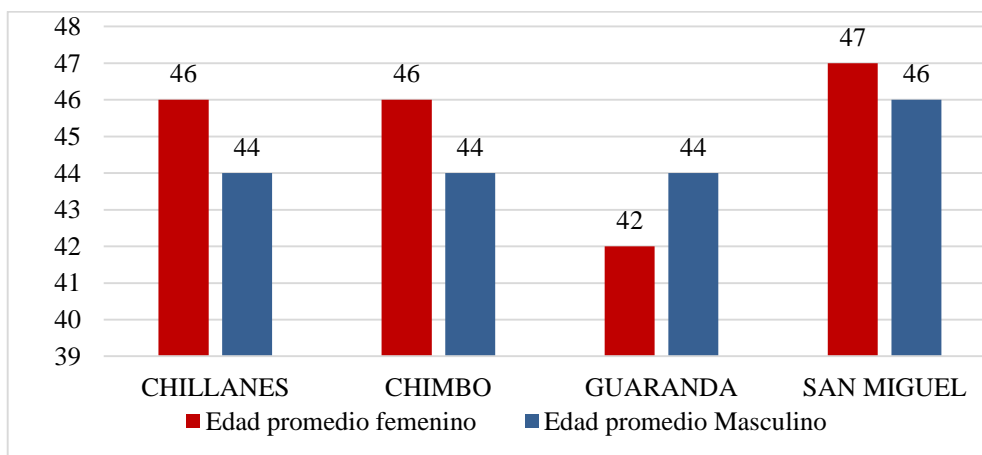


Gráfico 2. Promedio de edades por género y cantón.
Fuente: Encuesta aplicadas a productores.

Análisis e interpretación

El grupo meta en el presente estudio, no escapa al contexto nacional de la agricultura, en donde hace más de una década podemos observar que la edad promedio supera fácilmente

los 47 años de vida, evidenciando el marcado proceso migratorio al que está expuesto el sector de la producción agrícola, limitando de manera considerable la fuerza de mano de obra en las diversas labores culturales, de cosecha y pos cosecha.

Los datos actuales, nos presentan un promedio de 44 años de edad en los productores de los cuatro cantones; observándose los rangos más altos, que superan los 46 años en los productores del género masculino en los cantones de Chimbo y Chillanes, y en las mujeres alcanzamos una edad promedio de 47 años; lo cual evidencia que estos dos cantones presentan una tasa más alta de abandono de las actividades agrícolas por parte de los jóvenes.

En el caso de Guaranda y San Miguel, los datos establecen una edad promedio de 45 años para hombres y mujeres, lo que supondría un grado más elevado de ventajas comparativas para enfrentar la producción desde el punto de vista de la fuerza laboral.

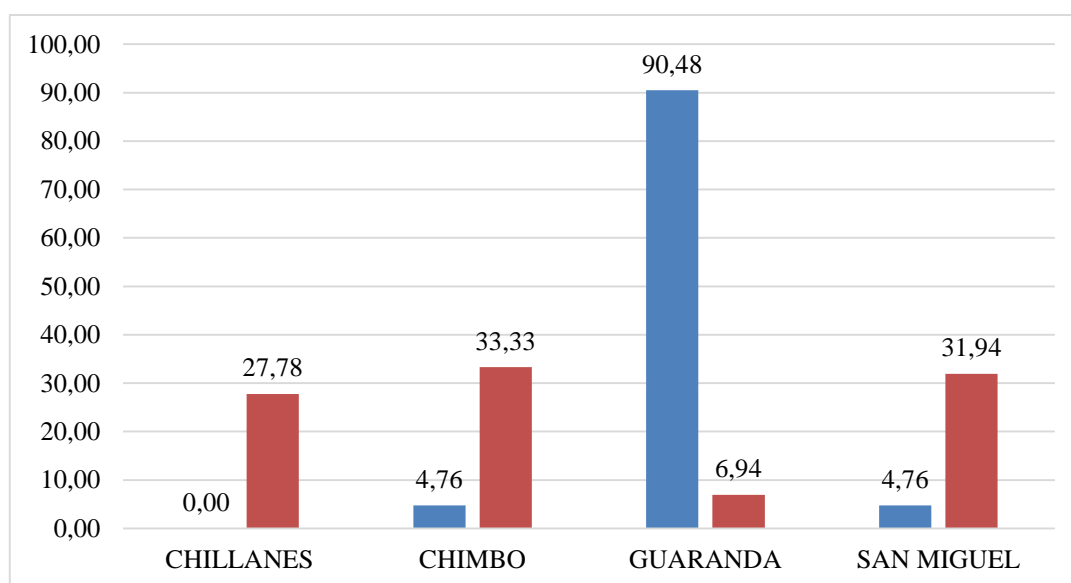


Gráfico 3. Grado de participación asociativa.
Fuente: Encuesta aplicadas a productores.

Análisis e interpretación

Uno de los puntos débiles en las cadenas de los productos agrícolas primarios, es sin lugar a duda la insuficiente e ineficiente asociatividad en cada uno de sus eslabones, entendiéndose que el trabajo asociativo no cumplirá sus metas cuando esta únicamente ligado

a un registro, si no que este proceso debe estar condicionado y regido por una participación activa, y por intereses comunes que permitan alcanzar las metas y productos esperados.

Existe una diferencia muy significativa entre ser un socio de un proceso, y/o ser un socio activo en un determinado proceso.

Como podemos observar en los cantones de Chimbo, San Miguel y Chillanes, pese a que el 100 % de informantes pertenecen a una asociación de productores agrícolas, esto se traduce en una participación efectiva dentro de las mismas para el cumplimiento de sus deberes, y menos aún para la generación de algún beneficio colectivo.

En el caso del cantón Guaranda la participación asociativa se presenta de carácter positivo, alcanzando un rango del 90,48 % de socios que se encuentran realizando actividades y recibiendo algún tipo de beneficio al trabajar bajo el esquema asociativo.

4.3. Diversificación de la economía familiar.

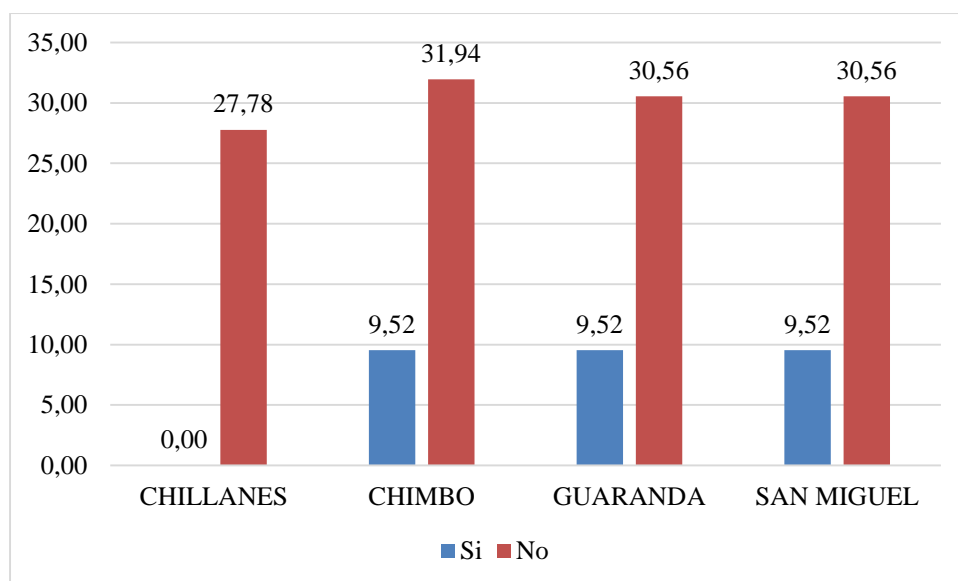


Gráfico 4. Ingresos adicionales a la agricultura.
Fuente: Encuesta aplicadas a productores.

Análisis e interpretación

Los miembros de las asociaciones objeto del presente estudio, pertenecen a un estrato de pequeños agricultores, mismos que según su criterio basan su actividad económica en niveles que superan el 90 % a los procesos agrícolas que desarrollan en sus unidades de producción; y actividades relacionadas al mismo componente en las UPAs de su zona de influencia.

Al analizar este componente se puede evidenciar claramente, que los productores dependen altamente del desarrollo de sus cultivos, ya que, según lo establecido en el presente estudio, existe un limitado 8 % de la población que tiene acceso a una diversificación en sus actividades laborales, que les permitan a su vez diversificar las fuentes de su economía familiar.

4.4. Asistencia técnica para la producción.

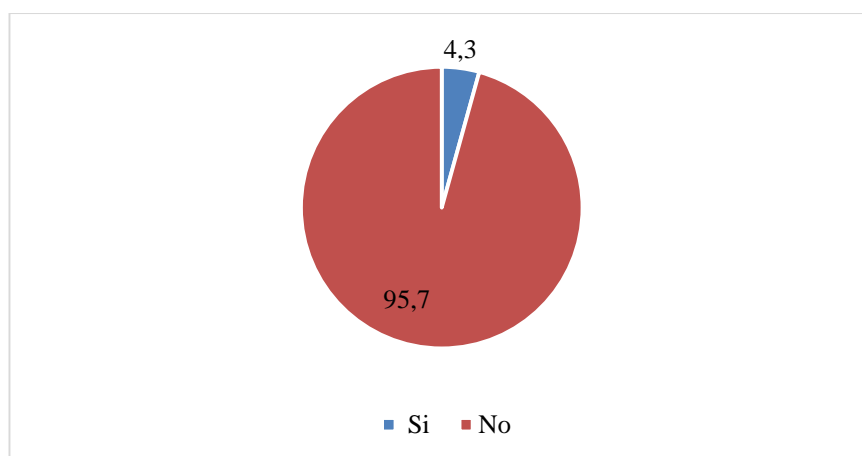


Gráfico 5. Apoyo de Instituciones Públicas u ONG.
Fuente: Encuesta aplicadas a productores.

Análisis e interpretación

Como pudimos identificar en la variable relacionada a la asociatividad, este proceso se encuentra fuertemente debilitado en su componente de participación por parte de sus socios; lo cual a su vez limita en un alto grado sus oportunidades para enlazarse

estratégicamente con instituciones u organismos de apoyo para actividades de transferencia de tecnología y capacitación hacia iniciativas de desarrollo en el sector agrícola.

Los datos lamentablemente corroboran esta difícil situación, en donde escaso 4.3 % de los informantes han recibido apoyo en procesos de transferencias de tecnología y capacitación para trabajar algún componente dentro de sus unidades de producción.

Según sus criterios, podemos identificar que la ayuda recibida por este pequeño grupo de productores está relacionada exclusivamente a procesos ejecutados por el Ministerio de Agricultura y Ganadería en relación a espacios de capacitación y la entrega de kits agropecuarios en eventos puntuales del desarrollo de su planificación y no necesariamente ligados a un requerimiento o necesidad específica de los beneficiarios.

4.5. Distribución de la superficie sembrada con maíz suave.

Tabla 4. Hectáreas cultivadas por cantón.

Cantones	Hectáreas.					
	1 - 2	%	2 - 3	%	> - 3	%
CHILLANES	19	28,36	1	4,17	0	0
CHIMBO	14	20,90	11	45,83	0	0
GUARANDA	18	26,87	5	20,83	1	50,00
SAN MIGUEL	16	23,88	7	29,17	1	50,00
Total	67	100,00	24	100,00	2	100,00

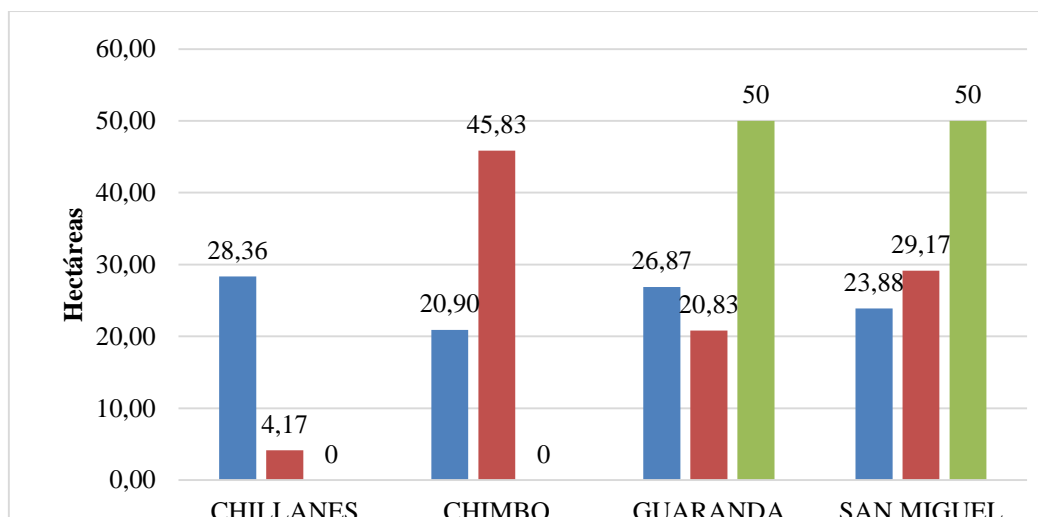


Gráfico 6. Hectáreas cultivadas por cantón.
Fuente: Encuesta aplicadas a productores.

Análisis e interpretación

En la Provincia Bolívar y sus cantones de la zona sierra, se presenta de una manera muy evidente un fuerte proceso de minifundio, relacionado a la tenencia de la tierra y a características específicas de sus sistemas de producción, mismos que se relacionan a su vez con elementos como la topografía, acceso y disponibilidad de riego, acceso a crédito y transferencia de tecnología, entre otros.

Se estableció previamente en este documento, que el grupo de informantes pertenecían a un estrato de pequeños productores de maíz suave, lo cual se puede evidenciar claramente en los datos referidos a la presente variable, en donde podemos observar que únicamente un aproximado 4 % de la población dispone de un número mayor a 3 ha para el cultivo de dicha gramínea; y se observa además que un rango entre el 56 % y el 95 % de la población de los cuatro cantones en general, únicamente disponen de entre 1 y 2 hectáreas para el proceso productivo del maíz suave.

En este sentido, y relacionando con las variables como nivel de asociatividad y apoyo para la producción, se puede inferir que una condicionante para una comercialización a mediana escala es sin lugar a duda la poca disponibilidad de producto en volúmenes que permitan establecer condiciones de venta frente a sus mercados potenciales. Recordemos además que los niveles de productividad de maíz seco en promedio se establecen para nuestra provincia en un rango de 2.5 a 3 t/ha, lo cual evidencia el bajo potencial que tendrían estos sistemas para incidir positivamente sobre su economía familiar.

4.6. Variedades cultivadas por los productores de maíz suave.

Tabla 5. Variedad cultivada por los productores de maíz suave.

Cantón	Variedad Cultivada	%
Chillanes	20	21,51
Guagal Mejorado INIAP 111.	1	5,00
Guagal Nativo.	19	95,00
Chimbo	25	26,88
Blanco De Leche.	1	4,00
Guagal Mejorado INIAP 111.	23	92,00
Guagal Nativo.	1	4,00
Guaranda	24	25,80
Guagal Mejorado INIAP 111.	5	20,83
Guagal Nativo.	19	79,17
San Miguel	24	25,81
Blanco De Leche.	2	8,33
Guagal Mejorado INIAP 111.	5	20,83
Guagal Nativo.	17	70,83
Total General	93	100,00

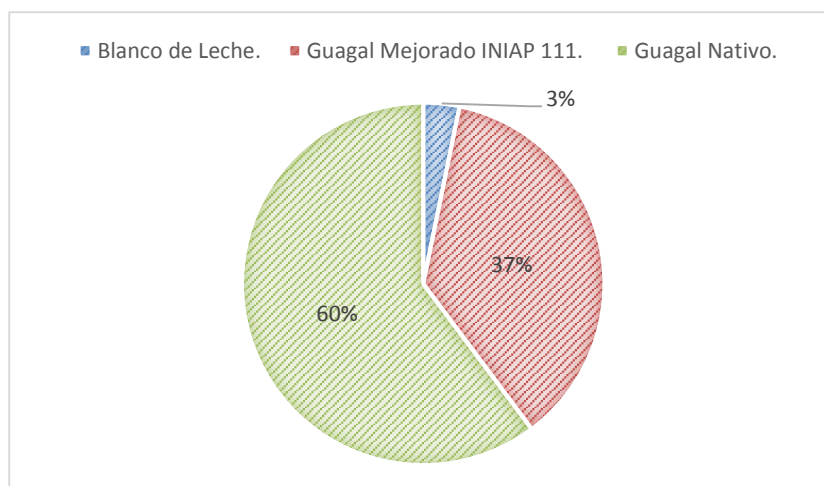


Gráfico 7. Variedad cultivada por los productores de maíz suave.
Fuente: Encuesta aplicadas a productores.

Análisis e interpretación

La semilla es uno de los principales componentes dentro de un sistema de producción agrícola, relacionando su calidad muy significativamente con la productividad; teniendo en claro que la relación genotipo ambiente juega un rol decisivo en el proceso.

En la provincia Bolívar, a través de procesos de investigación participativa se liberó hace más de una década la variedad de maíz suave INIAP-111, con características heredadas de los fenotipos de guagales nativos que se presentaban distribuidos desde el norte en el cantón de Guaranda hasta el sur en el cantón de Chillanes.

Esta variedad a formado parte importante de los sistemas locales de producción de maíz, y en el presente estudio observamos que aún mantiene un índice de aceptación y utilización del 37 % de los productores dentro de sus cultivos. En el cantón San José de Chimbo se encuentra presente en un 92 % de las unidades productivas de donde provienen los informantes, esto relacionado principalmente a que en esta zona se presentan las mejores condiciones agroclimáticas para su desarrollo.

La tendencia actual en la producción de maíz suave, condicionada principalmente por las preferencias del mercado de Quito y Guayaquil, plantea la utilización creciente de

guagales nativos de mayor calibre y cuya estructura morfológica se orienta hacia el color blanco en su estructura central.

4.7. Categoría de semillas que utilizan los productores de maíz.

Tabla 6. Tipo de semillas que utilizan los productores.

CANTONES	TIPO DE SEMILLA			
	Certificada	%	Seleccionada	%
CHILLANES		0	20	100
CHIMBO	2	8	23	92
GUARANDA	3	12,5	21	87,5
SAN MIGUEL	2	8,13	22	91,67
TOTAL	7	7,53	86	92,47

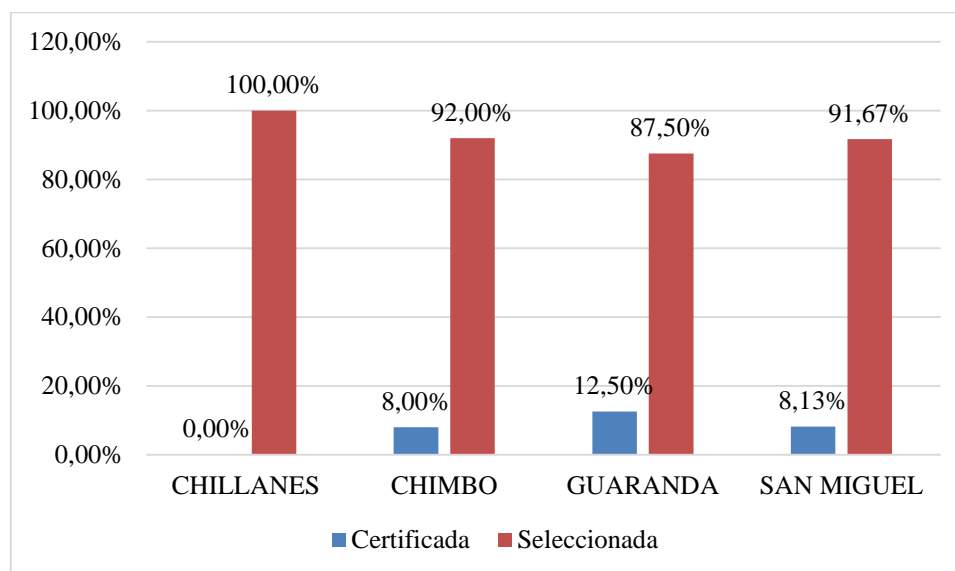


Gráfico 8. Tipo de semilla utilizada en la producción de maíz suave.
Fuente: Encuesta aplicadas a productores.

Análisis e interpretación

A nivel de nuestro país según datos del INIAP, existe un bajo uso de semillas de categorías avanzadas, mismo que para el maíz suave se encuentra bajo el 5 %. Este fenómeno ocurre principalmente por que las variedades cultivadas permiten la obtención de semilla

sexualmente viable, misma que puede irse empleando en próximas siembras dentro de un sistema de producción.

Las instituciones de investigación como el INIAP en alianzas estratégicas con el MAG, y en el caso particular de la Provincia Bolívar, con la Universidad Estatal, mantienen un programa de producción de semilla certificada, cuyo objetivo principal es el mantenimiento y difusión de INIAP 111, guagal mejorado.

Los datos nos permiten establecer, que el nivel de uso de semilla certificada, que es de 7. 53 %, aunque mantiene un bajo nivel, se presenta por sobre la media nacional para su uso en esta categoría. A demás podemos evidenciar que los informantes conocen sobre aspectos relacionados con selección de semilla de calidad, proceso que está orientado principalmente por atributos físicos, como son: tamaño de la mazorca, tamaño del grano y rendimiento, aspecto que para el presente estudio ha permitido identificar que un 92 % de los mismos, emplea semilla basada en estos aspectos, y proveniente de sus UPAs.

4.8. Costos de producción de maíz seco por hectárea.

Tabla 7. Costos de producción de maíz seco por hectárea.

Cantones	Costo de Producción Maíz Seco.	%
Chillanes	20	100,00
De \$600 A \$800.	17	85,00
De \$801 A \$1000.	3	15,00
Chimbo	25	100,00
De \$600 A \$800.	14	56,00
De \$801 A \$1000.	11	44,00
Guaranda	24	100,00
De \$1001 A \$1200.	2	8,33
De \$600 A \$800.	17	70,83
De \$801 A \$1000.	5	20,83
San Miguel	24	100,00
De \$600 a \$800.	14	58,33
De \$801 a \$1000.	10	41,67

Total general **93**

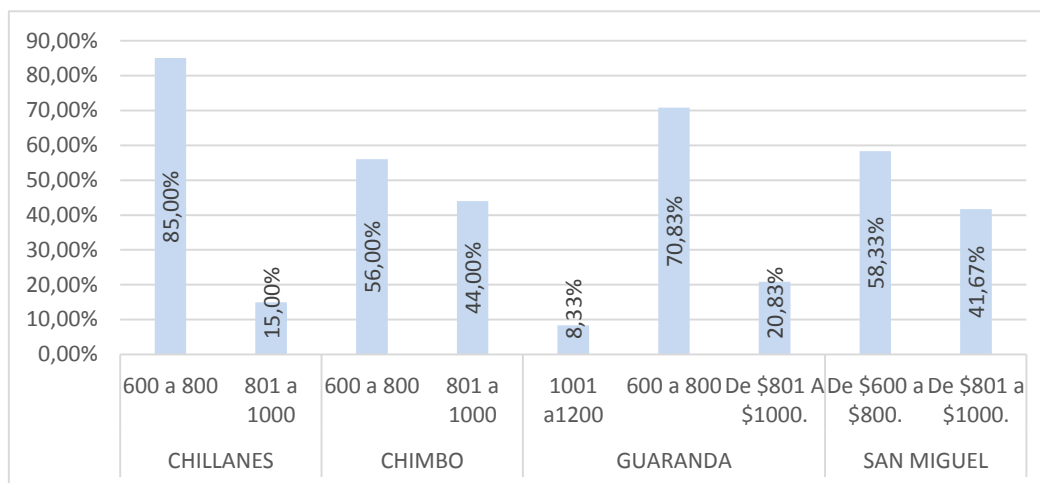


Gráfico 9. Costo de producción de maíz seco por hectárea.

Fuente: Encuesta aplicadas a productores.

Análisis e interpretación

Al momento de analizar la estructura de un sistema de producción agrícola a nivel de un pequeño o mediano productor, podemos identificar fácilmente que una de sus limitaciones está relacionada a la falta de registros de seguimiento a sus cultivos.

Para el caso específico de la determinación de costos de producción reales, es indispensable contar con un registro de actividades, las mismas que deben estar valoradas económicamente, para así poder establecer de una manera más adecuada el valor total de inversión, y posteriormente realizar un análisis de rentabilidad.

Dentro del grupo meta no se llevan registros de costos, sin embargo, en base de la percepción de los informantes se ha establecido que un 53 % de los mismos mantienen costos que van de 600 a 800 dólares por periodo productivo; mientras que únicamente un 2 % de los productores indican tener costos de producción que llegan hasta los 1200 dólares por hectárea.

Estos datos, podrían tener además un sesgo adicional orientado por la no valorización de la mano de obra familiar.

4.10. Costos de producción de choclo por hectárea.

Tabla 8. Costos de producción de choclo por hectárea.

Cantones	Costo de Producción Choclo	%
Chillanes	20	100,00
De \$1001 A \$1200.	3	15,00
De \$600 A \$800.	10	50,00
De \$801 A \$1000.	7	35,00
Chimbo	25	100,00
De \$600 A \$800.	20	20,00
De \$801 A \$1000.	5	96,00
Guaranda	24	100,00
De \$1001 A \$1200.	5	20,83
De \$600 A \$800.	11	45,83
De \$801 A \$1000.	8	33,33
San Miguel	24	100,00
De \$600 A \$800.	22	91,67
De \$801 A \$1000.	2	8,33
Total General	93	

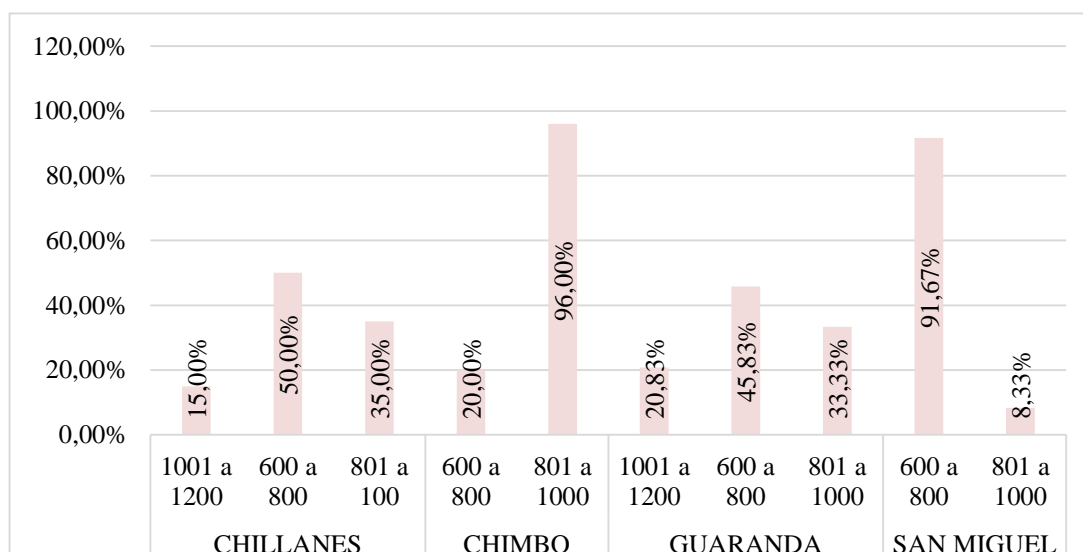


Gráfico 10. Costos de producción de choclo por hectárea.

Fuente: Encuesta aplicadas a productores.

Análisis e interpretación

Compartiendo el criterio del costo de producción en seco, para el establecimiento del costo de producción en choclo, se mantiene en aspecto de la percepción, como medida de valoración para la estimación de la información.

Manteniendo concordancia con el costo para maíz seco, un 52 % de los informantes plantean que para el caso de choclo el monto de inversión se sitúa entre 600 y 800 dólares, mientras que un 9 % estima costos que van hasta los 1200 dólares.

A demás podemos señalar que en los cantones de Chillanes y Guaranda es en donde se da un mayor valor económico a la mano de obra, razón por la cual sus costos se presentan más elevados.

4.11. Rendimiento de maíz seco.

Tabla 9. Rendimiento del maíz seco.

Cantones	10 - 20	%	21 - 30 .	%	> 30	%
Chillanes	15	75	4	20	1	5
Chimbo	17	68	3	12	5	10
Guaranda	14	58,33	4	16,67	6	25
San Miguel	17	70,83	2	8,33	5	20,83

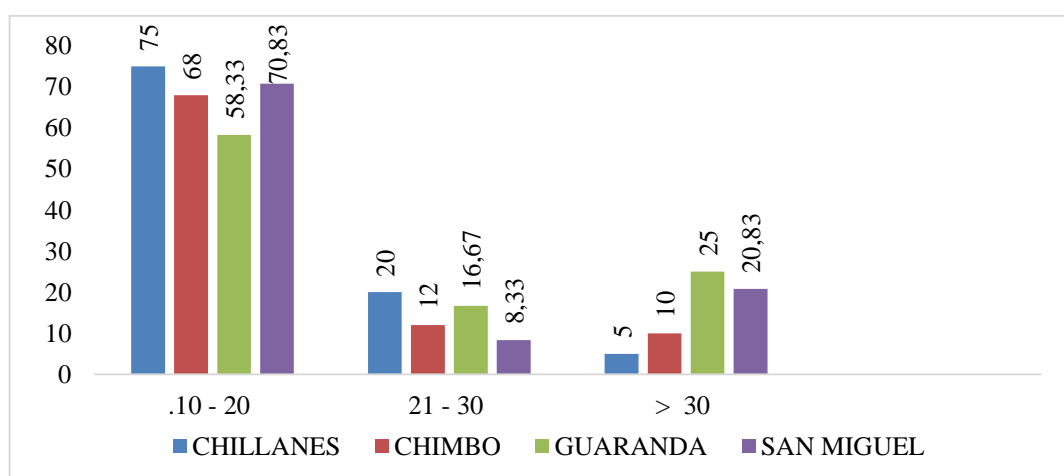


Gráfico 11. Rendimiento de maíz seco.

Fuente: Encuesta aplicadas productores.

Análisis e interpretación

En la Provincia Bolívar, según datos del MAG se cuenta con una productividad promedio de 2.5 a 3t/ha, de maíz seco.

Según los datos referidos por los informantes un 68 % de los mismos únicamente alcanzan una productividad de 1t/ha, indicando como factores determinantes de su productividad a las condiciones medio ambientales, el aparecimiento de nuevas plagas y enfermedades y al deterioro de sus semillas como los principales causales para este rendimiento.

Un minoritario grupo de productores, liderados por el estrato ubicado en el cantón Guaranda, señalan alcanzar un rendimiento de 2t/ha.

Si analizamos esta respuesta en relación a la media Provincial, podemos señalar que en el grupo meta se han disminuido las potencialidades para el mantenimiento de sus sistemas de producción de maíz, en relación a la productividad.

4.12. Rendimiento de maíz suave choclo.

Tabla 10. Rendimiento de maíz suave choclo.

Cantones	80 – 90	%	91 - 100.	%	110 - 120	%	> 121	%
CHILLANES	4	100	0	0	0	0	0	0
CHIMBO	3	33,33	6	66,67	0	0	0	0
GUARANDA	6	54,55	1	9,09	4	36,36	0	0
SAN MIGUEL	1	5,88	8	47,06	3	17,67	5	29,41

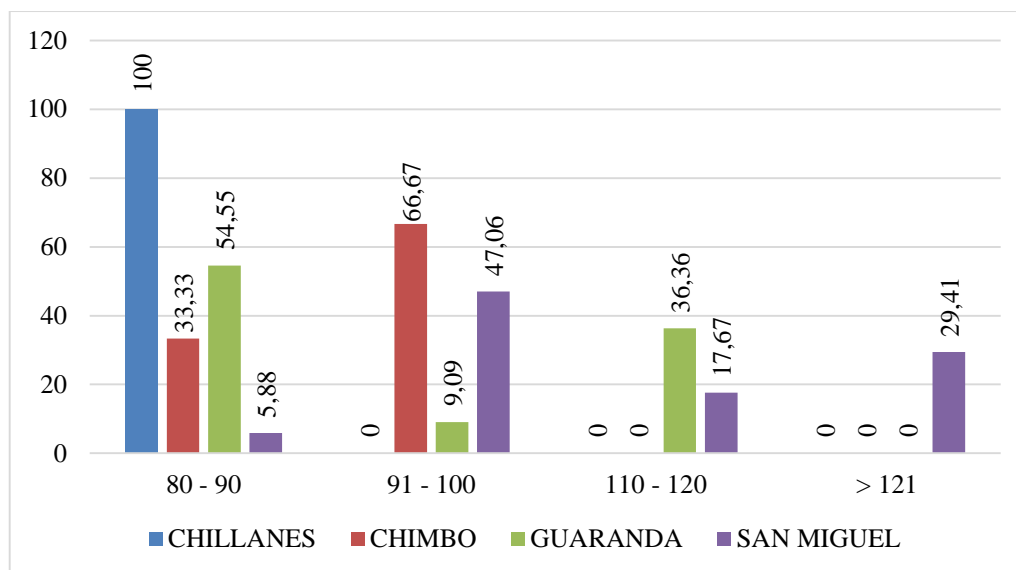


Gráfico 12. Rendimiento de maíz suave choclo.
Fuente: Encuesta aplicadas a productores.

Análisis e interpretación

La productividad de maíz suave en choclo, dentro de las UPAs de los informantes no presenta rendimientos muy significativos, debido a que un 70 % de los mismos mantienen un nivel de entre 80 y 100 sacos/ha, y únicamente un 12 % eleva su productividad a un número mayor a 120 sacos.

Generalmente se estima un 60 % de la producción para choclo de primera categoría, cuyo precio de venta es el más significativo según la época de cosecha, y si relacionamos con el precio de venta que logra este estrato de productores para su producto se podría estimar que no están cubriendo sus costos de producción.

Al igual que en el maíz seco se establece que la baja productividad está ligada a los factores climáticos y al apareamiento de plagas y enfermedades.

4.13. Problemática respecto a la comercialización del maíz suave.

Tabla 11. Problemas de comercialización de maíz suave

Principales problemas del sector maicero	Cantidad	%
Desorganización colectiva	6	6,45
Falta de capacitación	7	7,53
No hay valor agregado	8	8,60
Pérdidas acumuladas	18	19,35
Precios bajos	31	33,33
Sobre producción	23	24,73
Total general	93	100,00

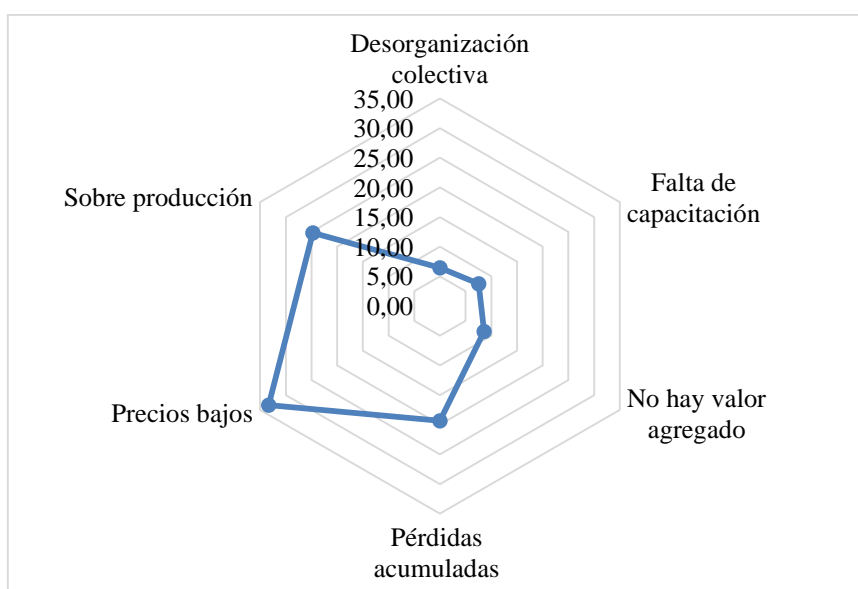


Gráfico 13. Problemas de comercialización.
Fuente: Encuesta aplicadas a agricultores.

Análisis e interpretación

Uno de los aspectos importantes del presente estudio, es el identificar los problemas asociados a la baja productividad y rentabilidad de los sistemas de maíz suave de pequeños productores asociados en los cantones de Chillanes, Chimbo, Guaranda y San Miguel.

La percepción de la realidad del sistema de producción y comercialización de maíz, establece que en un 33 % el proceso se ve seriamente afectado por los precios bajos que en los últimos años se ha situado en un promedio entre 12 y 5 dólares en saco de choclo de

primera categoría; y de la misma manera no han superado los 30 dólares para el quintal de maíz suave en estado seco.

Como segundo componente dentro de esta problemática, se establece el criterio de una sobreproducción, misma que como pudimos ver a nivel de finca no es abundante, debido al gran número de UPAs, dedicadas a esta actividad, genera una saturación del mercado local entre los meses de junio y agosto, generando una incidencia significativa y determinante sobre el precio del producto.

Los dos aspectos antes mencionados, en referencia al precio y a la sobre oferta han generado según los informantes, pérdidas acumuladas en el sistema de producción de maíz, lo cual limita en gran medida el mejoramiento y sostenibilidad de los mismos.

La desorganización colectiva, la falta de capacitación para la producción y comercialización, así como la limitada innovación para la generación de valor agregado en el maíz son otras de las condicionantes para una comercialización más eficiente.

4.14. Alternativas para diversificación de comercialización de maíz.

Tabla 12. Acciones para mejorar la comercialización.

Estrategias	Número	%
Asociación	2	2
Capacitaciones	15	15
Centros de Acopio	3	3
Diversificación	2	2
Indemnizaciones a Agricultores	7	7
Política de Importaciones y Exportaciones	3	3
Política de Precios	11	11
Valor Agregado al Maíz	50	54
Total general	93	100

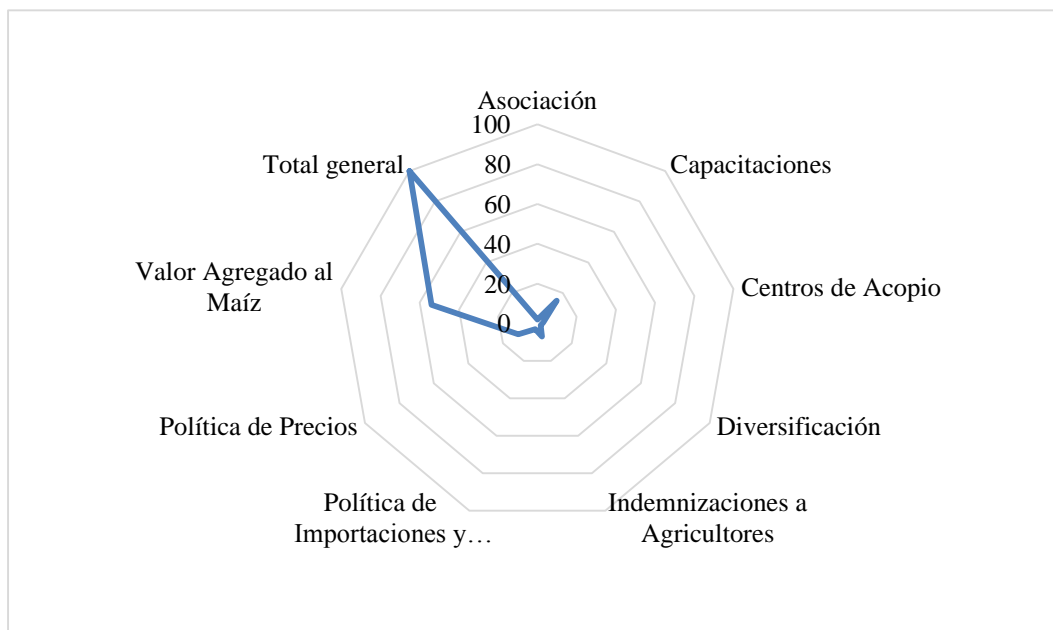


Gráfico 14. Acciones para mejorar la producción y comercialización.
Fuente: Encuesta aplicadas a agricultores.

Análisis e interpretación

Posteriormente al establecimiento de la problemática, el grupo meta a través de una reflexión crítica propone el establecimiento de algunas acciones que podrían ser parte de una estrategia colectiva para dinamizar y mejorar la producción y comercialización de maíz suave en este estrato de la población.

El agricultor esta consiente de que una fuerte limitante para la comercialización, es la falta de diversificación y valor agregado al rubro maíz, mismo que al ser un producto altamente perecible, sobre todo en el estado de choclo no puede ser almacenado para regular la oferta y demanda.

En segundo lugar, se mantiene el criterio colectivo, de la necesidad de la que la capacitación sea un componente continuo para proponer alternativas de mejoramiento del sistema de producción en base al conocimiento y las nuevas tecnologías.

En tercer lugar, de importancia según el número de criterios, se identifica que una acción positiva para el mejoramiento de la producción y comercialización estaría ligada a una política adecuada de precios oficiales que regulen el precio del maíz suave.

4.15. Canal de comercialización de maíz suave.

En el esquema adjunto se presenta una visualización general de cómo se encuentra establecido en canal de comercialización del maíz suave en la Provincia Bolívar.



Figura 5. Canal de comercialización de maíz suave.

Conjuntamente con el grupo meta se sintetizó a los actores del canal de comercialización de maíz suave, manteniendo el criterio uniforme de que los productores mayoritariamente, ya sea a nivel de finca o a nivel de mercado, comercializan su producto principalmente hacia algún tipo de intermediario, el mismo que actúa a su vez como un

distribuidor ante los comerciantes que dirigen el producto hacia su destino final, en este caso hacía, los consumidores.

El fenómeno es muy parecido para los procesos de comercialización en choclo y en granos seco.

4.16. Estrategia para dinamizar la comercialización de maíz suave.

Los productores del grupo meta definieron muy claramente que una de las limitaciones que mayor presión ejercen sobre el proceso de comercialización es el bajo precio de sus productos y plantean como una de las alternativas el mantener una política adecuada de precios.

En este sentido se plantea una estrategia que fue trabajada por un equipo interinstitucional con la participación del Gobierno central a través de la Gobernación de Bolívar, así como representantes de instituciones y organizaciones de las Provincias de Bolívar, Tungurahua y Chimborazo.

Estrategia: Cumplimiento del precio oficial de sustentación para el maíz suave seco.

Objetivo: Establecer de manera obligatoria el precio oficial de sustentación de maíz suave seco en la Provincia Bolívar.

Mecanismo de acción: La estrategia se basa en la aplicación y ejecución del registro oficial según Acuerdo Ministerial Número 059, en donde se establece el precio mínimo de sustentación del quintal (45,36), de maíz suave seco al productor, según lo establecido en las normas para su comercialización.

Tabla 13. Normas para la comercialización de maíz suave seco.

Grado suave seco.	maíz	Precio USD/QQ	Humedad %	Impurezas %	Calibre mm
1		51,72	13	1	10
2		48,00	13	1	8

Actores y competencias propuestas.

Según el Acuerdo Ministerial se encarga a la subsecretaria de comercialización del MAG, la ejecución de lo establecido, sin embargo, desde el año 2015 no se ha canalizado efectivamente el proceso, razón por la cual la presente estrategia plantea la participación de diversos actores para la aplicación de la reglamentación.

Tabla 14. Actores para el fortalecimiento de la estrategia.

Actores	Competencia	Responsable
Ministerio de Agricultura y Ganadería.	Capacitación sobre la normativa y los parámetros de calidad hacia los productores, intermediarios y consumidores, con la finalidad de que la herramienta sea conocida para estandarizar la producción y su comercialización.	Unidad de comercialización.
Agrocalidad.	Monitoreo de la calidad física del maíz en grano seco a nivel de finca y de mercados locales, con la finalidad de dar cumplimiento a los parámetros establecidos en la normativa.	Técnicos fitosanitarios.

Gobernación de Bolívar.	Vigilar y fiscalizar el cumplimiento del precio oficial a nivel de productores, intermediarios y consumidores, con la finalidad de que se cumpla lo establecido en el registro oficial.	Intendencia General de Policía.
Productores.	Implementar un sistema de producción con el enfoque de buenas prácticas agrícolas con la finalidad de garantizar la calidad física del producto.	Productores.
Intermediarios.	Estar en la capacidad de discriminar la calidad física del maíz seco y además otorgar un valor de compra justo de acuerdo a los parámetros diagnosticados.	Intermediarios.
Consumidores.	Fiscalizar y denunciar valores de venta fuera de los parámetros establecidos en la normativa oficial con la finalidad de evitar especulaciones orientadas por la oferta y la demanda.	Consumidores.

4.17. Estrategias para el mejoramiento de la productividad y comercialización.

El Gobierno a través del MAGAP, implemento un mecanismo de subsidio al seguro agrícola, para proteger a los pequeños y medianos agricultores del país que se ven afectados por fenómenos climáticos y biológicos, el seguro agrícola en el Ecuador se aplica mediante el producto AgroSeguro, las actividades a asegurarse en el marco del proyecto de agro seguro en el sector agrícola los cultivos que responde son arroz, cebada, frejol, haba, maíz duro, maíz suave, papa, quinua, soya, trigo, banano, cacao, café, caña de azúcar, plátano, y tomate de árbol, el valor a subsidiarse por parte del proyecto AgroSeguro, corresponderá al 60% del valor total de la prima neta de la póliza, y el 40% más impuestos que deberá pagar el beneficiario.

Estrategia: Implementar la contratación de una póliza anti riesgos productivos y de comercialización para mejorar el flujo de venta de maíz, tanto en choclo como en seco.

Objetivo: Establecer convenios interinstitucionales para el fácil acceso a la póliza del AgroSeguro, y poder recuperar al menos los costos de producción del maíz suave en la Provincia Bolívar, en caso de siniestralidad en sus Upas, de producción.

Mecanismo de acción: La estrategia se basa en la adquisición de una póliza de riesgos productivos por factores biológicos y climatológicos incontrolables en el maíz suave producido en las Upas de los pequeños y medianos productores de la Provincia Bolívar.

Estrategias como ejecutarlas y acción.

Para el cumplimiento de las estrategias en cuanto problemas de Fito sanidad, baja productividad del maíz suave de la Provincia Bolívar tenemos son los siguientes:

Tabla 15. Estrategias para el mejoramiento de la productividad y la cadena de comercialización.

Estrategias	Descripción	Acción
Aplicación del portafolio de productos asegurables.	Políticas de inclusión del estado de la adquisición de una póliza para cubrir alrededor de 20 cultivos.	Reforzar la intención de adquirir una póliza de diferentes cultivos de acuerdo a la necesidad con la aprobación de la Aseguradora y de acuerdo a la zona de producción.
Promoción integral del AgroSeguro fortaleciendo el área de gestión integral del riesgo.	Proporcionar una estructura lógica relacionada con los objetivos que percibe el contratar una prima de seguro agrícola con la subvención del Estado Ecuatoriano en beneficio de los pequeños y medianos productores agropecuario.	Promocionar los beneficios de la transferencia de riesgos en instituciones públicas y privadas para que los agricultores de las UPAs se encuentren aseguradas para minimizar pérdidas económicas por afectaciones a los cultivos que aplique políticas de garantías de gestión integral del riesgo.
Programa integral de capacitación y didácticas a productores sobre el Seguro Agrícola	Fortalecer la capacidad sobre el manejo de la póliza. Cultura financiera en el manejo de seguros agrícolas con énfasis en el aseguramiento de las UPAS menores a 10 hectáreas.	Talleres de capacitación con los agricultores de la Provincia Bolívar, en las organizaciones. Socialización de informes de gestión emitido por los encargados de la capacitación del MAG.

Convenios Interinstitucionales entre instituciones que brindas servicios a los agricultores.	Facilitar el acceso a tener una póliza ante riesgo al productor, por el alto índice de problemas fitosanitarios presentados dentro de las UPAs de producción.	Socialización, promoción, ejecución, acuerdos y compromisos con los gerentes de las Entidades Financieras, casas comerciales, que otorgan algún tipo de beneficios.
--	---	---

CONCLUSIONES

El estrato de agricultores en el presente estudio corresponde al segmento de pequeños productores, con tenencia de tierra limitada (menor a 3 ha), y con niveles de productividad que se encuentran por bajo de la media provincial, presentando entre 1 y 2t/ha, para maíz seco y entre 80 y 100 sacos/ha, de choclo.

Los principales problemas asociados a la producción y comercialización hacen referencia al precio bajo del producto tanto en seco como en choclo y a la sobre oferta del producto en épocas específicas del año, procesos que han generado según los informantes, pérdidas acumuladas en el sistema de producción de maíz, lo cual limita en gran medida el mejoramiento y sostenibilidad de los mismos.

La desorganización colectiva, la falta de capacitación para la producción y comercialización, así como la limitada innovación para la generación de valor agregado en el maíz son otras de las condicionantes para una comercialización más eficiente.

La diversificación y valor agregado, la capacitación sobre producción y comercialización, así como la aplicación de una política adecuada de precios en el rubro maíz, se presentan como alternativas para el establecimiento de estrategias desde el sector de los productores asociados.

El cumplimiento del Acuerdo Ministerial 057, en referencia al precio oficial de sustentación de maíz suave seco, se presenta como una estrategia de mejoramiento de la comercialización de este importante rubro en la Provincia Bolívar, teniendo en cuenta la inserción y participación de todos los actores de la cadena, además la contratación de una póliza anti riesgos biológicos y climáticos.

RECOMENDACIONES

Capacitar a productores, intermediarios y autoridades competentes, sobre la normativa legal en referencia al precio oficial de sustentación del maíz suave seco para la Provincia Bolívar.

Insertar a los actores de la cadena del valor del rubro maíz para el establecimiento de acciones de mejoramiento y sostenibilidad del sistema de producción y comercialización a nivel local.

Establecer procesos de investigación, desarrollo e innovación para la diversificación y valor agregado del maíz suave en choclo, para el futuro establecimiento de estrategias de comercialización basados en la agroindustria.

Desarrollar diagnósticos similares al planteado en la presente investigación a estratos de productores de características media y alta.

BIBLIOGRAFÍA

- Acuerdo Ministerial n° 067 MAG. (25 de Abril de 2019). Obtenido de http://servicios.agricultura.gob.ec/secretaria/listado2019/listado2019_busqueda.php:
<http://servicios.agricultura.gob.ec/mag01/pdfs/aministerial/2019/067-2019.pdf>
- Acuerdo Ministerial n° 134 MAG. (2013). Obtenido de http://servicios.agricultura.gob.ec/mag01/pdfs/aministerial/2013/2013_134.pdf
- Alonso & Serrano. (2008). En Economía de la Empresa Agroalimentaria. Madrid.
- Arroyo, P., & Hidalgo, K. (2014). Inversión y Rentabilidad de Proyectos Acuícolas. Ingeniería Industrial.
- Acuerdo Ministerial n° 067 MAG. (25 de Abril de 2019). Obtenido de http://servicios.agricultura.gob.ec/secretaria/listado2019/listado2019_busqueda.php:
<http://servicios.agricultura.gob.ec/mag01/pdfs/aministerial/2019/067-2019.pdf>
- Acuerdo Ministerial n° 134 MAG. (2013). Obtenido de http://servicios.agricultura.gob.ec/mag01/pdfs/aministerial/2013/2013_134.pdf
- Alonso, et al. (2008). En Economía de la Empresa Agroalimentaria. Madrid.
- Arroyo, e. a. (2014). Inversión y Rentabilidad de Proyectos Acuícolas. Ingeniería Industrial.
- Baca, L. (2016). La producción de maíz amarillo en el Ecuador y su relación con la soberanía alimentaria. Quito : Pontificia Universidad Católica Del Ecuador.
- Badillo, A. E. (2016). Evaluación del aporte de gallinaza fresca en el rendimiento del cultivo de maíz (zea mais) variedad iniap 122, en dosis diferentes, en la parroquia malchinguí, cantón pedro moncayo, provincia pichincha. Loja: universidad nacional de Loja.
- Borja, M. C. (14 de enero de 2014). Universidad San Francisco de Quito. Recuperado el 29 de enero de 2017, de Avances en Ciencias e Ingenierías:

http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/avances/archivo_de_contenidos/Documents/volumen_5_numero_2/c61_5_2_2013.pdf

Bravo, A. (18 de Enero de 2015). Semillas. Obtenido de El maíz en El Ecuador:

<http://www.semillas.org.co/es/el-maz-en-el-ecuador>

Carrera, E. G. (2018). Valoración de la Producción y Comercialización del maíz duro (zea mays L.) en el Cantón Pueblo Viejo. Guaranda: Universidad Estatal de Bolívar.

Constitución de la República del Ecuador. (2008). Constitución República del Ecuador. Quito.

Constitución de la República del Ecuador, 2. (abril de 2016). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, PUCE. Recuperado el 24 de Julio de 2016, de

<http://www.pucesi.edu.ec/web/wp-content/uploads/2016/04/Constituci%C3%B3n-de-la-Rep%C3%ABlica-2008.pdf>

Dávila, T. D., & Benavides, C. A. (2017). Programa de fortalecimiento de la cadena productiva del maíz suave como aporte al desarrollo de las zonas rurales de los cantones guaranda, chimbo y san miguel, provincia de bolívar. milagro: universidad agraria del Ecuador.

Departamento de Planificación del Gobierno Provincial de Bolívar. (Junio de 2014).

Gobierno Provincial de Bolívar. Recuperado el 29 de enero de 2016, de

http://www.bolivar.gob.ec/images/transparencia/financiero/g_POA%20JUNIO%20A%20CUMULADO%20A%20DICIEMBRE%202014.pdf

Espinoza, I. S. (2016). Tipos de muestreo. Honduras: Facultad de Ciencias Médicas.

FAO. (2011). Agricultura Familiar en América Latina y el Caribe:. Obtenido de Recomendaciones de Política: <http://www.fao.org/3/i3788S/i3788S.pdf>

FAO. (2017). Depósito de Documentos de la FAO. Recuperado el 04 de Febrero de 2017, de <http://www.fao.org/docrep/004/x2919s/x2919s05.htm>

- FAO. (04 de Febrero de 2017). FAO. Recuperado el 2017 de febrero de 04, de <http://www.fao.org/tc/policy-support/competencias/desarrollo-rural/es/>
- FAO. (13 de Mayo de 2019). Los precios de exportación del trigo y maíz siguen bajando en abril, los del arroz se mantienen sin cambios. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura: <http://www.fao.org/giews/food-prices/international-prices/detail/es/c/1194980/>
- FAO. (Mayo de 2019). Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Obtenido de Perspectivas alimentarias: <http://www.fao.org/3/ca4526en/ca4526en.pdf>
- Fernández, G.-S. M. (Diciembre de 2013). Estudio del proceso de secado en un secador de halógeno de los granos de maíz. Obtenido de Centro de Investigación en Ciencia Aplicada y Tecnología Avanzada: <http://www.scielo.org.mx/pdf/sv/v26n4/v26n4a4.pdf>
- Fernandez Sanchez , F. (29 de Octubre de 2016). Slideshare.net. Obtenido de <https://es.slideshare.net/ffernandez3000/canales-de-comercializacin-9939137>
- Franco, W. (2015). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de jugo de naranja para el desayuno escolar de los estudiantes de educación básica en el cantón Quinsaloma 2014-2015.
- García, J. (25 de octubre de 2006). El ensilado de maíz. Recuperado el 31 de enero de 2017, de http://www.mapama.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/hojas/hd_1972_05.pdf
- Gómez, J. A. (2008). Desarrollo sostenible, Medioambiente y Economía Social. CIRIEC, 103-126.
- Gómez, A. (2010). Canales de distribución . Colombia : Universidad .
- González, A. J., & Pazmiño, S. M. (2015). Cálculo e interpretación del Alfa de Cronbach para el caso de validación de la consistencia interna de un cuestionario, con dos

- posibles escalas tipo Likert. Obtenido de https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/42382/ssoar-revpublicando-2015-1-gonzalez_alonso_jorge_et_al-Calculo_e_interpretacion__del.pdf?sequence=1
- Grajales, G. (2010). Estudio de Mercado y Fundamento de Mercadeo Agropecuario . Colombia : CIDIA.
- Hernandez, e. a. (10 de Febrero de 2015). Fundamentos-de-Marketing-Hernandez. Obtenido de <https://mercadeo1marthasandino.files.wordpress.com/2015/02/10022014fundamentos-de-marketing-hernandez.pdf>
- Hernández, S., Fernández, C., & Baptista, C. L. (2010). Academia. Obtenido de Metodología de la Investigación: https://www.academia.edu/23889615/_Hern%C3%A1ndez_Sampieri_R._Fern%C3%A1ndez_Collado_C._y_Baptista_Lucio_M._P_2010_
- Hoyo, A. A. (2014). El precio de Mercado. Editorial de la Universidad de Cantabria.
- INEC. (Septiembre de 2013). Obtenido de NORMA TÉCNICA ECUATORIANA: <http://181.112.149.204/buzon/normas/2051-1R.pdf>
- Inec. (27 de Abril de 2018). Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua - ESPAC. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas_Ambientales/Informacion_ambiental_en_la_agricultura/2017/Principales_resultados_2017.pdf
- INEC. (Abril de 2019). Tabulado de la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC 2018). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-agropecuarias-2/>
- INIAP. (13 de Julio de 2010). Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias . Obtenido de <http://www.iniap.gob.ec/>

INIAP. (2015). Informe del Cultivo de Maíz. Quito.: Instituto Ecuatoriano de Investigaciones Agropecuarias. .

Las Cadenas Productivas Agroalimentarias. (2017). Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. Gobierno de México. Recuperado el 03 de febrero de 2017, de http://www.sagarpa.gob.mx/desarrolloRural/Publicaciones/Lists/Documentos%20de%20inters/Attachments/26/CADENAS_AGROAL.pdf

Ley de Desarrollo Agrario. (2004). Comisión de Legislación y Codificación,. Obtenido de <https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2008/6617.pdf>

Ley Orgánica de Soberanía Alimentaria. (29 de 12 de 2010). Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria. Quito, Ecuador.

Ley orgánica SEPS. (28 de Abril de 2011). seps.gob.ec. Obtenido de <http://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/Ley%20Orga%CC%81nica%20de%20Economi%CC%81a%20Popular%20y%20Solidaria.pdf/0836bc47-bf63-4aa0-b945-b94479a84ca1>

MAG. (2018). Acuerdo Ministerial N° 057. Quito: Ministerio de Agricultura y Ganadería .

MAG. (10 de Mayo de 2019). Ministerio de Agricultura y Ganadería. Obtenido de Noventa y dos centros de acopio facilitan la venta de pequeños y medianos productores: <https://www.agricultura.gob.ec/noventa-y-dos-centros-de-acopio-facilitan-la-venta-de-pequenos-y-medianos-productores/>

Magallón, R. (2015). Costos de comercialización . México : Instituto Mexicano de Contadores Públicos.

MAGAP. (2017). Boletín Situacional Maíz Duro Seco. Quito: MAGAP.

- MAGAP. (12 de Mayo de 2017). Elproductor.com. Obtenido de <https://elproductor.com/noticias/ecuador-fortalece-la-comercializacion-de-maiz-amarillo-duro/>
- McKennitt, M. (2011). Recuperado el 2017 de febrero de 04, de http://ual.dyndns.org/Biblioteca/Admon_Recursos_Humanos/Pdf/Unidad_2.pdf
- Monar. (2000). Memoria anual. INIAP. Guaranda: INIAP.
- Monar, M. (2015). Fortalecimiento del maíz. Guaranda: Enlace.
- Murillo, N. (2015). El mercado de los productos agropecuarios. Viena: Navarra.
- Ortiz, e. a. (2013). Rendimiento y calidad de elote en poblaciones nativas de maíz de Tehuacán, Puebla. Revista Chapingo. Serie horticultura, 225-238. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1027-152X2013000200008&script=sci_arttext&tlng=pt
- Penelo. (06 de Septiembre de 2018). www.lavanguardia.com. Obtenido de Maíz: propiedades, beneficios y valor nutricional: <https://www.lavanguardia.com/comer/20180906/451618009383/maiz-valor-nutricional-propiedades-beneficios.html>
- Portal de Desarrollo Humano Local. (2017). Recuperado el 03 de marzo de 2017, de http://www.dhl.hegoa.ehu.es/iedl/Materiales/19_Evaluacion_economica.pdf
- Programa de Acción Global. (2017). Recuperado el 04 de febrero de 2017, de <http://www.oei.es/historico/decada/accion.php?accion=22>
- Racines Jaramillo, M. R., Mendoza, L., & Fernando, Y. (2010). Retorno económico de la investigación y transferencia de tecnologías generadas por el INIAP-Ecuador: Caso maíz duro. Quito: INIAP, Dirección de Planificación y Economía Agrícola, 2010. Obtenido de <http://repositorio.iniap.gob.ec/bitstream/41000/2729/1/iniapscpt143.pdf>

Ramírez, F. (29 de Agosto de 2017). Vallarta Opina. Obtenido de El maíz y propiedades nutricionales: <http://vallartaopina.net/2017/08/29/s-gente-pv/nutricion-sana/maiz-propiedades-nutricionales/>

Reglamento de SEPS. (12 de Febrero de 2019). REGLAMENTO A LEY ORGANICA.

Obtenido de

<https://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/REGLAMENTO%20A%20LEY%20ORGANICA%20ECONOMIA%20POPULAR%20Y%20SOLIDARIA%20actualizado%20febrero%202019.pdf/b20d6eb9-dd8d-4972-bff4-8d6976a4b9f3>

Ríos, e. a., Torres Moreno, M., Flores Alvares, S., Cantú Brito, J., Hernández M, M., & Valdéz Meza, E. (2018). producción, productividad y rentabilidad del maíz forrajero. Chapingo Serie Zona Aridas, 139 - 144.

Rivadeneira, D. (28 de Marzo de 2012). Empresa & Actualidad. Obtenido de Qué es la comercialización: <http://empresactualidad.blogspot.com/2012/03/comercializacion-definicion-y-conceptos.html>

Rosillo, F. (Junio de 2009). Escuela Politécnica de Chimborazo. Recuperado el 23 de Enero de 2017, de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/359#sthash.Az64bgnG.dpu>

SCPM. (13 de Octubre de 2011). Superintendencia de control de Poder de Mercado . Obtenido de <http://www.scpm.gob.ec/images/marco-legal/LEY-Y-RLORCPM.pdf>

SCPM. (19 de Octubre de 2017). Superintendencia de Control de Poder de Mercado. Obtenido de <http://www.scpm.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2019/03/VERSION-PUBLICA-GATO-1.pdf>

Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. (2009). Las Organizaciones Económicas del Sector Rural. Santa Cruz, Atoyac.

Semplades. (2017). Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida 2017-2021. Quito: Semplades .

Sevilla, A. (06 de Diciembre de 2016). economipedia haciendo facil la economía. Obtenido de Economía de mercado: <https://economipedia.com/definiciones/economia-de-mercado.html>

Sinagap. (21 de Julio de 2018). Sinagap. Obtenido de <http://sinagap.agricultura.gob.ec/infoproductor/maiz/index.php/comercializacion1/centros-de-comercializacion-de-maiz>

Universidad de Cordova. (s.f.). www.uco.es. Recuperado el 05 de febrero de 2017, de http://www.uco.es/zootecniaygestion/img/pictorex/19_09_19_tema5.pdf

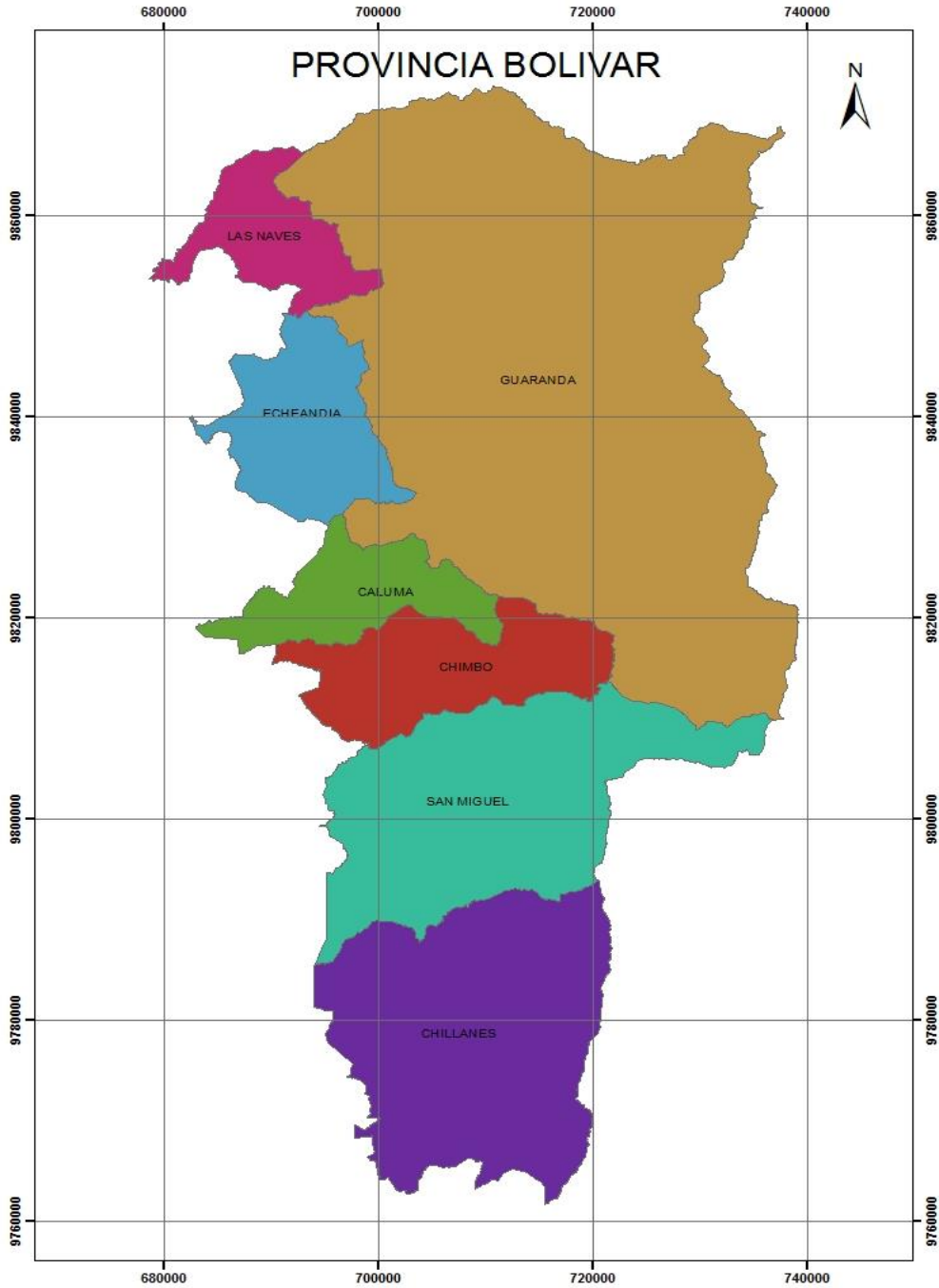
Valencia, J. O. (2011). Análisis del costo beneficio en la producción de maíz de la organizació autónoma Virgen de Guadalupe de la Parroquia Chaquinal, cantón Pindal, Provincia de Loja . Loja: Universidad Nacional de Loja .

Wikipedia, c. d. (22 de Mayo de 2019). Wikipedia. Obtenido de Provincia de Bolívar (Ecuador):

https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Especial:Citar&page=Provincia_de_Bol%C3%ADvar_%28Ecuador%29&id=116134077

ANEXOS

Anexo 1. Mapa de ubicación del estudio.



**Anexo 2. Encuesta realizada a productores.
UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**



DEPARTAMENTO DE POSGRADO

MAESTRIA AGROPECUARIA CON MENCIÓN AGRONEGOCIOS

FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN DE MAÍZ SUAVE EN LA
PROVINCIA BOLÍVAR.

ENCUESTA DIRIGIDA A PRODUCTORES DE MAÍZ SUAVE

Encuesta Nro.: _____ Fecha: _____

Cantón: _____ Parroquia: _____ Sector: _____

I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1. Nombre del Productor: _____

1.2. Edad: _____ 1.3. Género: _____ 1.4. Nivel de Instrucción:

1.5. Asociado: No Sí 1.5. Cual:

1.6. Que beneficios ha recibido por ser un productor asociado?

- Maquinaria Agrícola.
- Insumos.
- Capacitación.
- Asistencia Técnica en producción.
- Asistencia en comercialización
- Nada.
- Desconozco.

1.7. A más de la agricultura cuenta con otra fuente de ingresos.

No Sí Cual: _____

1.8. Recibe apoyo de alguna Institución Pública u ONG?

No Sí Cual: _____

I. INFORMACIÓN PRODUCTIVA

1.1. Cuál es la superficie de maíz que cultiva?

Ha: _____ Cuadras: _____ m²: _____

1.2. Cuál es la variedad cultivada?

Guagal Nativo.

Guagal Mejorado INIAP 111.

Blanco de Leche.

1.3. Qué tipo de semilla utiliza?

Seleccionada

Certificada

Registrada

1.4. Cuáles fueron los costos de producción en el ciclo anterior por hectárea?

Maíz seco.

De \$600 a \$800.

De \$801 a \$1000.

De \$1001 a \$1200.

Choclo.

De \$600 a \$800.

De \$801 a \$1000.

De \$1001 a \$1200.

No conoce.

1.5. Cuál fue el estado de comercialización en el ciclo de producción anterior?

Maíz seco choclo

1.6. Cuál fue el rendimiento alcanzado en el ciclo de cosecha anterior por hectárea?

Maíz Seco:

De 10 qq a 15 qq.

De 16 qq a 20 qq.

De 21 qq a 25 qq.

Más de 25 qq

Choclo:

De 80 a 90 sacos.

De 91 a 100 sacos.

De 101 a 110 sacos.

De 1101a 120 sacos.

Más de 121 sacos

Lleva un registro de las actividades

1.1. En donde comercializa su producción?

Mercado Local

Centro de Acopio

Finca

A quién? Consumidor Final

Comerciante

1.2. Cuál fue el precio alcanzado de su producción en el ciclo anterior?

Quintal de maíz seco: () Gruesa () Pareja () Delgada ()

Saco de choclo: () Primera () Segunda () Tercera ()

2.10. Qué hace con los residuos de la cosecha?

Alimento para animales

Estado: _____

Vende al comerciante

Por de venta: _____

Incorpora al suelo

Quema

2.11. Qué estrategia cree usted que mejora el precio del maíz suave?

2.12. Cuáles son los problemas de comercialización del maíz suave?

Anexo 3. Archivo fotográfico del trabajo realizado.



Diagnóstico de problemas de comercialización de maíz suave a productores y funcionarios técnicos del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG-BOLIVAR)



Aplicación de encuestas en campo a productores del Cantón Guaranda.



Aplicación de encuestas a grupo de Socios del Cantón Chillanes.



Determinación de estrategias de comercialización de maíz suave.

Anexo 4. Acuerdo Ministerial para el precio oficial del maíz suave.



ACUERDO MINISTERIAL No. 059

CONSIDERANDO:

Que, el numeral 11 del artículo 281 de la Constitución de la República del Ecuador establece las responsabilidades del Estado para alcanzar la soberanía alimentaria, entre las que se incluye la de: *"Generar sistemas justos y solidarios de distribución y comercialización de alimentos. Impedir prácticas monopólicas y cualquier tipo de especulación con productos alimenticios"*;

Que, el numeral 2 del artículo 284 de la norma suprema, señala que es responsabilidad del Estado *"incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémica, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional"*;

Que, el segundo inciso del artículo 335, de la Carta Magna, en concordancia con el artículo 304, numeral 6, ibidem determina: *"... el Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal..."*;

Que, el artículo 1, inciso segundo de la Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria, publicada en el Registro Oficial Suplemento No.583 de 05 de mayo de 2009, modificado el 27 de diciembre de 2010, indica que: *"El régimen de la soberanía alimentaria se constituye por el conjunto de normas conexas, destinadas a establecer en forma soberana las políticas públicas agroalimentarias para fomentar la producción suficiente y la adecuada conservación, intercambio, transformación, comercialización y consumo de alimentos sanos, nutritivos, preferentemente provenientes de la pequeña, la micro, pequeña y mediana producción campesina, de las organizaciones económicas populares..."*;

Que, el literal a), del artículo 19 del Código Orgánico de la Producción, Comercio, e Inversiones, publicado en el Registro Oficial, Suplemento No. 351 de 29 de diciembre de 2010, reconoce como uno de los derechos de los inversionistas: *"La libertad de producción y comercialización de bienes y servicios lícitos, socialmente deseables y ambientalmente sustentables, así como la libre fijación de precios, a excepción de aquellos bienes y servicios cuya producción y comercialización estén regulados por la Ley"*;

Que, el objetivo número 8 del Plan Nacional para el Buen Vivir, 2013-2017, publicado en el Registro Oficial Suplemento No. 78, de 11 de septiembre de 2013, es: *"...consolidar el sistema económico, social y solidario de forma sostenible..."*;

Que mediante Acuerdo Ministerial N° 037 del 24 de febrero de 2015, se instituyó el Consejo Consultivo de la Cadena Agroalimentaria de maíz suave, como un espacio e instrumento de concertación entre el sector público y privado relacionado con la producción, tecnología, comercialización, financiamiento, infraestructura, asociatividad de



la cadena agroalimentaria del maíz suave; y tiene como finalidad servir de órgano de consulta y asesorar al Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca, en la formulación de las estrategias y políticas para el desarrollo de la competitividad incluyente en la citada Cadena como una instancia de diálogo y concertación;

Que, conforme consta del Acta de Reunión No. SC-001-2015, de 18 de marzo de 2015, en la Gobernación de la provincia de Bolívar, el Consejo Consultivo de la Cadena Agroalimentaria del Maíz Suave, mediante votación directa de sus integrantes por unanimidad aprobaron el establecimiento del precio mínimo de sustentación al productor, del maíz suave seco utilizado para el mote Grado 1, sea de 51,72 dólares, con 13 % de humedad y 1 % de impurezas y para el Grado 2 sea de USD 48, con 13 % de humedad y 1 % de impurezas, para la campaña agrícola 2015;

Que, mediante Memorando Nro. MAGAP-SC-2015-0565-M, de 23 de marzo de 2015, la Subsecretaría de Comercialización, remite a la Coordinación General de Asesoría Jurídica el borrador del Acuerdo Ministerial, el Acta de Reunión No. SC-001-2015 del Consejo Consultivo de la Cadena Agroalimentaria del Maíz Suave, de 18 de marzo de 2015, conjuntamente con la nómina de asistentes; y, el Informe Técnico para la Determinación del Precio Mínimo de Sustentación del maíz suave seco. Luego del análisis: " recomienda se determine el Precio Mínimo de Sustentación para el quintal (45,36 kgrs) de maíz suave seco para mote, para dos niveles: Grado 1: 51, 72 dólares con 13 % de humedad y 1 % de impurezas y Grado 2 : 48 dólares con 13 % de humedad y 1 % de impurezas conforme la Norma INEN NTE INEN 187:95 GRANOS Y CEREALES. MAIZ EN GRANO. REQUISITOS y la Tabla adjunta de calificación del grano..."; y,

Que, es deber del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca apoyar el fomento y desarrollo de la competitividad de cadenas agroproductivas, mediante la creación un marco jurídico adecuado y la facilitación de alianzas estratégicas entre sus actores directos.

En uso de las atribuciones legales que le concede el artículo 154 de la Constitución de la República del Ecuador, artículo. 17 del Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva; y, 14 del Reglamento General de los Consejos Consultivos del MAG,

ACUERDA:

Artículo 1.- Acoger la recomendación de la Subsecretaría de Comercialización, para establecer el precio mínimo de sustentación del quintal (45,36 kgrs) de maíz suave seco para mote, al productor, para la campaña agrícola 2015, de acuerdo con el siguiente detalle:

NORMAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DEL MAÍZ SUAVE SECO (MOTE)

Grado maíz Suave Seco (mote)*	Precio USD/ quintal (45,36 Kgrs)	Humedad %	Impurezas %
1	51,72	13	1
2	48,00	13	1



- Grado 1, será clasificado utilizando una zaranda de 10 mm de diámetro.
- Grado 2, será clasificado utilizando una zaranda de 8 mm de diámetro.


Artículo 2.- El precio para el maíz suave seco para tostado, por ser un producto especial será mayor al precio establecido en el Artículo 1 del presente Acuerdo.

Artículo 3.- De la ejecución del presente acuerdo ministerial, encárguese a la Subsecretaría de Comercialización del MAGAP.

Artículo 4.- El presente acuerdo entrará en vigencia a partir de la fecha de su promulgación en el Registro Oficial.

Comuníquese y publíquese.

Dado en el Distrito Metropolitano de Quito, a **25 MAR 2015**


Javier Ponce Cevallos
MINISTRO DE AGRICULTURA, GANADERÍA,
ACUACULTURA Y PESCA



Anexo 5. Línea base del maíz suave en la Provincia Bolívar.

Guaranda, 23 de septiembre del 2016.

Ingenieros

Tatiana Davila García.

Carlos Benavides Pazmiño.

Estimados Ingenieros luego de expresar un cordial saludo, adjunto la línea base del cultivo de maíz suave en la Provincia de Bolívar solicitada a través el Oficio S/N de fecha 19 de septiembre del año en curso.

Cabe mencionar que la Unidad Zonal de Información cuenta con estadísticas actualizadas cada año en función del levantamiento de información por parte de los Técnicos de la Dirección Provincia Agropecuaria de Bolívar y los técnicos de esta unidad.

Línea Base de maíz suave:

Cantón	Número de Parroquia	Número de Comunidades	Numero de ha	Variedad mayor cultivada	Destino de la producción	Mes de siembra	Lugar de comercialización	Número de Familias-Productor
Guaranda	7	35	6.337,05	Guagal	Choclo 70% Seco 30%	Octubre- Diciembre	Guayaquil- Ambato- Mercado Local	2.676
San José de Chimbo	4	31	4.967,87	Guagal/ Blanco de leche	Choclo 70% Seco 30%	Noviembre - Enero	Guayaquil- Ambato- Mercado	1.790
San Miguel	6	73	17.998,51	Guagal/ Blanco de leche	Choclo 80% Seco 20%	Diciembre- Febrero	Guayaquil- Ambato- Mercado	3.280
Chillanes	1	45	7145,34	Guagal	Choclo 20% Seco 80%	Diciembre- Febrero	Mercado Local	3500
TOTAL	18	184	36.448,77					11.246

Fuente. Investigación de campo/Archivos UZI'S

Es todo cuanto puedo informar, espero que la información sea de su ayuda.

Atentamente.

Ing. Ivan Chasi.

Responsables UZIS- DPA BOLIVAR.

Anexo 6. Glosario de términos técnicos.

Cultivo: Explotación del suelo con fines económicos mediante la producción agrícola. Hay varios tipos, a saber: intensivo, extensivo, exhaustivo, de secano, de regadío, doméstico, industrial, de rotación, en franjas, hidropónico, entre otros.

Cosecha: Conjunto de frutos que se recogen de la tierra. No toda la producción puede recolectarse con la cosecha, sea por la tecnología inapropiada, o la incidencia de problemas en el desarrollo del cultivo, como plagas, enfermedades y otros organismos dañinos y malezas.

Oferta: Es la cantidad que los productores están dispuestos a vender en un periodo dado a un precio en particular.

Demanda: Es la voluntad y capacidad de un individuo o consumidor para adquirir un bien o servicio en un periodo de tiempo y lugar determinado. Si un individuo solo tiene voluntad o solo capacidad para adquirir un bien o servicio, entonces no está demandado.

Datos: Unidades de información. Los hechos, las observaciones y resultados que se obtienen de un estudio experimental u observacional.

Variable: Es un símbolo que forma parte de una proposición, un algoritmo, una fórmula o una función y que puede adoptar diferentes valores. De acuerdo al modo en el cual aparece la variable en la función, puede calificarse como dependiente o independiente.

Encuesta: Serie de preguntas que se hace a muchas personas para reunir datos o para detectar la opinión pública sobre un asunto determinado.

Método: Es el proceso o camino sistemático establecido para realizar una tarea o trabajo con el fin de alcanzar un objetivo predeterminado.

Metodología: Hace referencia al conjunto de procedimientos racionales utilizados para alcanzar una gama de objetivos que rigen en una investigación científica.

Muestra: conjunto de casos o individuos extraídos de una población por algún sistema de muestreo.

Población: conjunto de todos los casos, objetos o eventos en los que se desea estudiar un fenómeno.

Producción: Proceso de transformación social de la naturaleza, mediante el trabajo y el capital, en objetos con valor de uso y de cambio; puede clasificarse en producción agrícola, industrial y comercial.

Productividad: también conocida como eficiencia es genéricamente entendida como la relación entre la producción obtenida por un sistema de producción o servicios y los recursos utilizados para obtenerla.

Precio: Es el valor monetario que se le asigna a algo. Dicho valor monetario se expresa en dinero y señala la cantidad que debe tener el comprador o cliente para hacerse con un producto o servicio; además es el valor monetario que se le asigna al producto al momento de ofrecerlo o venderlo a los consumidores.

Comerciante: Es la persona que comercia (es decir, que se dedica a negociar comprando y vendiendo mercaderías). El término se utiliza para nombrar a quien es propietario de un comercio o a quien se desempeña laboralmente en un comercio.

Canales de comercialización: Es un conjunto de funciones tendientes a llevar los productos desde el fabricante hasta el consumidor final.

Estrategias: Consisten en acciones que se llevan a cabo para alcanzar determinados objetivos relacionados con el marketing, tales como dar a conocer un nuevo producto, aumentar las ventas o lograr una mayor participación en el mercado.

Intermediarios: Son todos aquellos eslabones de la cadena que representa a los Canales de Comercialización, y que están colocados entre los productores y los consumidores o usuarios finales de tales productos; añadiendo a los mismos los valores o utilidades de tiempo, lugar y propiedad.

Mercados: que en la terminología económica de un mercado es el área dentro de la cual los vendedores y los compradores de una mercancía mantienen estrechas relaciones comerciales, y llevan a cabo abundantes transacciones de tal manera que los distintos precios a que éstas se realizan tienden a unificarse.

Valor agregado: Se refiere al valor económico que gana un bien cuando es modificado en el marco del proceso productivo.

Revisión bibliográfica: fase del proceso de investigación que consiste en una revisión del status quo del problema de investigación. Sin: revisión de la literatura.

FAO: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.

GAD: Gobierno Autónomo Descentralizado.

INIAP: Instituto Nacional Autónomo de Investigación Agropecuarias.

MAGAP: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.

ONG: Organización No Gubernamental.

INEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

UPA: Unidad de Producción Agrícola.

PDPT: Plan de Ordenamiento Territorial.

SEPS: Reglamento de la Ley Orgánica de Secretaría de Economía Popular y Solidaria.

LOEPS: Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria.