



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE RECURSOS NATURALES**  
**CARRERA AGRONOMÍA**

**“PROPUESTA DE PLANIFICACIÓN AGRÍCOLA PARA LAS  
ONCE ASOCIACIONES VINCULADAS AL PROYECTO DE  
COMERCIO JUSTO DEL CANTÓN RIOBAMBA”**

**Trabajo de Integración Curricular**

**Tipo:** Proyecto Técnico

Presentado para optar el grado académico de:

**INGENIERO AGRÓNOMO**

**AUTOR:** JONATAN JAVIER FLORES ORNA

**Riobamba – Ecuador**

2022



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE RECURSOS NATURALES**  
**CARRERA AGRONOMÍA**

**“PROPUESTA DE PLANIFICACIÓN AGRÍCOLA PARA LAS  
ONCE ASOCIACIONES VINCULADAS AL PROYECTO DE  
COMERCIO JUSTO DEL CANTÓN RIOBAMBA”**

**Trabajo de Integración Curricular**

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

**INGENIERO AGRÓNOMO**

**AUTOR: JONATAN JAVIER FLORES ORNA**

**DIRECTORA: Ing. CARLA SOFÍA ARGUELLO GUADALUPE. Msc**

**Riobamba – Ecuador**

2022

© 2022, Jonatan Javier Flores Orna

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, **JONATAN JAVIER FLORES ORNA**, declaro que el presente Trabajo de Integración Curricular es de mi autoría y los resultados del mismo son genuinos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autor asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Integración Curricular; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 3 de junio de 2022

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Jonatan Flores Orna', with a horizontal line underneath.

Jonatan Javier Flores Orna

0604656371

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE RECURSOS NATURALES**  
**CARRERA AGRONOMÍA**

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular, Tipo: Proyecto de Investigación, **PROPUESTA DE PLANIFICACIÓN AGRÍCOLA PARA LAS ONCE ASOCIACIONES VINCULADAS AL PROYECTO DE COMERCIO JUSTO DEL CANTÓN RIOBAMBA**, realizado por el señor **JONATAN JAVIER FLORES ORNA**, ha si minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos y legales, en tal virtud el Tribunal autoriza su presentación.

FIRMA

FECHA

Ing. Víctor Alberto Lindao Córdova, Ph.D  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**



2022-06-03

Ing. Carla Sofía Arguello Guadalupe  
**DIRECTORA DE TRABAJO DE  
TITULACIÓN**



2022-06-03

Ing. Miguel Ángel Gualpa Calva  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**



2022-06-03

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de titulación va de dicado a mis padres Rodrigo y Victoria que siempre me ha regalado su apoyo y cariño incondicional a pesar de todas las adversidades les agradezco por su esfuerzo y la paciencia que me han regalado a lo largo de mi carrera para poder llegar a este punto, a mis hermanos a Hernán gracias por su esfuerzo, cariño, comprensión y su apoyo día a día a lo largo de mi carrera, Patricio, Pilar, Fanny, Wilmer, Victoria, Sonia gracias por el cariño y la paciencia quienes me guiaron a lo largo de mi infancia y adolescencia.

Dedico este trabajo de integración curricular también a mis estimados amigos Vanesa y los Integrantes del Grupo Rey quienes estuvieron en los momentos más difíciles de mi vida estudiantil gracias por ser unos verdaderos amigos.

Javier

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios y a la Virgen de Baños por darme la dicha de despertar cada día, además agradezco a mis padres por todo el apoyo que me han brindado en toda mi etapa como estudiante y al resto de mi familia por el apoyo y la felicidad que me han dado, a los maestros que me han ayudado a poder forjarme como una profesional y a mis amigos por todas las experiencias vividas en esta etapa.

A todos quienes confiaron en mí y me dieron su apoyo incondicional con sus consejos y su ayuda para poder salir adelante, sin duda a mi pilar fundamental mi padre por siempre apoyarme y sacarme adelante con su trabajo conjuntamente con mi madre, Dios permita poder recompensarles todo su esfuerzo.

Javier

## TABLA DE CONTENIDOS

INDICE DE TABLAS.....	iix
INDICE DE FIGURAS.....	xi
INDICE DE GRAFICOS.....	xii
INDICE DE ANEXOS.....	xiv
RESUMEN .....	xv
ABSTRAC .....	xvi
INTRODUCCIÓN .....	1

### CAPITULO I

1. MARCO TEÓRICO .....	6
1.1. Diagnostico rural participativo.....	6
1.2. Planificación estratégica.....	6
1.2.1. <i>Objetivos estratégicos</i> .....	6
1.2.2. <i>Estrategias</i> .....	8
1.2.3. <i>Etapas de una estrategia</i> .....	9
1.2.4. <i>Criterios para evaluar las estrategias</i> .....	10
1.2.5. <i>Características de la planificación estratégica</i> .....	11
1.3. Metodología de planificación .....	12
1.4. Cultivos del cantón Riobamba .....	12
1.4.1. <i>Quinoa</i> .....	13
1.4.2. <i>Papa</i> .....	15
1.4.3. <i>Frutilla</i> .....	16
1.4.4. <i>Trigo</i> .....	16
1.4.5. <i>Cebada</i> .....	16
1.4.6. <i>Cebolla blanca o de rama</i> .....	17
1.4.7. <i>Habas</i> .....	18
1.4.8. <i>Maiz</i> .....	18
1.4.9. <i>Arveja</i> .....	19
1.4.10. <i>Brocolí y coliflor</i> .....	19
1.4.11. <i>Apio</i> .....	19
1.4.12. <i>Col</i> .....	20

1.5.	Precios de los productos en el mercado local del cantón Riobamba.....	21
1.6.	Principales canales de comercialización de productos agrícolas del cantón Riobamba .....	22

## CAPITULO II

2.	MARCO METODOLOGICO.....	24
2.1.	Enfoque de investigación .....	24
2.2.	Nivel de Investigación .....	24
2.2.1.	<i>Investigación de Campo</i> .....	24
2.2.2.	<i>Investigación exploratoria</i> .....	25
2.2.3.	<i>Investigación bibliografica documental</i> .....	25
2.2.4.	<i>Investigación aplicada</i> .....	25
2.3.	Diseño de investigación .....	25
2.4.	Tipo de estudio.....	26
2.5.	Métodos, técnicas e instrumentos de investigación.....	26
2.5.1.	<i>Métodos</i> .....	26
2.5.1.1.	<i>Método analítico</i> .....	26
2.5.1.2.	<i>Método sintético</i> .....	26
2.5.2.	<i>Técnicas</i> .....	27
2.5.2.1.	<i>Encuesta</i> .....	27
2.5.2.2.	<i>Observación directa</i> .....	27
2.5.3.	<i>Instrumentos</i> .....	27
2.5.3.1.	<i>Cuestionarios</i> .....	27
2.6.	Flujograma del proceso de investigación .....	28
2.7.	Población y muestra .....	30
2.7.1.	<i>Población</i> .....	30
2.7.2.	<i>Muestra</i> .....	33

## CAPITULO III

<b>3.</b>	<b>MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....</b>	<b>39</b>
<b>3.1.</b>	<b>Titulo del proyecto de investigación .....</b>	<b>39</b>
<b>3.2.</b>	<b>Diagnóstico de la situación actual .....</b>	<b>39</b>
<b>3.2.1.</b>	<i>Situación geográfica .....</i>	<i>39</i>
<b>3.2.2.</b>	<b><i>Resultados del levantamiento de información en las diferentes asociaciones vinculadas al proyecto de comercio justo .....</i></b>	<b><i>41</i></b>
<b>3.2.2.1.</b>	<i>Análisis de la encuesta aplicada en las diferentes asociaciones vinculadas al proyecto de comercio justo .....</i>	<i>42</i>
<b>3.2.2.2.</b>	<i>Análisis de los datos levantados en las asociaciones vinculadas al Proyectos de Comercio Justo .....</i>	<i>54</i>
<b>3.2.2.3.</b>	<i>Análisis de la encuesta aplicada a los comerciantes del mercado mayorista y de los diferentes canales del cantón riobamba .....</i>	<i>55</i>
<b>3.2.2.4.</b>	<i>Análisis de los datos levantados a los comerciantes de los diferentes canales de comercialización del cantón Riobamba. ....</i>	<i>66</i>
<b>3.2.2.5.</b>	<i>Análisis de la encuesta aplicada a los consumidores en los diferentes canales de comercialización del cantón Riobamba.....</i>	<i>67</i>
<b>3.2.2.6.</b>	<i>Análisis de los datos levantados en los diferentes canales de comercialización a los consumidores del cantón Riobamba.....</i>	<i>72</i>
<b>3.2.4.</b>	<b><i>Planificación en función de los canales de distribución y de las especies cultivadas por los productores asociados al proyecto de comercio justo.;</i></b> ¡Error! Marcador no definido.	

**CONCLUSIONES.....**

**RECOMENDACIONES.....**

**BIBLIOGRAFIA**

**ANEXOS**

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1-1:</b>	Rendimiento de quinoa en el Ecuador.....	14
<b>Tabla 2-1:</b>	Producción de cebolla de rama en la sierra ecuatoriana.....	17
<b>Tabla 3-1:</b>	Precios referencialies de productos agrícolas en el cantón Riobamba .....	22
<b>Tabla 1-2:</b>	Parroquias rurales en las cuales se desarrollara el trabajo de titulación .....	31
<b>Tabla 2-2:</b>	Asociaciones vinculadas al Proyecto de Comercio Justo.....	32
<b>Tabla 3-2:</b>	Datos para el cálculo de muestra poblacional para los canales de comercialización del cantón Riobamba .....	33
<b>Tabla 4-2:</b>	Listado de personas de la Aso. 4 de diciembre ubicada en la parroquia San Luis .....	35
<b>Tabla 5-2:</b>	Listado de personas de la Aso. Sumak Kausai de la parroquia San Juan.....	35
<b>Tabla 6-2:</b>	Listado de personas de la Aso. Sembrando vidas cosechando futuro de la parroquia Pungalá .....	36
<b>Tabla 7-2:</b>	Lista de personas de la Aso. De productores Agropecuarios Nitiluisa de la parroquia Calpi.....	37
<b>Tabla 8-2:</b>	Lista de personas de las Aso Mushuk Pakari perteneciente a la parroquia Cacha .	37
<b>Tabla 9-2:</b>	Lista de personas de la Escuela de aprendizaje Lican perteneciente a la parroquia Lican. ....	38
<b>Tabla 10-2:</b>	Lista de personas de la Aso. Asoprochin perteneciente a la parroquia Punín. ....	38
<b>Tabla 11-2:</b>	Lista de personas de la Aso. El limonar perteneciente a la parroquia Cubijies. ....	38
<b>Tabla 1-3:</b>	Levantamiento de información a las personas que integran las diferetes asociaciones vinculadas al proyecto de comercio justo. ....	42
<b>Tabla 2-3:</b>	Cantidad promedio que cosecha por producto al año.....	49
<b>Tabla 3-3:</b>	Ciudad, lugar, cantidad y días donde se envía, comercializa y adquiere de los productos adquiridos.....	59
<b>Tabla 4-3:</b>	Planificación de cultivos para la parroquia Calpi Aso. Productores Agropecuarios Nitiluiza. ....	84
<b>Tabla 5-3:</b>	Planificación de cultivos para la parroquia Cacha Asociación Mushuc Pacari.....	87
<b>Tabla 6-3:</b>	Planificación de cultivos para la parroquia San Luis, Asociación 4 de diciembre.	91

<b>Tabla 7-3:</b>	Planificación de cultivos para la parroquia Cubijies, Asociación El Limonar. ....	95
<b>Tabla 8-3:</b>	Planificación de cultivos para la parroquia San Juan, Asociación de Mujeres Sumak Kausai . .....	97
<b>Tabla 9-3:</b>	Planificación de cultivos para la parroquia Licán, Escuela de aprendizaje Lican. .	99
<b>Tabla 10-3:</b>	Planificación de cultivos para la parroquia Punín, Asoprochin.....	101
<b>Tabla 11-3:</b>	Planificación de cultivos para la parroquia Pungala, Asociación Sembrando Vidas Cosechando Futuro. ....	103

## INDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1-1:</b> Componentes del proceso de Administración estratégica.....	10
<b>Figura 1-2:</b> Flujograma del proceso de investigación.....	28
<b>Figura 2-2:</b> Mapa de las parroquias del cantón Riobamba .....	30
<b>Figura 1-3:</b> Parroquias rurales del cantón Riobamba.....	40
<b>Figura 2-3:</b> Identificación de los canales de distribución de los productores asociados al proyecto de Comercio Justo.....	73

## INDICE DE GRAFICOS

<b>Gráfico 1-3:</b> Número de personas que siembran cada cultivo que se da en el cantón Riobamba .....	46
<b>Gráfico 2-3:</b> Porcentaje de agricultores que realizan la rotación de cultivos en sus predios. ..	47
<b>Gráfico 3-3:</b> Cultivos que más producen los agricultores.....	47
<b>Gráfico 4-3:</b> Personas que siembran los diferentes cultivos cada mes.....	50
<b>Gráfico 5-3:</b> Número de productores que cosechan sus cultivos cada mes. ....	51
<b>Gráfico 6-3:</b> Lugar donde comercializan los productos los integrantes de las asociaciones. ..	51
<b>Gráfico 7-3:</b> Causas por las cuales existe una variación de productos en los canales de comercialización en el cantón Riobamba.....	53
<b>Gráfico 8-3:</b> Porcentaje de personas que compran los productos para su comercialización según su género.....	55
<b>Gráfico 9-3:</b> Porcentaje de personas comerciantes que adquieren los productos a productores o son propios.....	56
<b>Gráfico 10-3:</b> Productos que adquieren los comerciantes.....	57
<b>Gráfico 11-3:</b> Personas que envían los productos adquiridos a otras ciudades para su comercialización. ....	57
<b>Gráfico 12-3:</b> Transporte que utilizan los comerciantes para enviar los productos a otra ciudad. ....	64
<b>Gráfico 13-3:</b> Porcentaje de ganancia que tienen los comerciantes en otras ciudades.....	64
<b>Gráfico 14-3:</b> Características que toman en cuenta para su compra. ....	65
<b>Gráfico 15-3:</b> Número de personas que adquieren los productos según su género.....	67
<b>Gráfico 16-3:</b> Personas que compran en los diferentes canales de comercialización del cantón Riobamba.....	68
<b>Gráfico 17-3:</b> Número de personas que adquieren cada producto que se comercializa en los canales de comercialización.....	69
<b>Gráfico 18-3:</b> Frecuencia con los que adquieren las personas los productos.....	70
<b>Gráfico 19-3:</b> Aspectos que el consumidor toma en cuenta para adquirir el producto.....	70
<b>Gráfico 20-3:</b> Precios que los consumidores adquieren los productos.....	71

<b>Gráfico 21-3:</b> Precio de la arveja en el año 2021 desde el mes de enero hasta septiembre..	75
<b>Gráfico 22-3:</b> Precio del brócoli en el año 2021 desde el mes de enero hasta septiembre.....	76
<b>Gráfico 23-3:</b> Precio de la cebolla colorada en el año 2021 en los meses de enero a septiembre..	76
<b>Gráfico 24-3:</b> Precio de la fresa en el año 2021 en los meses de enero a septiembre.....	77
<b>Gráfico 25-3:</b> Precio de las habas en al año 2021 desde el mes de enero a septiembre.....	77
<b>Gráfico 26-3:</b> Precio de la lechuga en el año 2021 en los meses de enero a septiembre..	78
<b>Gráfico 27-3:</b> Precio del maíz en el año 2021 en los meses de enero a septiembre.....	78
<b>Gráfico 28-3:</b> Precio de la papa en el año 2021 en los meses de enero a septiembre..	79
<b>Gráfico 29-3:</b> Precio del pimiento en el año 2021 entre los meses de enero a septiembre..	79
<b>Gráfico 30-3:</b> Precio de la quinua en el año 2021 en los meses de enero a septiembre.....	80
<b>Gráfico 31-3:</b> Precio de la remolacha en el año 2021 entre los meses de enero a septiembre....	80
<b>Gráfico 32-3:</b> Precio del tomate de árbol en el año 2021 entre los meses de enero hasta septiembre.....	81
<b>Gráfico 33-3:</b> Precio del tomate riñón en el año 2021 entre los meses de enero a septiembre...81	81
<b>Gráfico 34-3:</b> Precio de la zanahoria en el año 2021 entre el mes de enero a septiembre.....	82

## **INDICE DE ANEXOS**

<b>ANEXO A:</b> ENCUESTA A PERSONAS QUE CONFORMAN LAS DIFERENTES ASOCIACIONES VINCULADAS AL PROYECTO DE COMERCIO JUSTO..	107
<b>ANEXO B:</b> ENCUESTA A CONSUMIDORES REALIZADO EN DIFERENTES MERCADOS DEL CANTON RIOBAMBA. ....	113
<b>ANEXO C:</b> ENCUESTA REALIZADA A LOS COMERCIANTES REALIZADO EN LOS DIFERENTES MERCADOS DEL CANTON RIOBAMBA .....	115

## RESUMEN

El presente trabajo tuvo como objetivo realizar una propuesta de planificación agrícola para las once asociaciones vinculadas al proyecto de comercio justo del cantón Riobamba, además de conocer la situación de cada uno de los asociados. Se determinó los productos agrícolas que se cultivan en cada una de las diferentes parroquias del cantón a través de encuestas realizadas a cada integrante de las diferentes asociaciones, conociendo así los lugares donde lo comercializan, productos agrícolas que cada asociado obtiene, productos que siembran de manera frecuente, su cosecha aproximada anual de los productos, meses en los cuales lo cultivan, meses de cosecha frecuencia que varían los precios en el mercado, si los precios en los canales de comercialización son rentables, que hace con sus productos cuando no lo comercializa, si existe un exceso de productos en los canales de comercialización, y si existe una aceptación para la propuesta de planificación agrícola. Obteniendo como resultado que los asociados cultivan en su mayoría legumbres, hortalizas y en un menor porcentaje productos de secano, los productos en su mayoría son comercializados en el mercado mayorista del cantón Riobamba, como porcentaje de cosecha anual cada asociado obtiene entre 20 a 45 qq de sus productos, en los diferentes canales de comercialización existe un cambio en los precios de los productos diariamente y sus precios para los agricultores no se consideran rentables, los asociados dieron una aceptación del 100% para la planificación. Con estos resultados se realizó la propuesta para los agricultores misma que tuvo una aceptación por todos los asociados. Se recomienda dar seguimiento al planteamiento de la misma.

**Palabras clave:** <RIOBAMBA (CANTÓN)>, <COMERCIO JUSTO>, <PEQUEÑOS AGRICULTORES>, <CANALES DE COMERCIALIZACION>, <PRODUCCION AGRICOLA>.

  
D.B.R.A.I.  
Ing. Cristhian Castillo

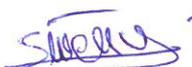


1272 - DBRA- UPT -2022

## ABSTRACT

The objective of this research work was to make a proposal for agricultural planning for the eleven associations linked to the fair-trade project in Riobamba canton, in addition, to knowing the situation of each of the associates. It was determined the agricultural products grown in each of the different parishes of the canton. Through surveys carried out with each member of the associations, and thus get to know the places where they are marketed, agricultural products that each member obtains, products that are sown frequently, the approximate annual harvest of the products, months in which are cultivated, months of harvest, and how often prices vary in the market, if the prices in the commercialization channels are profitable, what it does with the products when they are not marketed, if there is an excess of products in the commercialization channels, and if there is an acceptance for the agricultural planning proposal. As a result, the associates grow mostly legumes, vegetables, and, to a lesser extent, rainfed products, most of which are marketed in the wholesale market of Riobamba. As a percentage of the annual harvest, each associate obtains between 20 to 45 qq of their products, in the different marketing channels, there is a daily change in the prices of the products, and their prices for farmers are not considered profitable; associates gave 100% acceptance for the planning. With all these results, a proposal was made for the farmers, which was accepted. It is recommended to follow up on the proposal.

**Keywords:** <RIOBAMBA (CANTON)>, <FAIR TRADE>, <SMALL FARMERS>, <MARKETING CHANNELS>, <AGRICULTURAL PRODUCTION>.



**Silvana Patricia Céleri Quinde**

**C.C. 0602669830**

## **INTRODUCCIÓN**

La producción agrícola desde hace décadas atrás ha sido una de las actividades que se ha realizado en los sectores rurales del Ecuador durante años, muchos agricultores desarrollan esta habilidad de cultivar en el campo, en el día a día gracias a los conocimientos adquiridos muchas veces empíricos de amigos y familiares cercanos.

La provincia de Chimborazo, cantón Riobamba no se encuentra distante de esta realidad, sus once parroquias se distinguen por la de variedad de cultivos de acuerdo a sus rasgos agroecológicos, esta actividad que forma parte fundamental del ingreso económico familiar de la mayoría de agricultores. Los productos que cultivan los diferentes agricultores tienen como destino frecuentemente el mercado mayorista y un menor porcentaje los otros mercados de la ciudad, lamentablemente es ahí donde se identifica el inconveniente para los pequeños productores que se encuentra obligado por el intermediario a comercializar sus productos en una subasta donde los precios son bajos, sin considerar el valor de producción de los mismos, si no los precios impuestos en el mercado de comerciantes, quienes se aprovechan de la sobre oferta para establecer un precio en los productos, esto se debe a la inadecuada zonificación de la producción agrícola del cantón lo que lleva a tener una defectuosa o inexistente planificación agrícola de la zona.

El presente trabajo busca establecer una alternativa de planificación agrícola para que los pequeños productores del cantón Riobamba tengan una comercialización justa de sus productos, sin recaer en una sobre producción y por ende un sobre oferta en el mercado lo que le permitirá mejorar sus ingresos económicos y así mejorar su estilo de vida.

## **Planteamiento del problema**

En el cantón Riobamba existe una gran variedad de cultivos agrícolas y también un gran número de pequeños productores agrícolas, la propuesta de planificación ha de ser la piedra angular para el buen funcionamiento y logro de los objetivos propuestos, por la propuesta de planificación con los recursos disponibles e involucrando a todos los actores que intervienen en el proceso.

Según (Calvo, 2018), menciona que una buena planificación es la clave para tener un éxito empresarial y aun de mayor forma en las explotaciones agrícolas donde la planeación y rotación de cultivos son indispensables para la obtención de buenas producciones.

Una buena planificación de cultivos debería ser más a largo plazo y que en cualquier momento debemos tener claro que cultivo tenemos en cada campo durante los próximos años para así poder mantener una eficiencia en el desarrollo de los cultivos lo cual viene a ser muy beneficioso para los pequeños agricultores existen puntos positivos para hacer una buena planificación de cultivos.

Optimizar el efecto positivo sobre el suelo que dejan determinados cultivos ya que ciertos cultivos ayudan para des compactar el suelo y tienen un efecto que ayuda a mejorar a otros cultivos.

- Ahorro de fertilizantes para esto es utilizado el uso de leguminosas que ayudan al aporte de nitrógeno en el suelo y este puede ser aprovechado por el siguiente cultivo que sea demandante de nitrógeno.
- Ahorro de herbicidas para este aspecto se utiliza la combinación de cultivos de hoja ancha y cultivos de hoja estrecha que permite combinar mejor distintas materias activas para el control de malas hierbas evitando la aparición de resistencias y así actuando en el ahorro de herbicidas.
- Mejorar la sanidad del cultivo para tener este aspecto debemos tener una rotación de cultivos ya que esta minimizará el efecto de plagas de insectos y hongos en los cultivos además los efectos alelopáticos que son una toxicidad que desarrolla el propio cultivo al ser monótono.

Por lo tanto, la planificación agrícola tiene sentido para los pequeños agricultores siempre y cuando los mismos lleven esta propuesta de manera ordenada lo cual garantizará que se obtenga buenos productos agrícolas y baja demanda en el mercado lo cual conlleva a tener precios justos para los mismos productores.

## **Formulación del problema**

¿De qué manera incide la falta de una planificación agrícola para los pequeños agricultores en el momento de comercializar sus productos en los diferentes canales de comercialización del cantón Riobamba provincia de Chimborazo?

## **Delimitación del problema**

### **Campo de acción:**

Objeto: Planificación agrícola para las asociaciones vinculadas al proyecto de comercio justo.

Espacio: Provincia de Chimborazo, cantón Riobamba, parroquias rurales

Tiempo: Enero – septiembre 2021

## **Justificación**

### **Justificación Teórica**

El presente trabajo tiene como finalidad proponer una propuesta de planificación agrícola con la finalidad de ayudar a la economía del pequeño agricultor aplicando distintos conceptos y definiciones de planificación estratégica, metodologías de planificación, cultivos existentes en el cantón Riobamba, precios de los productos en el cantón, información del manejo de los cultivos de la zona y los principales canales de comercialización del cantón Riobamba.

### **Justificación Metodología**

Para el desarrollo del trabajo de titulación se utilizarán metodologías de investigación desarrolladas durante el proceso de aprendizaje académico, como sería la aplicación de encuestas a los integrantes de las diferentes asociaciones en las diferentes parroquias del cantón Riobamba a manera de analizar e interpretar los resultados obtenidos, además también se aplicará encuestas a los consumidores y comerciantes en los diferentes canales de comercialización del cantón obteniendo información pertinente al proceso de compra y venta de los productos agrícolas.

## **Objetivos**

### **General**

Realizar una planificación agrícola para las 11 asociaciones vinculadas al proyecto de Comercio Justo del cantón Riobamba.

### **Específicos**

- Determinar el diagnóstico de los productores asociados al proyecto de Comercio Justo.
- Identificar los canales de distribución de los productores asociados al proyecto de Comercio Justo.
- Planificar en función de los canales de distribución y de las especies cultivadas por los productores asociados al proyecto de comercio justo.

## CAPÍTULO I

### 1. MARCO TEÓRICO

#### *1.1. El diagnóstico rural participativo (DRP)*

El diagnóstico rural participativo, conocido como DRP, consiste en un conjunto de técnicas y herramientas que pueden ser manejados por las comunidades para poder facilitar los procesos de investigación, acción y planificación. Es un método extraordinariamente eficaz y pertinente para que la comunidad participe en las fases de generación de información, análisis y establecimiento de prioridades de la planificación agrícola. Los instrumentos específicos, como los mapas de recursos de las comunidades, la inclinación de los problemas y los perfiles institucionales son útiles para analizar el ambiente o entorno de la comunidad. Otros instrumentos, como los diagramas de los sistemas agrícolas, los calendarios estacionales, los perfiles de las actividades diarias y los mapas de recursos de los hogares, pueden combinarse con el análisis de género para facilitar el estudio de las estrategias de subsistencia de diferentes grupos socioeconómicos. Un tercer conjunto de instrumentos con un enfoque de género, ayuda a las comunidades y a los diferentes grupos socioeconómicos, a determinar y priorizar sus problemas y su necesidad de recursos, y a elaborar planes de acción para los grupos o comunidades (Estelí, 2008 pág. 46).

El desarrollo rural participativo pretende desarrollar procedimientos de investigación desde las condiciones y posibilidades del grupo principal, tomando como sus propios conceptos y criterios de explicación, el objetivo principal del desarrollo rural participativo es apoyar la decisión de la comunidad y obtener la información de campo de la comunidad o asociación a través de la participación y así poder fomentar un desarrollo sostenible para el grupo.

Se trata de evaluar los problemas y las oportunidades para encontrar la solución identificando los posibles proyectos que pueden ser de ayuda para el mejoramiento de los problemas más destacados y así también ayudando a las condiciones económicas y de vida de los integrantes de la comunidad. (Verdejo, 2003 pág. 7)

#### *1.2. Planificación estratégica.*

La planificación estratégica es un proceso de gestión están siempre presentes en periodos exactos dados de diferentes maneras, puede alguno de ellos adquirir alguna importancia para tomar una decisión en una instancia concreta, de esta manera los periodos, momentos o etapas son una fuerza cíclica, se encuentran siempre presentes en la situación, avanzan en su tratamiento por algún plan

que se utilizó en el pasado de un momento a otro, pero nunca dejando de estar presente en todos los momentos.

La planificación estratégica pone en su lugar específico u estratégico a la organización según su campo dinamizando las fuerzas internas en armonía con las metas inclinando en la estructura las líneas de acción hasta los niveles más operativos ya que la gestión estratégica es un proceso que debe encontrarse de manera permanente y continuo en el tiempo para así poder poner en marcha la dirección de una organización y poder abordar con el mínimo riesgo en el futuro (Planificación estratégica, 2017 pág. 16).

La planificación es un proceso que se orienta hacia el futuro que permite examinar dónde estamos ahora, dónde queremos estar y cuál es la mejor manera de llegar allí. El proceso de planificación estratégica facilita la comunicación y la participación, concilia intereses y valores contrapuestos, refuerza la toma de decisiones analíticas y sabias y promueve una ejecución eficaz. La planificación estratégica es nombrada como una herramienta de gestión que ayuda a la toma de decisiones de las organizaciones o asociaciones el objetivo de la planificación estratégica es ofrecer una metodología de planificación adecuada, establece cuales son las acciones que se tomaran para llegar así poder llegar a la meta deseada a futuro el cual puede ser a mediano o largo plazo, requiere de una perseverante retroalimentación acerca de cómo se encuentra funcionando las estrategias (Pedro, 2003 pág. 106).

### **1.2.1. Objetivos estratégicos**

Los objetivos estratégicos pueden clasificarse como objetivos de mediano y largo plazo orientados al logro de la misión de la asociación u organización, son los resultados más relevantes y de mayor nivel que la organización o asociación espera lograr para cumplir con las metas propuestas, el logro de los objetivos deben ser de manera consecuente en el largo, mediano y corto plazo y tratar de cumplirlos con los menores costos, por lo tanto los objetivos estratégicos deben ser de manera contable, que se puedan realizar en cantidad y calidad, comprensibles, estimulantes, coherentes y escritos en forma jerárquica preferentemente (Enfoque metodológico para los objetivos estratégicos, 2016 pág. 30).

Los objetivos estratégicos deben concretar la meta en un plazo determinado que debía ser mayor a un año para el cumplimiento de su misión de forma eficaz y efectiva.

- Mejorar la calidad de vida de los residentes en un territorio
- Fomentar el potencial endógeno municipal y comercial.

- Potenciar la capacidad competitiva y comercializadora de los productos y servicios generados, tanto en actividades y sectores clave como en los tradicionales y los emergentes.
- Aumentar el atractivo de la zona para el fomento de inversiones locales o foráneas.
- Establecer prioridades para el desarrollo local, a partir de los proyectos considerados estratégicos para dicho fin.
- Favorecer la obtención de recursos financieros públicos y privados a partir de instrumentos de coordinación, concertación y cooperación entre las distintas instituciones (Melani, 2018 pág. 3).

Los objetivos estratégicos determinan lo más importante de la estrategia planteada, son conocidos también conocidos como los fines o metas desarrolladas a nivel estratégicos que la organización pretende llegar a lograr durante un periodo determinado de tiempo. Estos deben ser claros, coherentes, medibles y alcanzables, para definir los objetivos estratégicos se deben definir con tres propósitos en mente:

1. Establecer objetivos estratégicos claros, esto ayuda a todo el equipo de trabajo concordar sobre el punto exacto a donde se requiere llegar.
2. Los objetivos estratégicos deben servir y ayudar como guía para formular las metas a nivel operacional y nivel táctico.
3. Una buena definición de los objetivos estratégicos debe ayudar a que todos trabajen con la misma imagen general para que todos actúen en dirección a una misma meta (Melani, 2018 pág. 5)

### **1.2.2. Estrategias.**

Las estrategias son conocidas como las directrices que ayudan a adoptar las acciones adecuadas para alcanzar las metas propuestas proporcionan una base para poder establecer la toma de decisiones o también conocidas como planes de acción para así poder implementar los objetivos estratégicos.

También es conocida como una decisión que tiene que ser tomada con la más alta precaución.

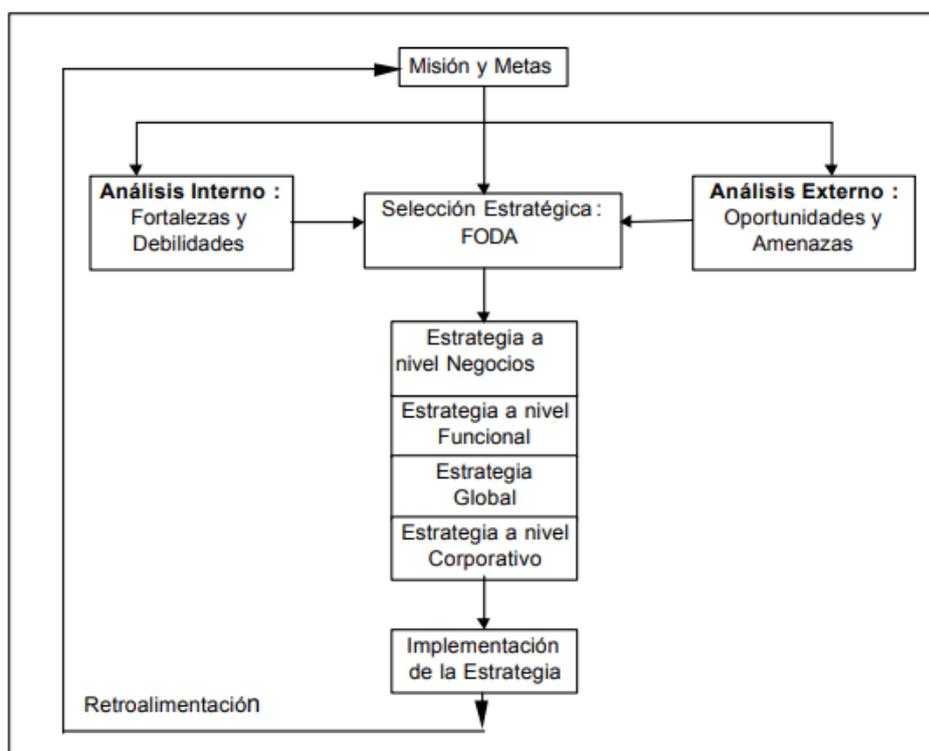
Una estrategia es el plan que integra los principales objetivos y políticas de una organización, y de la misma manera establece las acciones coherentes a realizar. Según esta definición, una estrategia debe ser planificada, esto determina objetivos y metas a largo plazo y un plan de acción que ponga en práctica todo lo mencionado de manera anterior.

- **Estrategias corporativas:** Definen en qué negocio debe estar la organización. Estas estrategias se refieren principalmente a organizaciones que tienen varias líneas de negocios: es la estrategia de la empresa.
- **Estrategia de negocio:** Esta estrategia se refiere a la estrategia o estrategias desarrolladas por una unidad de negocios, que generalmente viene a ser un departamento división de una organización. Esta estrategia departamental corresponde a la aportación, dentro de sus límites de acción, responsabilidad y autoridad, de un área específica de la organización al logro de los objetivos generales de la empresa o institución a la cual pertenece.
- **Estrategia funcional:** Estas estrategias comprenden las acciones derivadas de los objetivos de cada unidad estratégica de negocios; esta unidad es todo grupo que toma decisiones estratégicas, pudiendo ser la organización, o las divisiones de departamentos (Gonzales, 2001 pág. 2).

### **1.2.3. Etapas de una estrategia.**

El procedimiento para crear una estrategia no es de manera simple ni esta carente de estudios y análisis que deben estar presentes siempre, si se desea reducir los riesgos de un fracaso organizacional.

A continuación se revisara de manera rápida cada una de las etapas que forman las actividades de una formulación estratégica general para así más adelante en las siguientes secciones se pueda analizarlas, el proceso empieza con la selección de la misión y de los principales objetivos corporativos, después se realiza el análisis de ambiente competitivo externo que identifica las oportunidades y amenazas que comprometen a la organización el cual conjunto al análisis operativo interno permite saber cuáles son sus fortalezas y debilidades, constituyen la fuente principal de información para la selección de estrategias (Gonzales, 2001 pág. 5).



**Figura 1-1.** Componentes del proceso de Administración Estratégica.

Fuente: (Gonzales, 2001 pág. 7)

#### 1.2.4. Criterios para evaluar las estrategias.

*Los criterios de adecuación, de factibilidad y de aceptabilidad son útiles para evaluar las distintas opciones estratégicas a ser una prioridad, tanto si el proceso se lleva a cabo de una manera muy formalizada como si prevalecen los aspectos informales o de poder del mismo. Es decir, la estrategia elegida por una empresa debe reunir estos criterios para tener alguna probabilidad de éxito, especialmente si la empresa se desenvuelve en entornos fuertemente competitivos.* (Melani, 2018 pág. 6)

1. Los cursos de acción definidos permiten el logro del objetivo
2. Ha determinado los costos y beneficios de los cursos de acción
3. Los cursos de acción generan impactos negativos o positivos en otros objetivos
4. El objetivo que será implementado con la estrategia es clave para el éxito de otro objetivo.
5. La entidad está en condiciones de implementar el curso de acción, si no que cambios debe hacer para lograrlo.
6. Tiempo que requieren los cambios
7. Una vez implementados, que cambios de procedimientos se requieren, que impacto tiene sobre la entidad

8. Qué pasos son necesarios para implementar los cursos de acción y que tiempo requiere cada paso (Melani, 2018 pág. 7).

#### **1.2.5. Características de la planificación estratégica.**

- Visión a Largo Plazo y Carácter Plurilegislativo. Es un Proyecto de toda la comunidad y debe desarrollarse con independencia de avatares políticos.
- Análisis Interno. Se debe identificar las debilidades y fortalezas existentes para mejorar posición competitiva.
- Consideración del entorno exterior. Debe ayudar a la comunidad a identificar las amenazas y oportunidades del exterior.
- Visión integral de la realidad urbana. No sólo considera dimensión física del territorio sino también la socioeconómica y política.
- Se centra en temas críticos: las oportunidades y problemas que afronta la comunidad (Melani, 2018 pág. 8).

#### **1.3. Metodología de planificación**

Consiste en el estudio de métodos que se emplean para planificar una gestión es el conjunto de normas que rigen el trabajo de sistematización básicamente con relación a la forma en que se divide el trabajo por razones de planificación y control, la metodología constituye el conjunto de criterio y decisiones que organizan de forma global, la acción didáctica en una entidad es la utilización de medios y recursos tipos de actividades organización de los tiempos y espacio que se siguen en una investigación científica o en una exposición doctrinal.

El objetivo para una buena planificación es eliminar el comportamiento de una forma reactiva que tienen las personas que toman sus decisiones a medidas de los problemas o cuyas necesidades que van apareciendo y aquellas decisiones desvían de los objetivos fijados o establecidos y generan un gran caos en el proyecto u organización. Existen aspectos positivos para una buena planificación los cuales son:

Existe una disminución de problemas potenciales.

El personal reconoce que se espera de ellos para que la planeación sea eficiente (Gomez, 2005).

La metodología de planificación básicamente consiste en identificar:

- Los principios, valores o ideas fuerza en que se va a basar el plan y su desarrollo y en que se refleja la opción estratégica escogida

- La definición de las áreas o líneas estratégicas en las que se intervendrá y que serán objeto de análisis.
- Los objetivos, planes de acción, actuaciones y proyectos clave de cada área o línea estratégica, priorizados y con indicadores de seguimiento.

Metodología de la planificación:

- Identificar el problema y el objetivo
- Identificar a todos los interesados y definir sus metas, necesidades e intereses
- Establecer un grupo de trabajo que sea multidisciplinario.
- Recolectar los datos e información necesaria.
- Identificación preliminar y selección de opciones.
- Estimar las opciones identificadas.
- Negociar y seleccionar las opciones para así establecer el plan.
- Legislación sobre el cumplimiento de la ley y comienzo implementación del plan (Metodología de Planificación Estratégica, 2005 pág. 12).

#### **1.4. Cultivos del cantón Riobamba**

Los agricultores que pueden producir alimentos hacen uso de dos recursos importantes como son el agua y el suelo en la sierra centro del Ecuador tiene una topografía montañosa con altas pendientes donde se requieren prácticas para el manejo de la escorrentía y control de la erosión del suelo. En el cantón Riobamba existen varios cultivos que se adaptan muy bien a el clima de estas zonas, en estos sitios hoy en día existen amplios pastizales dedicados a la ganadería y además una gran variedad de cereales, hortalizas y frutas, a continuación, tenemos los diferentes productos agrícolas que se cultivan en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo (Medina, 2012 pág. 2).

En la provincia de Chimborazo los cultivos son tradicionales y convencionales existe ya los sembradíos mecanizados en algunas parroquias de la provincia y existe ya la utilización de maquinaria agrícola para la preparación del suelo, en la provincia de Chimborazo se siembran productos que aun predomina el monocultivo. Los principales productos cultivados en la provincia de son las papas con 35, 43% a continuación le sigue el cultivo de maíz y la cebada que tiene el porcentaje de 20,51% y 18, 88% también se cultiva frejol en un porcentaje del 8,27%, trigo en un porcentaje de 6,89 y quinua en un 9,01% (Gusñay, 2017 pág. 10).

### 1.4.1. Quinua

Es conocida por los Incas como la madre de todos los granos es un cultivo propio de los Andes que fue muy apreciado en la época precolombina, la quinua puede adaptarse y producir en condiciones que tenga alta salinidad, alta temperatura y con niveles de alta radiación ultra violeta, la quinua también puede producirse en ambientes extremadamente áridos, con una precipitación anual de 200 mm y puede ser cultivada desde el nivel del mar hasta los 4200 m.s.n.m, también puede tolerar temperaturas hasta los 40°C, es reconocida como el alimento sagrado por las antiguas culturas andinas, presenta un ciclo vegetativo entre 7 – 12 meses dependiendo la zona climática que se encuentre por lo regular en la provincia de Chimborazo dura de 8 a 9 meses, su tamaño puede variar desde 1 a 3,5 m de altura dependiendo la variedad y las condiciones agroclimáticas donde se la cultive. (Chuquimarca, 2019 pág. 5).

**Tabla 1-1:** Rendimiento de quinua en el Ecuador

<b>PROVINCIA/CANTÓN</b>	<b>RENDIMIENTO PROMEDIO t/ha</b>
Azuay	1,23
Gualaceo	1,04
Paute	1,41
<b>Cañar</b>	<b>1,42</b>
Azogues	1,31
Deleg	1,65
<b>Carchi</b>	<b>1,56</b>
Bolívar	1,41
Espejo	1,89
Mira	1,27
Montufar	1,43
<b>Chimborazo</b>	<b>1,27</b>
Colta	1,27
Guamote	1,27
Guano	1,08
Riobamba	1,29
<b>Cotopaxi</b>	<b>1,30</b>

Latacunga	0,71
Pujilí	1,25
Salcedo	1,65
Saquisilí	1,62
Sigchos	0,97
<b>Imbabura</b>	1,57
Antonio Ante	1,62
Cotacachi	1,59
Ibarra	1,62
Otavalo	1,52
Pimampiro	1,58
<b>Pichincha</b>	1,19
Cayambe	2,23
Mejía	1,69
Pedro Moncayo	1,67
<b>Tungurahua</b>	1,19
Ambato	1,13
Quero	0,51
Santiago de Pillaro	1,62

Fuente: (Chuquimarca, 2019 pág. 6)

#### 1.4.2. *Papa*

El cultivo de la papa es considerado uno de los productos de primera necesidad y de gran importancia del país. La papa se encuentra de manera presente en la dieta diaria de la población, especialmente en la región sierra del país. En el Ecuador casi toda la papa que se produce se consume a nivel local alcanzando un consumo más o menos de unos 25 kilogramos al año, la papa se considera el cuarto alimento más importante a nivel mundial después del trigo arroz y maíz (Colcha, 2009 pág. 2).

En Ecuador las provincias de Carchi, Chimborazo, Cotopaxi, Pichincha y Bolívar ocupan para el cultivo de papa más del 65% de la tierra del país. Carchi es la provincia más importante del país para la producción de papa. El 61% de las tierras cultivadas con cultivos transitorios son sembradas con papa. La producción de papa cada año alcanza las 160000 toneladas y el promedio por hectárea es de 12.5 toneladas. (Colcha, 2009 pág. 6).

En la provincia de Chimborazo la mayor superficie es destinada para el cultivo de papa tiene 14.500 ha y con esta cantidad de terreno existe un rendimiento de 11 tn/ha, el clima de la provincia es muy heterogéneo. Los vientos cálidos que provienen de la zona amazónica afectan la franja de la cordillera oriental ayudando a suavizar el clima. En la provincia de Chimborazo se da a las alturas de 2.200 a 3.600 m.s.n.m., temperaturas medias entre 6°C y 15°C, topografía y lluvias entre 250 a 2.000 mm anuales, la provincia presenta una amplia diversidad de zonas ecológicas. Se distinguen dos estaciones: invierno lluvioso de octubre a mayo y verano seco de junio a septiembre. (Colcha, 2009 pág. 9).

#### **1.4.3. *Frutilla***

La frutilla es un cultivo que se ajusta de manera muy estable a muchos tipos de climas, es altamente resistente a heladas, llegando a soportar temperaturas de hasta 20 °C, aunque las flores pueden destruirse con temperaturas algo inferiores a 0 °C. Al mismo tiempo son capaces de sobrevivir a temperaturas hasta de 55 °C. Los valores óptimos para el fructificación de la frutilla pueden ser en torno a los 15-20 °C de media anual.

Los requerimientos agroecológicos de la frutilla exigen selección y preparación del suelo para la siembra como primer punto se procede a realizar las labores comunes como es el arado del suelo, subsolar y si es necesario pasar la rastra, nivelar y preceder al trazado de la plantación mediante la configuración técnica de las platabandas de siembra y de las vías de acceso para así facilitar las labores culturales controles fitosanitarios, cosecha y entre otras (Perdomo, 2018 págs. 2-6).

#### **1.4.4. *Trigo.***

El cultivo de trigo es uno de los cereales de mayor producción así de tal manera como el arroz, el maíz, la avena, el trigo, es el más apreciado para la alimentación de la humana por constituir una gran fuente de calorías y proteínas, este cultivo requiere de suelos sueltos con buen drenaje y que mantenga pH de entre 5,5 y 7 y no soporta los terrenos arenosos o turbosos con un pH con acidez elevada. La temperatura óptima de germinación del trigo es de 20-25° C y se necesitan entre 450 a 550 litros de agua para producir 1 kilo de materia seca, las zonas de producción del país se encuentran en el callejón inter andino son las provincias de Chimborazo, Imbabura, Pichincha , Cañar, Bolívar y Loja registran el mayor aporte de grano de molienda y mayor superficie sembrada (Iniap, 2014 págs. 4-6).

#### **1.4.5. Cebada**

Es un cultivo de gran importancia que se siembra en la sierra ecuatoriana, en la provincia de Chimborazo tiene como registro la mayor superficie dedicada al cultivo de cebada con 18000 ha de las 48 ha que cultivan a nivel nacional, es importante señalar que una gran parte de cebada cultivada en Chimborazo es destinada para el autoconsumo y los excedentes son comercializados para obtener ingresos económicos estas son las razones principales por lo que la cebada se constituye como un cultivo de gran importancia en los sistemas de producción comunitaria de la sierra ecuatoriana.

La cebada se puede cultivar en una altitud de 2400 a 3400 m.s.n.m, es necesario para su desarrollo en clima frío – templado entre los 12° a 20 °C, con una precipitación de 400 a 600 mm durante su ciclo de cultivo, se puede cultivar en suelos franco arenosos y franco arcillosos que tengan un buen drenaje (INIAP, 2014 págs. 2-4).

#### **1.4.6. Cebolla Blanca o de Rama**

Es una planta bienal, pero se cultiva como anual, que puede tener 1 m de altura y posee hojas semicilíndricas que brotan de un bulbo subterráneo dotado con raíces poco profundas, además está provisto de un tallo erecto que aparece en el segundo año, lleva una inflorescencia de manera de umbela de flores blancas o rosadas.

En Ecuador alcanza 4010 has anuales teniendo como la más productora a la provincia de Carchi. La principal utilidad es en la cocina como condimento para la preparación de los alimentos, y las partes vegetativas más usadas son las hojas y los tallos. Un adecuado manejo del cultivo desde la siembra reduce la competencia entre plantas permitiendo obtener mayores rendimientos por unidad de superficie (Pio, 2014 pág. 9).

**Tabla 1-1:** Producción de cebolla de rama en la sierra ecuatoriana

<b>PROVINCIA</b>	<b>PRODUCCIÓN</b>
Imbabura	16
Pichincha	1140
Cotopaxi	876
Tungurahua	1215

Chimborazo	889
Bolívar	201
Cañar	14
Azuay	260
Loja	260
TOTAL	4855

Fuente: (Pio, 2014 pág. 12.)

#### **1.4.7. Habas**

El cultivo de habas es considerado como cultivo anual de consistencia herbácea, llegando a alcanzar hasta 1,5 m de alto. Su sistema radical es pivotante y las raíces laterales son bien desarrolladas, su sistema radicular tiene la capacidad de fijar el nitrógeno gracias a la presencia de nódulos los tallos son fuertes, tetragonales, huecos y sin vellosidades, la ramificación de estos tallos suele ser escasa y la misma dependerá del cultivar, la densidad de la siembra, la fertilidad del suelo y las condiciones ecológicas.

La mayor producción del cultivo de haba tierna se concentró en las provincias de Chimborazo, Carchi y Cotopaxi, en tanto que la producción de haba seca en las provincias de Azuay, Carchi y Cañar, El cultivo puede desarrollarse en varios tipos de suelos: franco arenoso, franco arcilloso, negro andino, que sean profundos, con buena cantidad de materia orgánica y con un pH alrededor de 7. Se debe realizar una arada y rastrada para romper el ciclo de algunas plagas y enfermedades. Previo a la siembra, el suelo debe estar mullido y el surcado puede hacerse con máquina (Sánchez, 2019 pág. 6).

#### **1.4.8. Maíz**

Es un cultivo de mucha importancia económica en nuestro país, se lo siembra tanto en la costa como en la sierra bajo las diferentes condiciones ambientales de temperatura, humedad, régimen de lluvias, luminosidad y suelos. El rendimiento de un cultivo está en función del genotipo, manejo tecnológico y condiciones climáticas. Para incrementar el rendimiento de granos por unidad de área, se podría conseguir con el empleo de semillas híbridas con una alta capacidad de producción de grano y aplicación de un buen manejo del cultivo.

El maíz es una planta que se da bajo condiciones climáticas y edáficas diversas a causa de su extraordinaria capacidad adaptativa y que este se puede cultivar en tierras de secano con

precipitaciones anuales inferiores a 250 mm, como también en regiones que reciben más de 5000 mm con excepción del clima de la selva súper húmeda; se cultiva el maíz a gran escala bajo todas las condiciones climáticas tropicales y subtropicales (Luis, 2016 pág. 30).

#### **1.4.9. Arveja**

Este cultivo es muy apreciado y valorado por su calidad nutricional, la arveja es rica en proteínas, carbohidratos, bajo en grasas y buena fuente de fibra y en vitaminas A, B y C.

Es uno de los cultivos con mayor importancia en el Ecuador, se puede consumir cuando se encuentra en estado verde como en seco, este cultivo puede rendir alrededor de 10000 Kg/Ha de vaina verde, es una planta anual erecta, cuando es pequeña su altura llega a ser menor de 0,5 m, es semi trepadora cuando su altura va desde los 0,8 m a 1m y es trepadora cuando posee una altura mayor a 1,3 m (Basantes, 2015 pág. 163).

#### **1.4.10. Brócoli y Coliflor**

La coliflor a la igual manera que el brócoli el cultivo dura aproximadamente de 3 a 4 meses obteniendo una altura entre 20 y 30 cm, es una planta de tipo herbácea y puede llegar a tener un rendimiento de 100.900 Kg/Ha, para este cultivo se debe realizar la rotación de cultivo con gramíneas y leguminosas realizando una producción por año.

El brócoli y la coliflor son originarios de mediterráneo oriental (Asia Menor, Líbano, Siria, etc.) En el mediterráneo oriental se encontró evidencia sobre la evolución de la coliflor y el brócoli. Además, fue descubierto en la península italiana desde donde se propago a los distintos países que mantenían relaciones intensas a nivel comercial con la antigua roma para luego distribuirse a todo el mundo (Von, 2012 pág. 242).

#### **1.4.11. Apio**

El apio se cultiva alrededor del mundo, crece de forma silvestre y posee un alto valor nutricional, la parte comestible es compuesta por las hojas y el tallo, sin embargo al no ser utilizada con fines culinarios si no también con fines medicinales, las semillas y la raíz también son utilizadas lo que hace que la planta de manera completa sea útil, el ciclo dura entre 60 a 130 días dependiendo de las condiciones climáticas, tiene una germinación muy lenta ya que la temperatura óptima para la germinación de las semillas de apio es de 15 a 21°C que es un tiempo aproximado es de 7 días. Al ser un cultivo bianual el apio cumple su etapa vegetativa durante el primer año y en el segundo año florece. Para florecer se requieren ciertas condiciones ya que se debe realizar la "inducción a

floración", que se producen cuando la planta aún es joven, con pocas hojas expandidas (Del Pino, 2020 pág. 9).

#### 1.4.12. Col

La col como una planta bianual, con una raíz pivotante llena de raicillas laterales, su tallo erguido poco ramificado sus hojas de color verde glauco o rojizas, de bordes ligeramente aserrados, forma más o menos oval, en el Ecuador el cultivo de col está enfocada a la sierra centro del país en la región andina, en las provincias de Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Cotopaxi, Chimborazo, Azuay, Loja y Cañar. La principal peculiaridad es que prefiere los climas templados a fríos de entre 13°C y 18°C de temperatura (YARA, 2022 pág. 3).

#### 1.5. Precios de los productos en el mercado local del cantón Riobamba.

En los diferentes canales de comercialización del cantón Riobamba existe un precio establecido por el EMMPA y a continuación tenemos la tabla de precios:

**Tabla 3-1:** Precios referenciales de productos agrícolas en el cantón Riobamba al publico

<b>PRECIOS REFERENCIALES AL PUBLICO</b>		
<b>PRODUCTO</b>	<b>PRESENTACIÓN</b>	<b>PRECIO</b>
Maíz/ Choclo	Saco de 65 lbs	\$22.00
Frutilla	Caja de 15 lbs	\$13.00
Brócoli	Saco de 71.5 lbs	\$4.00
Cebolla Blanca en rama	Atado de 4,25 lbs	\$1.10
Cebolla colorada Paiteña Nacional	Saco de 78.5 lbs	\$6.00
Cebolla colorada Paiteña Peruana	Saco de 84,25 lbs	\$20.00
Cebolla perla	Saco de 95 lbs	\$20.00
Col	Saco de 107.5 lbs	\$7.00
Coliflor	Saco de 59.25 lbs	\$4.00
Lechuga	Saco de 81.25 lbs	\$6.00
Tomate riñón de invernadero	Caja de 36,25 lbs	\$8.00

Zanahoria amarilla	Saco de 70.4 lbs	\$4.00
Arveja Tierno en Vaina la TV	Saco de 43 lbs	\$17.50
Arveja Tierno en Vaina Géminis	Saco de 43 lbs	\$17.50
Frejol Tierno en Vaina Canario	Saco de 43 lbs	\$17.50
Frejol Tierno en Vaina Canarillo	Saco de 43 lbs	\$15.00
Frejol Tierno en Vaina Calima	Saco de 43 lbs	\$ 12.00
Frejol Tierno en Vaina Blanco o Torta	Saco de 43 lbs	\$11.00
Frejol Tierno en Vaina Toa	Saco de 43 lbs	\$ 48.00
Papa Fri papa	Saco de 107.5 lbs	\$ 13.00
Papa Gabriela	Saco de 107.5 lbs	\$4.00
Papa Leona Blanca o Cecilia	Saco de 107.5 lbs	\$14.00
Papa Pan	Saco de 107.5 lbs	\$3.00
Papa Puña	Saco de 107.5 lbs	\$8.00
Papa Rosita	Saco de 107.5 lbs	\$4.00
Papa Semiuvilla	Saco de 107.5 lbs	\$6.00
Papa Uvilla o Bolona	Saco de 107.5 lbs	\$15.00
Papa Super Chola	Saco de 107.5 lbs	\$11.00
Papa Chaucha	Saco de 107.5 lbs	\$20.00

Fuente: (EP-EMMPA, 2021)

### 1.6. Principales canales de comercialización de productos agrícolas del cantón Riobamba.

Los canales de comercialización son el medio por el cual se desarrolla la comercialización de productos o servicios, estos canales pueden ser de los siguientes tipos:

**Canales largos o distribución mayorista:** Son los canales convencionales. se caracterizan por la existencia de dos o más intermediarios entre el fabricante del producto y el consumidor final.

**Canales cortos o distribución minorista / detallista:** Se singularizan por la existencia de un solo intermediario entre el fabricante y el consumidor.

**Venta directa:** El fabricante y el consumidor establecen una comunicación directa. Este último canal permite al fabricante reducir sus costes de distribución y le proporciona un mayor. Análisis de la competencia Identificación de competidores Determinación de los objetivos de la competencia Valoración de la fuerza y debilidad de la competencia 10 conocimiento de las necesidades de sus clientes. Podrían incluirse en este tipo de canal a los pequeños puntos de venta (Quitana, 2019 pág. 25)

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO METODOLÓGICO

#### 2.1. Enfoque de investigación.

Es un enfoque relativamente nuevo que implica combinar los métodos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio en el cual se utiliza las fortalezas de ambos tipos y tratando de minimizar sus debilidades potenciales.

Se realiza un análisis de la situación actual donde se muestran datos cualitativos y cuantitativos del levantamiento de información de las diferentes asociaciones vinculadas al proyecto de comercio justo y también la información levantada a los comerciantes y consumidores de los diferentes canales de comercialización del cantón Riobamba. Para realizar el análisis cualitativo de las asociaciones vinculadas al proyecto de comercio justo se aplicó encuestas dirigidas a las personas que conforman cada asociación para así poder obtener la información de los diferentes cultivos que se realizan en cada parroquia del cantón Riobamba. En cuanto al análisis cuantitativo se obtendrá de las encuestas aplicadas a los consumidores y comerciantes en los diferentes canales de comercialización del cantón Riobamba tomando en cuenta la cantidad de producto que obtienen los comerciantes directamente de los pequeños productores.

#### 2.2. Nivel de Investigación

##### 2.2.1. *Investigación de campo*

El trabajo de investigación requiere de trabajo realizado en campo debido a que se busca obtener información real acerca de las asociaciones que se vinculan al proyecto de comercio justo, para poder determinar que cultivos son los que producen en cada parroquia del cantón Riobamba y adicionalmente se realizara también el trabajo de investigación de campo en los diferentes canales de comercialización del cantón Riobamba de los cuales se requiere la información sobre qué productos adquieren en caso de los comerciantes y consumidores y para los comerciantes específicamente si envía los productos a diferentes ciudades en el caso de que si en qué ciudad lo comercializa y en qué mercado y la cantidad de producto que transportar.

### **2.2.2. Investigación exploratoria**

La investigación exploratoria es por lo general el inicio de una serie de estudios diseñados con el objetivo de proveer información para la toma de decisiones

Mediante este tipo de investigación se realiza el levantamiento de información pertinente a los productos que adquieren los consumidores y comerciantes en los diferentes canales de comercialización, también nos ayudara a la recolección de información en las diferentes asociaciones vinculadas al proyecto de comercio justo y con esta información recopilada tendremos una visión clara de la situación de los pequeños productores al momento de comercializar sus productos y nos ayudara a realizar la propuesta de planificación agrícola.

### **2.2.3. Investigación bibliográfica documental.**

Este tipo de investigación cumple con las características de las actividades realizadas para el desarrollo del trabajo ya que se hará uso de documentos bibliográficos que nos ayudan a dar inicio a los procesos que se debe cumplir para dar una solución al problema planteado.

### **2.2.4. Investigación aplicada**

Es conocida también como estudios empíricos y tiene como finalidad resolver problemas concretos evaluando situaciones, realizando diagnósticos, desarrollando programas y considerando la toma de decisiones, por medio de instrumentos y datos concretos.

Mediante esta investigación se evalúa la situación actual de cada asociación vinculada al proyecto de comercio justo realizando un diagnóstico completo de cada una y también de la comercialización de los productos en los diferentes canales de comercialización del cantón Riobamba.

## **2.3. Diseño de investigación**

El presente trabajo se desarrollará mediante un diseño no experimental de manera que se realizará un análisis del funcionamiento actual de cada una de las asociaciones vinculadas al Proyecto de Comercio Justo que se encuentran ubicadas en las diferentes parroquias del cantón Riobamba, a través del uso de herramientas técnicas de investigación tales como observación directa y encuestas.

## **2.4. Tipo de estudio**

Proyecto de investigación

## **2.5. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación**

### **2.5.1. Métodos**

#### *2.5.1.1. Método analítico*

Se escoge este tipo de método porque es el que más se acopla al tema propuesto de tal manera que a través de la información obtenida podemos realizar el análisis específico de cada asociación vinculada al proyecto de comercio justo en las diferentes parroquias del cantón Riobamba y así también un análisis de la comercialización en los diferentes canales de comercialización del cantón.

#### *2.5.1.2. Método sintético*

Se debe sintetizar la información proporcionada por las encuestas tanto aplicadas en los canales de comercialización como en las diferentes asociaciones como sería los tipos de productos que cultivan en cada una de ellas y en los diferentes canales de comercialización que tipos de productos compran y si es para su consumo o para comercializarlo en otros lugares.

### **2.5.2. Técnicas**

#### *2.5.2.1. Encuesta*

Dentro del proyecto de investigación se hará uso de la encuesta con la finalidad de obtener datos reales sobre la comercialización y sobre los productos que cultivan en cada asociación ubicada en cada parroquia del cantón Riobamba.

#### *2.5.2.2. Observación directa*

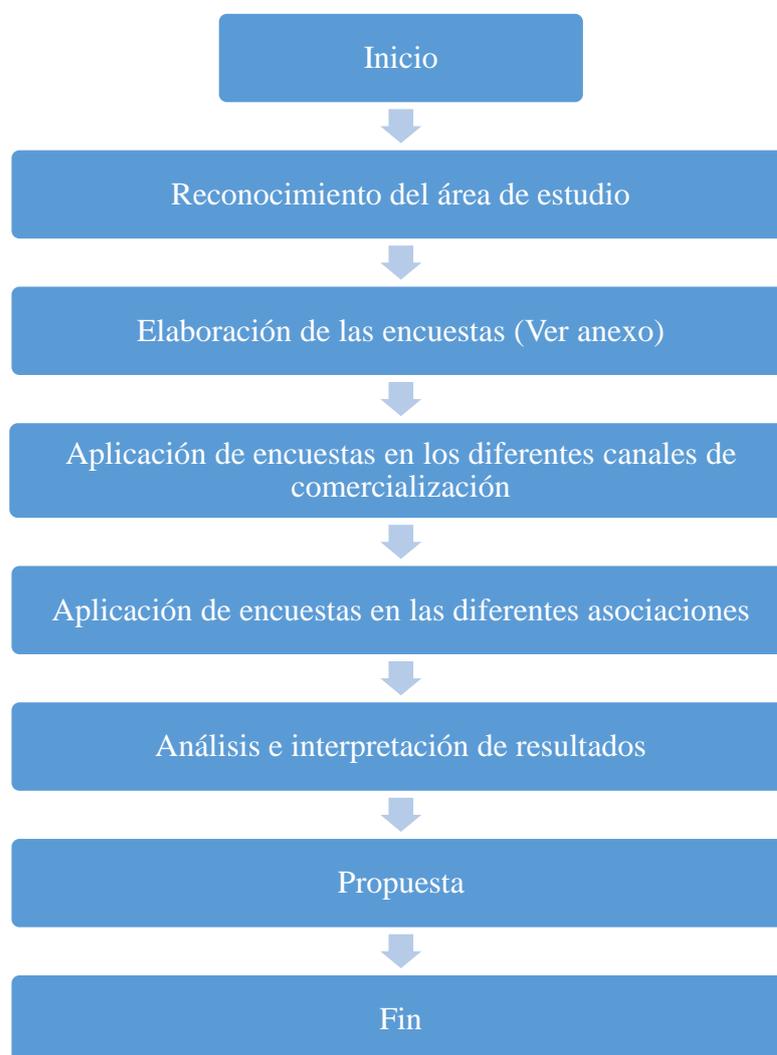
Para el desarrollo del proyecto de investigación es de suma importancia la observación directa ya que la misma nos permite palpar la realidad sobre el problema planteado en cuanto a los diferentes cultivos en las asociaciones.

### 2.5.3. Instrumentos

#### 2.5.3.1. Cuestionarios

Los cuestionarios serán un grupo de preguntas enfocadas al tema de investigación, se utilizará como una herramienta para la formulación de la encuesta la cual estará destinada a la población de la zona de estudio.

### 2.6. Flujograma del proceso de investigación.



**Figura 1-2.** Flujograma del proceso de investigación

Elaborado por: Flores, J. 2022

Para el desarrollo del proyecto de investigación se parte desde el reconocimiento del área de estudio mediante el cual se verifica los sectores a trabajar y las personas que integran las asociaciones vinculadas al proyecto de comercio justo y también los diferentes canales de comercialización del cantón Riobamba.

De la misma manera se debe tomar en cuenta el diseño y la elaboración de la encuesta cubriendo los campos necesarios para poder obtener la información pertinente para nuestro estudio.

En el presente estudio aplicaremos las encuestas en los canales de comercialización para obtener datos como: El género de la persona que adquiere los productos, que productos se comercializan, si los productos los adquieren de manera directa a los productores o a otras personas intermediarias, en caso de las personas que adquieren directamente a los productores si los envían a otra ciudad para su comercialización, en caso de que los envíen recolectamos la información de cuál es el destino que se traslada el producto y si lo traslada con transporte propio o de manera alquilada, también dentro de esta recolección de información obtenemos si estas personas tienen un lugar de entrega en las otras ciudades o ellos venden por su cuenta, en que mercado comercializan los productos y que días de la semana llevan producto a otras ciudades y la cantidad de producto que ellos transportan.

En las encuestas dirigidas hacia los agricultores de las asociaciones vinculadas al proyecto de comercio justo obtenemos datos como: Los datos de los productores (edad, nombre, a qué asociación pertenece y a que parroquia), que cultivos son los que produce, cual es el producto que el cultiva de manera frecuente, si realiza técnicas de rotación, también la información sobre la cantidad de cosecha del cultivo que produce de manera frecuente, también tenemos la información de los meses en que cultiva y cosecha, si lleva en cuenta la cantidad de dinero que invierte en su cultivo y el lugar donde lo comercializa, también se obtiene la información de si están de acuerdo con los precios que pagan los consumidores o comerciantes en el mercado el momento de su comercialización, con qué frecuencia varían los precios de los productos en el mercado local y si existe exceso de producto, en caso de que no comercialice sus productos de qué manera lo utiliza y si el agricultor aceptaría la propuesta de la planificación agrícola para el manejo de sus lotes en los cuales cultiva.

Obtenida toda esta información continuamos con el análisis e interpretación de las encuestas con los resultados obtenidos, estos datos nos permitirán conocer la realidad que viven los pequeños agricultores en el momento de comercializar sus productos, con esa visión clara de la situación podemos realizar la propuesta de planificación agrícola.

## 2.7. Población y muestra

### 2.7.1. Población

Área de estudio:

Fuente: Proyecto Comercio Justo

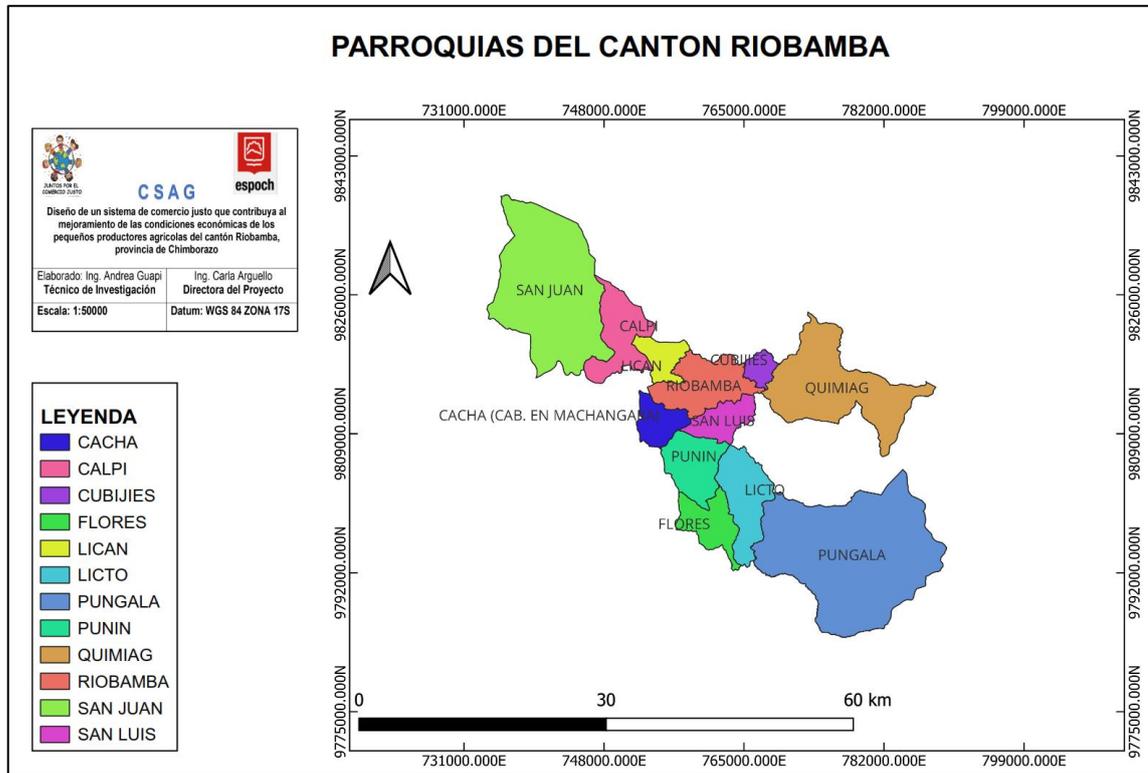


Figura 2-2. Mapas de las parroquias del cantón Riobamba

Elaborado por: Flores. J 2022

**Tabla 1-2:** Parroquias rurales en las cuales se desarrollará el trabajo de titulación.

<b>PARROQUIA</b>	<b>X</b>	<b>Y</b>
San Juan	741734,258963	9825369,07454
Calpi	749994,072656	9821772,0589
Cacha	754123,979502	9810448,12077
Punín	759053,223157	9805119,20871
Flores	761318,010783	9797525,50903
San Luis	762650,238797	9810714,56638
Licto	765181,472026	9800722,85626
Cubijies	766913,368445	9816842,81524
Quimiag	774906,736535	9814844,47322
Pungalá	777437,969763	9794061,71619
Licán	774906,736535	9814844,47322

**Elaborado por:** Flores, J. 2022.

**Tabla 2-2:** Asociaciones vinculadas al Proyecto de Comercio Justo

<b>Parroquia</b>	<b>Asociaciones</b>	<b>Número de personas</b>
Cacha	Mushuk Pacari.	8
Calpi	Asociación de productores agropecuarios nitiluiza	15
Cubijies	Aso. "El Limonar"	6
Flores	No existe ninguna asociación vinculada al Proyecto de Comercio Justo	0
Licto	No existe ninguna asociación vinculada al Proyecto de Comercio Justo	0
Pungalá	Aso. De productores Sembrando vidas cosechando futuro	16
Punín	Asoprochin	5
Quimiag	No existe asociación de productores se dedican a la ganadería	0

Licán	Escuela de aprendizaje Licán	4
San Juan	Aso. De mujeres Sumak Kausai.	7
San Luis	Aso. 4 de Diciembre	17

Elaborado por: Flores, J. 2022.

### 2.7.2. Muestra

Para el desarrollo del levantamiento de información de los canales de comercialización se tomará en cuenta el número de habitantes que conforman el cantón Riobamba y se aplicara la fórmula de poblaciones finitas.

Si la población es finita, es decir conocemos el total de la población y deseásemos saber cuántos del total tendremos que estudiar la formula seria:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

- N = Total de la población
- $Z_{\alpha}$  = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)
- q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)
- d = precisión (en su investigación use un 5%).

### Cálculo de la muestra:

Para el cálculo de la muestra se tomará en cuenta el número de habitantes del cantón Riobamba, según el Gobierno autónomo descentralizado de Riobamba tiene una población de 225,271 habitantes (CIDEU, 2020).

**Tabla 3-2:** Datos para el cálculo de muestra poblacional para los canales de comercialización del cantón Riobamba.

Datos para cálculo de población de muestra		
Población	N	225271
Nivel de confianza	$Z_{\alpha}$	1,96
Proporción esperada	P	0,50
Proporción no esperada	Q	0,50

Precisión	D	0,05
-----------	---	------

Elaborado por: Flores, J. 2022.

$$n = \frac{N * Z^2 * \alpha * p * q}{d^2 (N - 1) + Z^2 * \alpha * p * q} * 100$$

$$n = \frac{225,741 * 1,96^2 * 0,05 * 0,95}{0,05 * (225741 - 1) + 1,96^2 * 0,02 * 0,95} * 100$$

$$n = \frac{41192,3147}{11287,073} * 100$$

$$n = 384$$

En esta tabla se especifica los datos que se utilizó para el cálculo de muestra poblacional para las encuestas que se va a aplicar en los diferentes canales de comercialización del cantón Riobamba, el total de personas que se va a encuestar es de 384 (trecientas ochenta y cuatro).

#### Número de encuestas en las parroquias del cantón Riobamba.

Para el levantamiento de información en las diferentes parroquias se tomará en cuenta las asociaciones vinculadas al proyecto de comercio justo lo cual cada asociación cuenta con un listado de personas, entonces se tomará en cuenta el listado de cada asociación.

**Tabla 4-2:** Listado de personas de la Aso. 4 de diciembre ubicada en la parroquia San Luis.

N°	Nombre	Genero
1	Abarca Sacan María Elena	Femenino
2	Guacho Tuquinga Luis Felipe	Masculino
3	León Guzmán José Gonzalo	Masculino
4	León Guzmán José Adolfo	Masculino
5	Pinduizaca Aucancela María Jacinta	Femenino
6	Pinduizaca Tuquinga María Juana	Femenino
7	Quito Usca Francisco	Masculino
8	Pinduizaca Tuquinga Tomasa	Femenino
9	Pinduizaca Tuquinga Ramón	Masculino
10	Pilataxi Tuquinga María Juana	Femenino
11	Quishpi Juan Manuel	Masculino

12	Salao Many Juana	Femenino
13	Soque Tuquinga Roberto Fernando	Masculino
14	Soque Tuquinga María Ana	Femenino
15	Tuquinga Tuquinga Luis	Masculino
16	Tuquinga Salao Luis Alberto	Masculino
17	Tuquinga Salao Milton Euclides	Masculino
18	Tuquinga Pérez Pedro Elías	Masculino

Elaborado por: Flores, J. 2022.

**Tabla 5-2:** Listado de personas de la Aso. Sumak Kausay de la parroquia San Juan

N°	Nombres	Genero
1	Lemay Asadobay María Angelita	Femenino
2	María Bucay	Femenino
3	Dominga Asadobay Borja	Femenino
4	Mercedes Borja Romero	Femenino
5	María Borja Romero	Femenino
6	Gloria Marlene Borja	Femenino
7	Luz María Espinoza	Femenino

Elaborado por: Flores, J. 2022.

**Tabla 6-2:** Listado de personas de la Aso. Sembrando vidas Cosechando Futuro de la parroquia Pungalá

N°	Nombre	Genero
1	Nancy Pilataxi	Femenino
2	María Gregoria Taday Bonifaz	Femenino
3	Joaquina Sinche	Femenino
4	Julio Cesar LLumisaca	Masculino
5	Miguel Taday	Masculino
6	Flor Virginia Allaica Simbaña	Femenino
7	Segundo Taday	Masculino
8	Dolores Sucuy	Femenino
9	María Quitio	Femenino
10	María Aurora Sinchi	Femenino
11	Bertha Pilataxi	Femenino
12	María Guaranda	Femenino

13	Angelita Alcocer	Femenino
14	Socorro Allaica	Femenino
15	Stefa Sangalema	Femenino
16	María Yumisaca	Femenino
17	María Josefa Alcocer	Femenino
18	Gustavo Taday	Masculino

**Elaborado por:** Flores, J. 2022.

**Tabla 7-2:** Lista de personas de la Aso. De productores Agropecuarios Nitiluisa de la parroquia Calpi

N°	Nombres	Genero
1	Feliciano Milán	Masculino
2	Luz María Paucar	Femenino
3	Ángel Chimbo Ilbay	Masculino
4	Rodrigo Tenezaca	Masculino
5	María Laura Paucar	Femenino
6	Barbarita Tenezaca	Femenino
7	Blanca Fanny Paucar	Femenino
8	Francisca Majín Tiama	Femenino
9	Teresa Isabel Paucar Ilbay	Femenino
10	María Filomena Pajili	Femenino
11	María Efidia Majín	Femenino
12	María Rosa Zula Cujilema	Femenino
13	María Gloria Zula	Femenino
14	María Milán Guzmán	Femenino
15	Josefa Canchu	Femenino

**Elaborado por:** Flores, J. 2022.

**Tabla 8-2:** Lista de personas de la Aso. Mushuk Pakari perteneciente a la parroquia Cacha.

N°	Nombre	Genero
1	Maria Aulla	Femenino
2	Pedro Janeta Janeta	Masculino
3	Juana Aulla Janeta	Femenino
4	María Aulla Janeta	Femenino

5	María Quisay Tenelema	Femenino
6	Mercedes Aulla	Femenino
7	María Janeta	Femenino
8	Manuela Josefina Agualsaca	Femenino

Elaborado por: Flores, J. 2022.

**Tabla 9-2:** Lista de personas de la Escuela de aprendizaje Licán perteneciente a la parroquia Licán

N°	Nombre	Genero
1	Luis Cárdenas	Masculino
2	Sonia Parreño	Femenino
3	Ángel Miranda	Masculino
4	Ángel Culqui	Masculino
5	Oscar Arévalo	Masculino
6	Mery Ocaña	Femenino
7	Laura Ocaña	Femenino
8	Miriam Toaza	Femenino
9	Fabiola Villareal	Femenino
10	Néstor Parreño	Masculino

Elaborado por: Flores, J. 2022.

**Tabla 10-2:** Lista de personas de la Aso. Asoprochin perteneciente a la parroquia Punín

N°	Nombre	Genero
1	Alexandra Tuquinga	Femenino
2	Miguel Ángel Tuquinga	Masculino
3	Gladys Tuquinga	Femenino
4	Isabel Tuquinga	Femenino
5	Cecilia Tuquinga	Femenino

Elaborado por: Flores, J. 2022.

**Tabla 11-2:** Lista de personas de la Aso. El limonar perteneciente a la parroquia Cubijéis

<b>N°</b>	<b>Nombre</b>	<b>Genero</b>
1	Margarita Cajo	Femenino
2	Piedad Sánchez	Femenino
3	Gavino Cajo	Masculino
4	Luis Samaniego	Masculino
5	Esthela Samaniego	Femenino

**Elaborado por:** Flores, J. 2022.

## CAPITULO III

### 3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 3.1. Título del proyecto de investigación

Propuesta de planificación agrícola para las once asociaciones vinculadas al proyecto de comercio justo.

#### 3.2. Diagnóstico de la situación actual.

##### 3.2.1. *Situación Geográfica.*

##### **Ubicación Geográfica**

El cantón Riobamba se encuentra ubicado a una altura de 2750 msnm, a 1° 41'46'' latitud Sur: 0°3'46'' longitud occidental del meridiano de Quito. Se encuentra a 188km. Al sur de la ciudad de Quito, en la región sierra centro y constituye la capital de la provincia de Chimborazo. (CIDEU, 2020)

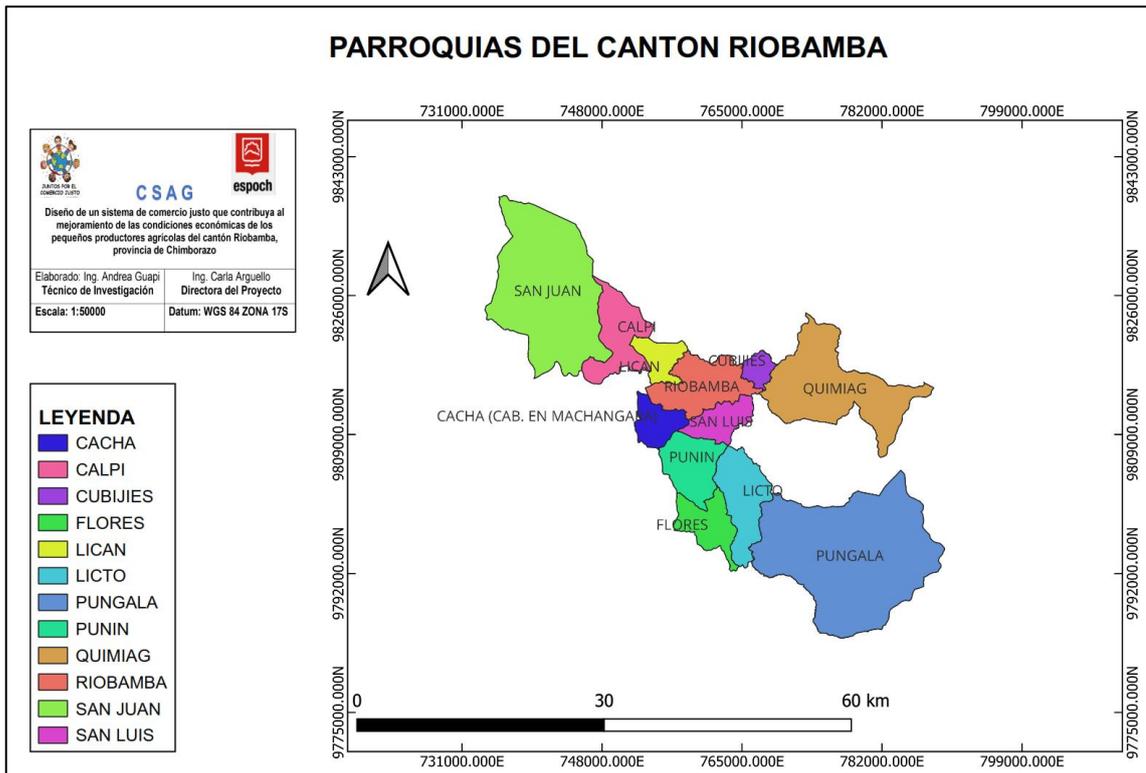
##### **Limites**

- **Norte:** Guano y Penipe
- **Sur:** Colta y Guamote
- **Este:** Chambo
- **Oeste:** Bolívar

##### **División Política**

El cantón Riobamba consta de 5 parroquias urbanas: Maldonado, Veloz; Lizarzaburu, Velasco y Yaruquíes y tenemos las parroquias rurales que son: San Juan. Licto, Calpi, Quimiag, Cacha, Flores, Punín, Cubijies, Lican, San Luis y Pungala.

Para nuestro estudio trabajaremos con las parroquias rurales del cantón Riobamba.



**Figura 1-3.** Parroquias rurales del cantón Riobamba

**Fuente:** Proyecto Comercio Justo 2021

**Elaborado por:** Flores, J. 2022.

### ***3.2.2. Resultados del levantamiento de información en las diferentes asociaciones vinculadas al proyecto de comercio justo.***

La propuesta inicial del desarrollo de esta investigación fue planteada con la visión de lograr contactar e involucrar al proyecto por lo menos a una asociación por parroquia rural. Sin embargo, esto no fue posible primero, porque nuestra línea base para el estudio son las asociaciones legalmente constituidas y registradas en la base del SEPES; lo que limita las asociaciones con las que podemos trabajar, posteriormente a ello es importante dar a conocer que en las visitas de campo se determinó que algunas de las asociaciones registradas no estaban en funcionamiento, pues sus miembros no vean beneficio alguno y decidieron desagregarse.

Adicionalmente a ello, el problema mundial de la Pandemia COVID 19, afectó nuestro trabajo en campo, pues las organizaciones estaban temerosas de contactar con nosotros y recibir nuestra asistencia y acompañamiento en sus procesos de producción, mucho menos estaba interesadas en proporcionar información para generar actividades asociativas y de mercado.

Sin embargo, se anexa a este documento las evidencias de nuestras reuniones con los actores de las diferentes parroquias rurales y las visitas de campo realizadas donde se pudo acordar el trabajo conjunto con 8 asociaciones de las parroquias rurales del cantón Riobamba estas son: Calpi, Cubijes, Punín, San Luis, San Juan, Cacha, Pungalá, Lican; y en función de ello se presentan nuestros resultados.

El siguiente análisis de resultados corresponde a la información que se recolectó en las diferentes asociaciones del cantón Riobamba vinculadas al proyecto de comercio justo con el objetivo de determinar que productos agrícolas son los que estos cultivan en cada una de sus asociaciones para esto se aplicó una encuesta una dirigida a los productores.

Para el análisis de los resultados de la encuesta dirigida a los productores de las asociaciones se debe tomar en cuenta las preguntas establecidas, revisar el anexo 1.

3.2.2.1. Análisis de la encuesta aplicada en las diferentes asociaciones vinculadas al proyecto de comercio justo.

**Tabla 1-3:** Levantamiento de información a las personas que integran las diferentes asociaciones vinculadas al proyecto de comercio justo.

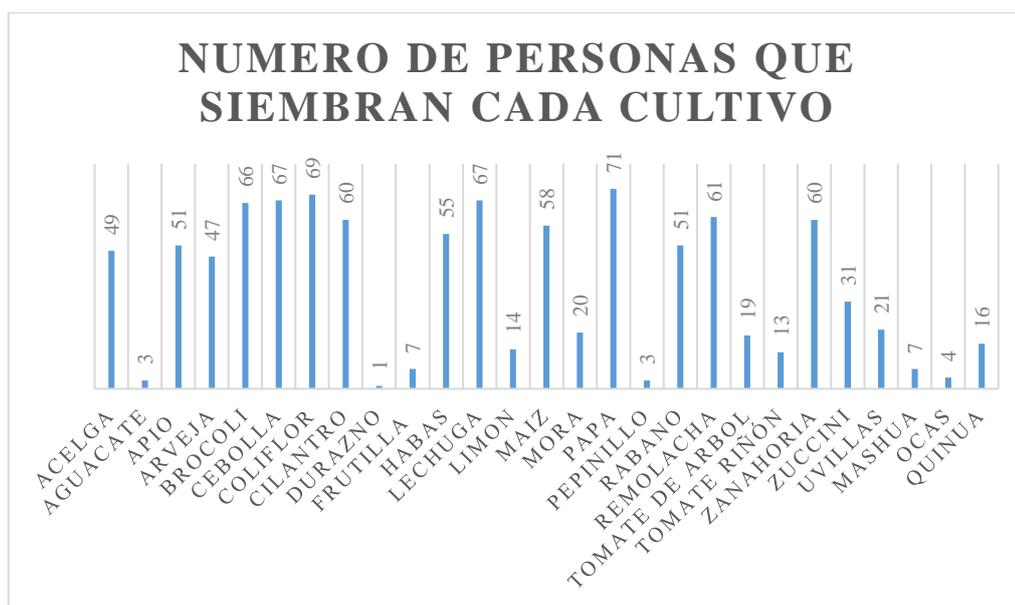
N°	NOMBRE	PARROQUIA	EDAD	ASOCIACIÓN
1	Margarita Aulla	Cacha	50	Mushuc Pakari
2	Pedro Janeta Janeta	Cacha	73	Mushuk Pacari
3	Juana Aulla Janeta	Cacha	49	Mushuc Pakari
4	María Aulla Janeta	Cacha	42	Mushuk Pacari
5	María Quisay Tenelema	Cacha	65	Mushuc Pakari
6	Mercedes Aulla	Cacha	52	Mushuk Pacari
7	María Janeta	Cacha	83	Mushuc Pakari
8	Manuela Josefina Agualsaca	Cacha	59	Mushuk Pacari
9	Nancy Pilataxi	Pungala	33	Sembrando Vidas cosechando Futuro
10	María Gregoria Taday Bonifaz	Pungala	62	Sembrando vidas cosechando futuro
11	Joaquina Sinche	Pungala	72	Sembrando Vidas cosechando futuro
12	Julio Cesar Llumisaca	Pungala	72	Sembrando vidas cosechando futuro
13	Miguel Taday	Pungala	56	Sembrando Vidas cosechando futuro
14	Flor Virginia Allaica Simbaña	Pungala	64	Sembrando vidas cosechando futuro
15	Segundo Taday	Pungala	48	Sembrando vidas cosechando futuro
16	Dolores Sucuy	Pungala	64	Sembrando vidas cosechando futuro
17	María Quitio	Pungala	48	Sembrando vidas cosechando futuro
18	María Aurora Sinchi	Pungala	50	Sembrando vidas cosechando futuro
19	Berta Pilataxi	Pungala	42	Sembrando vidas cosechando futuro
20	María Guaranda	Pungalá	54	Sembrando vidas cosechando futuro
21	Angelita Alcocer	Pungalá	49	Sembrando vidas cosechando futuro
22	Socorro Allaica	Pungala	62	Sembrando vidas cosechando futuro

23	Estefa Sangalema	Pungalá	74	Sembrando vidas cosechando futuro
24	María Yumisaca	Pungala	69	Sembrando vidas cosechando vidas
25	María Josefa Alcocer	Pungala	55	Sembrando vidas cosechando futuro
26	Gustavo Taday	Pungalá	53	Sembrando vidas cosechando futuro
27	Luis Cárdenas	Lican	75	Escuela de aprendizaje Lican
28	Sonia Parreño	Lican	44	Escuela de aprendizaje Lican
29	Ángel Miranda	Lican	59	Escuela de aprendizaje Lican
30	Ángel Culqui	Lican	63	Escuela de aprendizaje Lican
31	Oscar Arévalo	Lican	68	Escuela de aprendizaje Lican
32	Mery Ocaña	Lican	39	Escuela de aprendizaje Lican
33	Laura Ocaña	Lican	48	Escuela de aprendizaje Lican
34	Miriam Toaza	Lican	51	Escuela de aprendizaje Lican
35	Fabiola Villareal	Lican	63	Escuela de aprendizaje Lican
36	Néstor Parreño	Lican	66	Escuela de aprendizaje Lican
37	María Angelita Lemay Asadobay	San Juan	49	Sumak Kausai
38	Maria Bucay	San Juan	76	Sumak Kausai
39	Dominga Asadobay Borja	San Juan	72	Sumak Kausai
40	Mercedes Borja Romero	San Juan	59	Sumak Kausai
41	Maria Borja Romero	San Juan	64	Sumak Kausai
42	Gloria Marlene Espinoza	San Juan	83	Sumak Kausai
43	Luz Maria Espinoza	San Juan	79	Sumak Kausai
44	Margarita Cajo	Cubijies	39	El limonar
45	Piedad Sanchez	Cubijies	45	El Limonar
46	Gavino Cajo	Cubijies	67	El limonar
47	Luis Samaniego	Cubijies	39	El limonar
48	Esthela Samaniego	Cubijies	53	El limonar
49	Feliciano Milan	Calpi	67	Asociación de productores agropecuarios Nitiluisa
50	Luz Maria Paucar	Calpi	53	Asociación de productores agropecuarios Nitiluisa
51	Ángel Chimbo Ilbay	Calpi	83	Asociación de productores agropecuarios Nitiluisa

52	Rodrigo Tenezaca	Calpi	68	Asociación de productores agropecuarios Nitiluisa
53	Maria Laura Paucar	Calpi	49	Asociación de productores agropecuarios Nitiluisa
54	Barbarita Tenezaca	Calpi	55	Asociación de productores agropecuarios Nitiluisa
55	Fanny Paucar	Calpi	44	Asociación de productores agropecuarios nitiluisa
56	Francisca Majín Tiama	Calpi	64	Asociación de productores agropecuarios Nitiluisa
57	Teresa Isabel Paucar Ilbay	Calpi	46	Asociación de productores agropecuarios Nitiluisa
58	María Filomena Pajili	Calpi	76	Asociación de productores agropecuarios Nitiluisa
59	María Efidia Majín	Calpi	57	Asociación de productores agropecuarios Nitiluisa
60	María Rosa Zula Cujilema	Calpi	34	Asociación de productores agropecuarios Nitiluisa
61	Maria Gloria Zula	Calpi	65	Asociación de productores agropecuarios Nitiluisa
62	María Milán Guzmán	Calpi	59	Asociación de productores agropecuarios Nitiluisa
63	Josefa Canchu	Calpi	66	Asociación de productores agropecuarios Nitiluisa
64	Luis Tuquinga	San Luis	71	4 de Diciembre
65	Luis Felipe Guacho Tuquinga	San Luis	50	4 de Diciembre
66	Abarca Sacan Maria Elena	San Luis	62	4 de diciembre
67	León Guamán José Gonzalo	San Luis	57	4 de diciembre
68	León Guamán José Adolfo	San Luis	68	4 de diciembre
69	Pinduizaca Aucancela María Jacinta	San Luis	59	4 de diciembre
70	Pinduizaca Tuquinga Maria Jacinta	San Luis	63	4 de diciembre
71	Quito Usca Francisco	San Luis	67	4 de diciembre
72	Pinduizaca Tuquinga Tomasa	San Luis	54	4 de diciembre
73	Pinduizaca Tuquinga Ramón	San Luis	46	4 de diciembre
74	Pinduizaca Tuquinga María Juana	San Luis	73	4 de diciembre
74	Quishpi Juan Manuel	San Luis	68	4 de diciembre
76	Salao Many Juana	San Luis	45	4 de diciembre
77	Soque Tuquinga María Ana	San Luis	52	4 de diciembre
78	Soque Tuquinga Roberto Fernando	San Luis	76	4 de diciembre
79	Tuquinga Salao Luis Alberto	San Luis	59	4 de diciembre
80	Tuquinga Salao Milton Euclides	San Luis	48	4 de diciembre

81	Tuquinga Pérez Pedro Elías	San Luis	66	4 de diciembre
82	Alexander Tuquinga	Punín	56	Asoprochin
83	Miguel Ángel Tuquinga	Punín	68	Asoprochin
84	Gladis Tuquinga	Punín	58	Asoprochin
85	Isabel Tuquinga	Punín	62	Asoprochin
86	Cecilia Tuquinga	Punín	51	Asoprochin

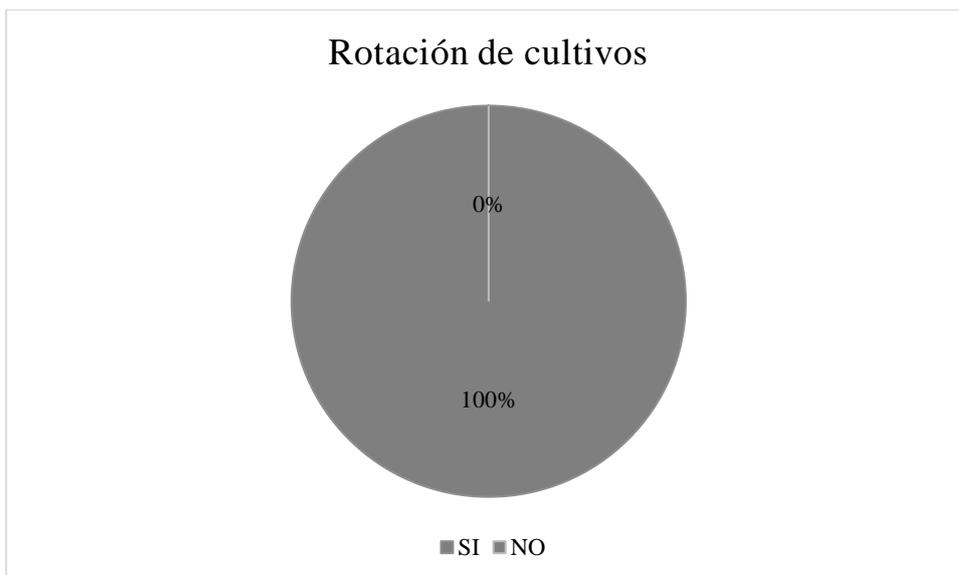
Elaborado por: Flores, J.2022.



**Grafico 1-3.** Número de personas que siembran cada cultivo que se da en el cantón Riobamba.

**Elaborado por:** Flores, J 2022.

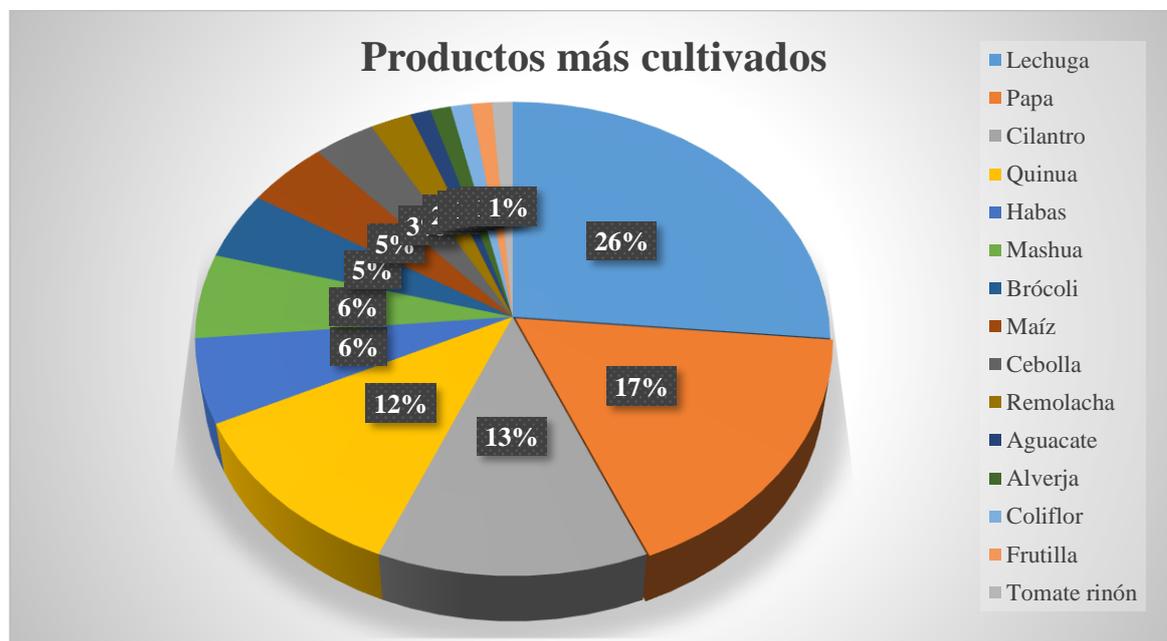
**Interpretación y análisis:** Según el levantamiento de información se encuestó a 86 personas las cuales son integrantes de las diferentes asociaciones que se encuentran vinculadas al proyecto de comercio justo, de estas 86 personas se sabe que: 49 personas cultivan acelga, 3 personas mantienen el cultivo de aguacate, 51 integrantes cultivan apio y rábano, el cultivo de arveja lo producen 47 personas, 66 personas cultivan brócoli, 67 cultivan cebolla y lechuga, el cultivo de coliflor es el segundo más cultivado ya que lo producen 69 personas, cilantro lo cultivan 60 personas, existe una persona que tiene los árboles frutales de durazno, 7 personas producen frutilla, lo que es en cultivos de habas lo realizan 55 personas, el cultivo de limón lo realizan 14 personas, maíz cultivan 58 personas, en el cultivo de mora lo realizan 20 personas, el cultivo que más realizan las personas es las papas que lo realizan 71 personas, 3 personas cultivan pepinillo, 61 personas cultivan remolacha, 19 personas cultivan lo que es el tomate de árbol, 13 personas cultivan tomate riñón, la zanahoria lo realizan 60 personas, 31 personas cultivan Zucchini, 21 personas mantienen el cultivo de uvillas, 7 personas el cultivo de mashua, 4 personas cultivan ocas y 16 personas cultivan la quinua.



**Grafico 2-3.** Porcentaje de agricultores que realizan la rotación de cultivos en sus predios.

Elaborado por: Flores, J 2022.

**Interpretación y análisis.** Según el levantamiento de información de los agricultores de las asociaciones, utilizan la técnica agroecológica que es la rotación de cultivos, en un 100% de los productores para así de esta manera tener el cuidado de sus cultivos para mantener una buena producción y ayuda al medio ambiente sin el maltrato a los terrenos en los cuales ellos cultivan.



**Grafica 3-3.** Cultivos que más producen los agricultores.

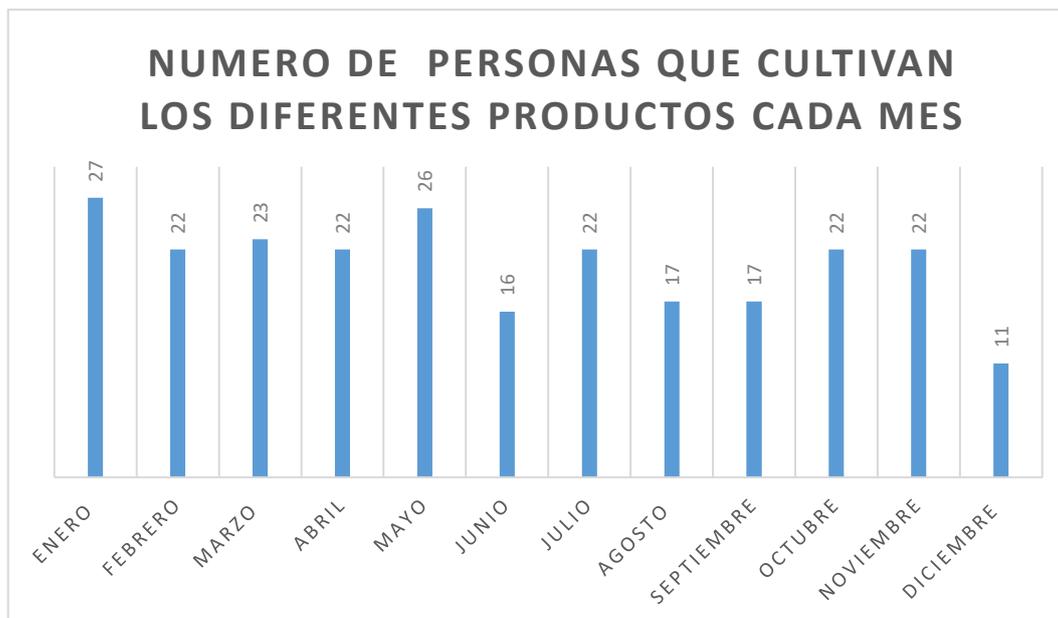
Elaborado por: Flores, J 2022.

**Interpretación y análisis.** Según la información obtenida de los agricultores el 26% siembran de manera continua la lechuga ya que es un producto el cual tiene más venta en los diferentes canales de comercialización del cantón, el 17% produce el cultivo de papa ya que es uno de los productos de primera necesidad para la alimentación y tiene una alta demanda para los consumidores, el 13% se dedica al cultivo de cilantro ya que es un producto que no requiere de mucha inversión, el 12% se dedica a la producción de quinua ya que este producto es uno de los mejores pagados lo realizan en los predios que no tienen mucha disponibilidad de agua, el 6% de productores cultivan habas de igual manera por la disponibilidad de agua, otro 6% se dedica a la producción de mashua ya que este es requerido por la industria para la producción de yogurt de mashua, el 5% se dedica a la producción de brócoli en parte son los productores que tienen disponibilidad de agua de regadío y ya que es requerido en los canales de comercialización para el consumo de la sociedad, otro 5% se dedica a producir maíz es un cultivo de secano y es requerido por la población para su consumo, el 3% se dedica a la producción de cebolla ya que es uno de los productos más apreciados en el mercado lo realizan pocas personas ya que existe ingreso del producto de otros lugares a los canales de comercialización, el 2% se dedica a la producción de remolacha ya que es requerida por el consumidor y tiene un alcance medio en precios al momento de su comercialización, y el 1% se dedica a la producción de aguacate, coliflor, arveja, frutilla y tomate riñón son productos que lo realizan de menor manera ya que no es tan acogido en el mercado o sus costos de producción tienden a ser altos.

**Tabla N° 2-3.** Cantidad promedio que cosecha por producto al año. Revisar Anexo A

<b>CULTIVO</b>	<b>Cantidad cosechada</b>	
Lechuga	708	Sacos
Papa	363	Qq
Cilantro	1020	Cargas
Quinoa	109	Qq
Habas	68	Sacos
Mashua	38	Sacos
Brócoli	50	Sacos
Maíz	655	Sacos
Cebolla	280	Sacos
Remolacha	70	Sacos
Aguacate	15	Cajas
Alverja	15	Sacos
Frutilla	30	Cajas
Tomate riñón	60	Cajas

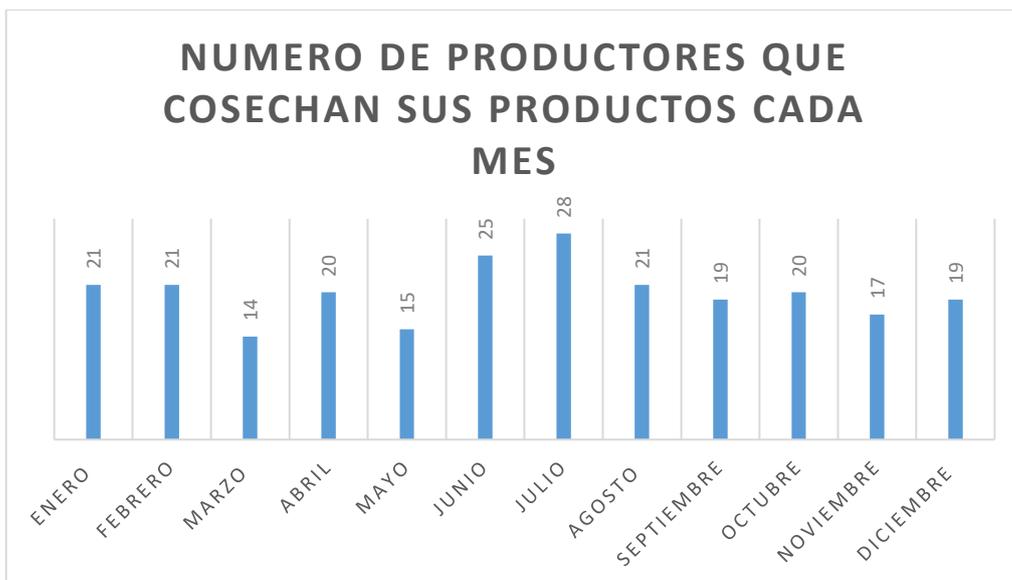
**Elaborado por:** Flores, J 2022.



**Grafica N° 4-3.** Personas que siembran los diferentes cultivos cada mes.

**Elaborado por:** Flores, J 2022.

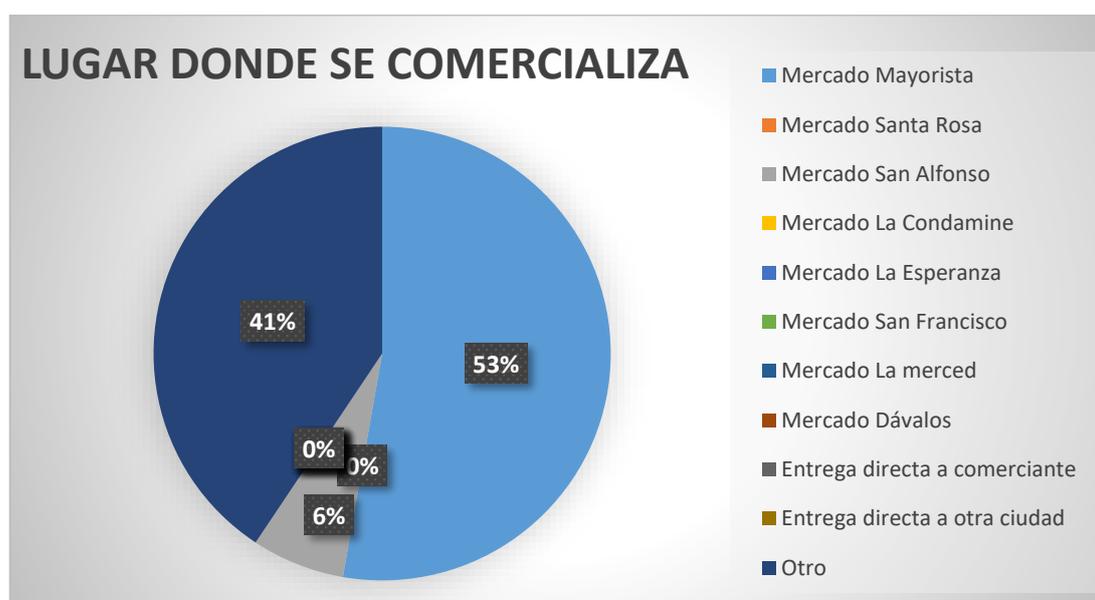
**Interpretación y análisis.** Según el levantamiento de información en las diferentes asociaciones vinculadas al proyecto de comercio justo los integrantes cultivan sus productos todos los meses del año, no todos por igual en mes de enero que es el mes en que más cultivan 27 personas, en febrero, abril, julio, octubre, noviembre siembran 22 personas, en marzo 23 personas, mayo también es un mes donde el número de personas que cultivan son 26, en junio 16 personas, en agosto y septiembre cultivan 17 y el mes que cultivan menos personas cultivan viene a ser diciembre con 11 personas que realizan sus labores de siembra. Los agricultores que cultivan en los meses de enero a julio en su mayoría tienen disponibilidad de agua de riego los meses entre agosto y diciembre los cultivan las personas que casi no tienen disponibilidad de agua de riego o más los utilizan para los cultivos de secano.



**Grafico N° 5-3.** Número de productores que cosechan sus cultivos cada mes.

Elaborado por: Flores, J 2022.

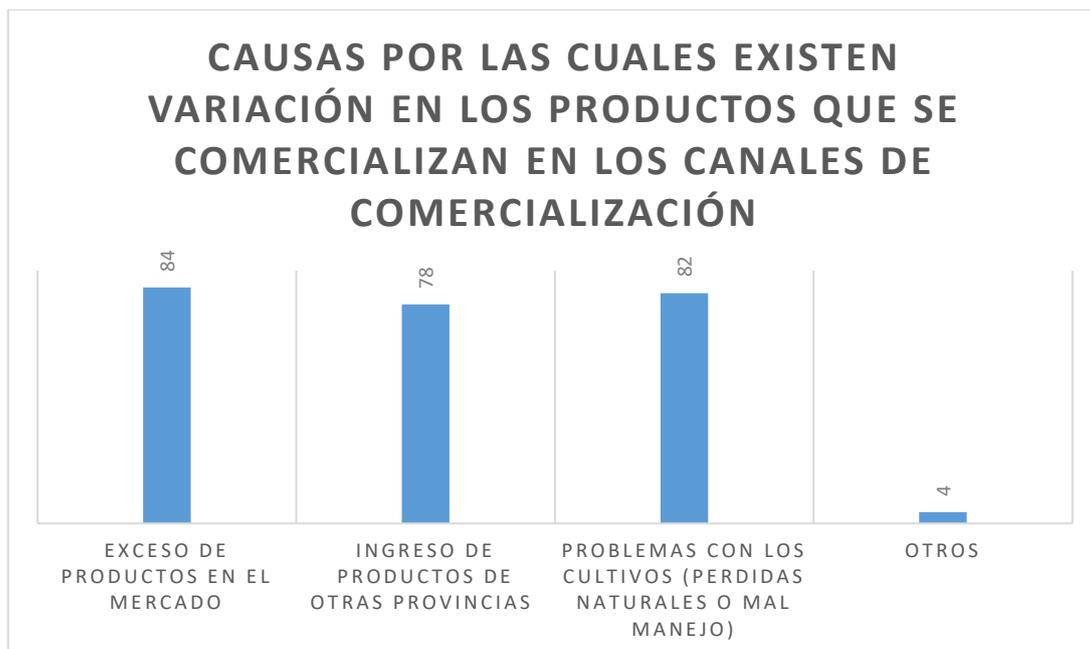
**Interpretación y análisis.** Según el levantamiento de información en las asociaciones encuestadas cosechan sus productos en los meses de enero, febrero y agosto cosechan sus productos 21 personas, en marzo lo realizan 14 personas, en abril y octubre cosechan 20 personas, en mayo lo realizan 15 personas, en junio realizan la cosecha 25 personas, julio vendría a ser el mes en que más cosechan ya que en este mes lo realizan 28 personas, en septiembre y diciembre lo realizan 19 personas y noviembre lo realizan 17.



**Grafico N° 6-3.** Lugar donde comercializan los productos los integrantes de las asociaciones

Elaborado por: Flores, J 2022.

**Interpretación y análisis:** Existen varios canales de comercialización en el cantón Riobamba pero los canales que utilizan los productores de las asociaciones vinculadas al proyecto de comercio justo de manera primordial es el Mercado mayorista ya que ahí comercializan el 53% de personas de las asociaciones, el 41% lo realizan en otros canales de comercialización que no son mercados si no ferias implementadas como lo es Plaza Vida o la Feria de Santa Faz, el 6% personas lo comercializan en el Mercado San Alfonso y en el resto de Mercados no lo comercializan los productos ninguna persona.



**Grafica N° 7-3.** Causas por las cuales existe una variación de productos en los canales de comercialización en el cantón Riobamba.

**Elaborado por:** Flores, J 2022.

**Interpretación y análisis:** Según el levantamiento de información existe 84 personas que concuerdan que las variaciones de productos dependen del exceso de productos que existen en el mercado para el momento de comercialización, 82 personas nos dicen que existen problemas con los cultivos en el manejo pueden ser también por las pérdidas de manera natural o dependiendo del mal manejo de los cultivos, 78 personas nos dicen que afecta de gran manera el ingreso de productos de otras provincias y 4 personas nos dicen que existen otros factores.

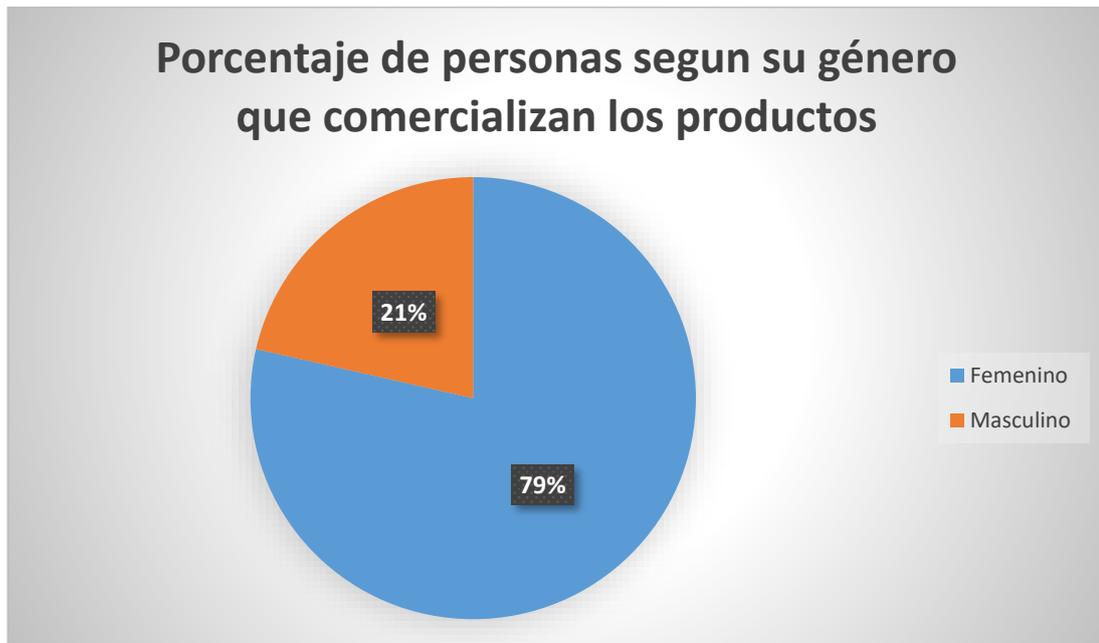
### *3.2.2.2. Análisis de los datos levantados en las asociaciones vinculadas al Proyecto de Comercio Justo*

Según el levantamiento de información que se realizó en el cantón Riobamba en las diferentes parroquias que se encuentran ubicadas las asociaciones vinculadas al proyecto tenemos que existen 84 personas en total de las asociaciones como son: Mushuk Pakari(Cacha), Sembrando vidas cosechando futuro(Pungala), Escuela de aprendizaje Lican(Lican), Sumak Kausai(San Juan), El Limonar(Cubijies), Asociación de productores agropecuarios Nitiluisa (Calpi), 4 de Diciembre (San Luis), Asoprochin (Punín), las cuales se dedican a producir productos como acelga, aguacate, apio, arveja, brócoli, cebolla, coliflor, cilantro, durazno, frutilla, habas, lechuga, limón, maíz, mora, , papa, pepinillo, rábano, remolacha, tomate de árbol, tomate riñón, zanahoria, Zucchini, uvillas, mashua, ocas y quinua.

Todos los integrantes realizan buenas prácticas agrícolas en todos sus cultivos así como lo es la rotación de cultivos, los integrantes cultivan sus productos todos los meses del año, no todos por igual en mes de enero que es el mes en que más cultivan 27 personas, en febrero, abril, julio, octubre, noviembre siembran 22 personas, en marzo 23 personas, mayo también es un mes donde el número de personas que cultivan son 26, en junio 16 personas, en agosto y septiembre cultivan 17 y el mes que cultivan menos personas cultivan viene a ser diciembre con 11 personas que realizan sus labores de siembra. La cosecha lo realizan en los meses de enero, febrero y agosto cosechan sus productos 21 personas, en marzo lo realizan 14 personas, en abril y octubre cosechan 20 personas, en mayo lo realizan 15 personas, en junio realizan la cosecha 25 personas, julio vendría a ser el mes en que más cosechan ya que en este mes lo realizan 28 personas, en septiembre y diciembre lo realizan 19 personas y noviembre lo realizan 17. En todo el levantamiento de información se obtuvo que invierten en sus productos entre 40 y 500 dólares dependiendo del cultivo que realizan, los productores comercializan en su mayoría sus productos en el mercado mayorista, San Alfonso y otros lugares como son las diferentes ferias, en toda su mayoría todos los encuestados nos informan que no existen precios de manera justa en el mercado ya se debe a excesos de productos en el mercado en el momento de la comercialización otro problema viene a ser el ingreso de productos de otras provincias hacia los diferentes canales de comercialización y el problema importante que nace para los productores el manejo del cultivo ya que tienen pérdidas naturales o el mal manejo del cultivo, al consultar a todas las personas que pertenecen a cada una de las personas de cada asociación se encuentran en un 100% para la aceptación de una propuesta de planificación agrícola para poder combatir los problemas de la variación de precios en los diferentes canales de comercialización.

3.2.2.3. *Análisis de la encuesta aplicada a los comerciantes del mercado mayorista y de los diferentes canales del cantón Riobamba.*

Se obtuvo levanto 85 encuestas a los comerciantes del mercado mayorista y de los diferentes canales de comercialización del cantón Riobamba, para el análisis de la información se debe tomar en cuenta las preguntas establecidas la encuestas, revisar Anexo 2.

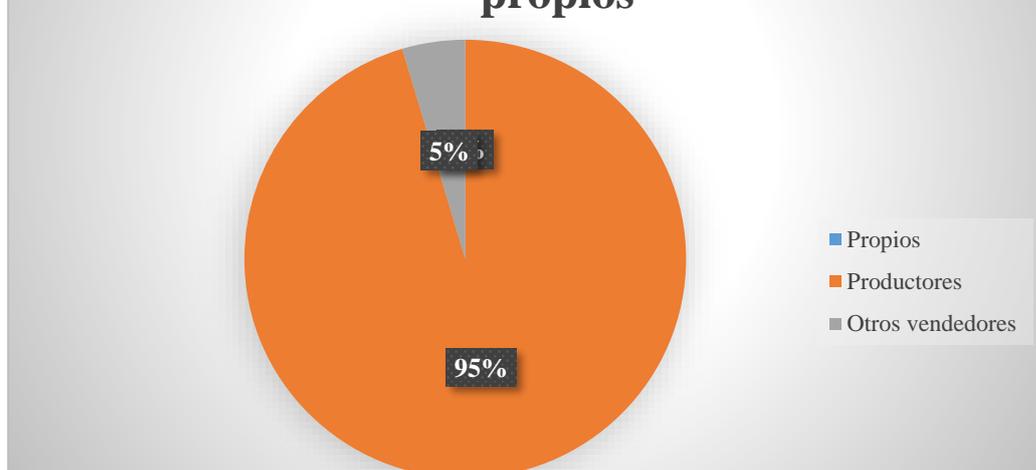


**Grafico N° 8-3.** Porcentaje de personas que compran los productos para su comercialización según su género.

**Elaborado por:** Flores, J 2022.

**Interpretación y análisis:** Según el levantamiento de información el género femenino es el que más adquiere los productos para su comercialización ya que está presente en un 79% y el masculino en un 21% que el porcentaje femenino de las 84 personas encuestadas sería 66 personas y de género masculino vendrían a ser 18 personas.

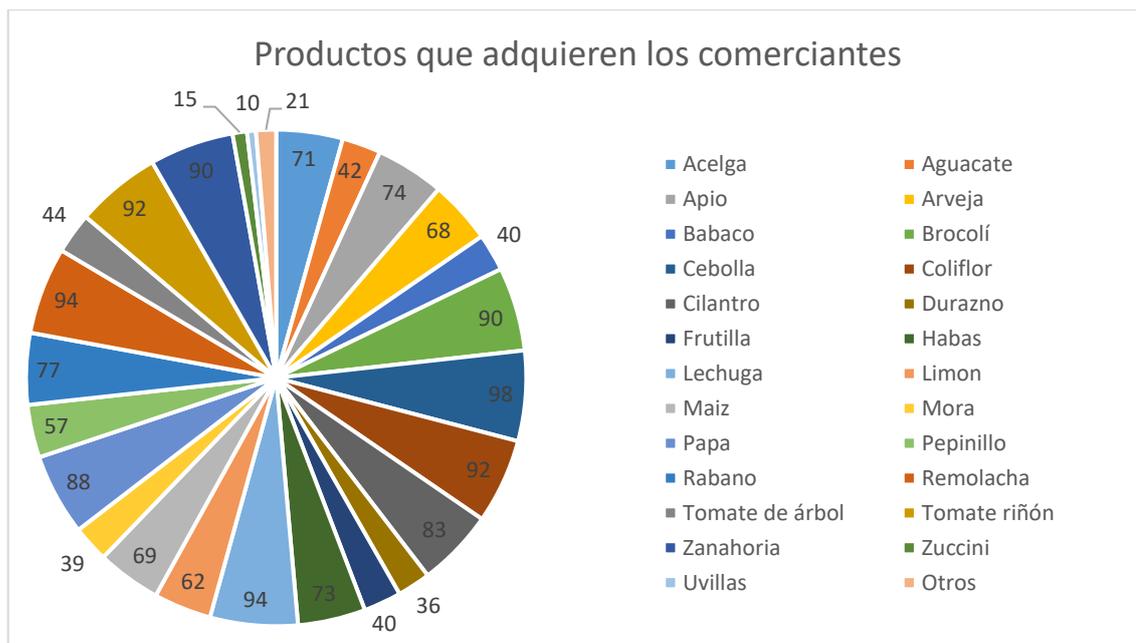
### Porcentaje de personas comerciantes que adquieren los productos a productores, otros productores o son propios



**Gráfico N° 9-3.** Porcentaje de personas comerciantes que adquieren los productos a productores, otros productores u otros

**Elaborado por:** Flores, J 2022.

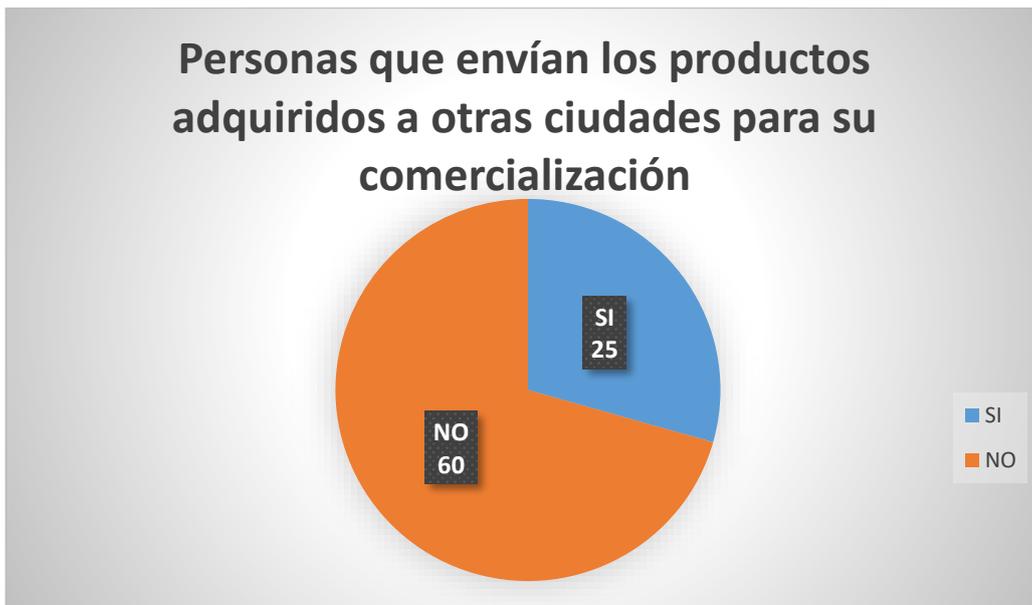
**Interpretación y análisis:** En el levantamiento de información existen 83 personas que compran los productos a los mismos productores que viene a abarcar el 95% de personas encuestadas y el otro 5% lo adquieren de otros vendedores y no existen personas que comercialicen productos que sean propios.



**Gráfica 10-3.** Productos que adquieren los comerciantes

Elaborado por: Flores, J 2022.

**Interpretación y análisis:** Según el levantamiento de información que se realizó en los diferentes canales de comercialización adquieren los productos para enviarlos a otra ciudad o existe el 71% que es 60 personas de las 81 de las personas encuestadas que adquieren acelga para su comercialización, el 42% que es 35 personas adquieren aguacate para comercializarlo, 62 personas que representa el 74% adquiere apio, 57 personas que representan el 68% adquiere arveja, para el Babaco lo adquieren 34 personas que representan el 40% de las personas encuestadas, el 90% adquiere brócoli, 82 personas adquieren la cebolla que viene a tomar un porcentaje del 98%, el 92% compra coliflor que representa 77 personas, 70 personas compran cilantro y esto representa el 83%, 30 personas adquieren durazno y esta cantidad de personas representa el 36%, la frutilla lo adquiere el 40% que vendría a ser 34 personas, las habas lo adquieren 61 personas que representa el 73% de personas encuestadas, la lechuga lo adquieren 79 personas de las 84 encuestadas lo cual representa el 94%, el producto como es el limón lo adquiere el 62% para su comercialización, maíz lo adquiere el 69%, mora el 39%, 74 personas que representa el 88% adquieren papa para la comercialización, 48 personas que representa el 57% adquiere pepinillo para su comercialización, el 77% adquiere rábano, el 94% remolacha, 44% adquiere tomate de árbol, el 92% que representan 77 personas adquiere tomate riñón, el 90% adquiere zanahoria y entre los productos menos adquiridos está el Zucchini con el 15% y la uvilla con el 10%, y 18 personas que representan el 21% adquieren otros productos.



**Grafica N° 11-3.** Personas que envían los productos adquiridos a otras ciudades para su comercialización

**Elaborado por:** Flores, J 2022.

**Interpretación y análisis:** Según el levantamiento de información de las 84 personas encuestadas el 71% que corresponde a 60 personas que no envían sus productos a otras ciudades y lo comercializan en legumbreras tiendas u otros canales de la ciudad y el 29% representa a 25 personas que adquieren y los envían a otras ciudades para su comercialización.

**Tabla N° 3-3.** Ciudad, lugar, cantidad y días donde se envía, comercializa y adquiere de los productos adquiridos.

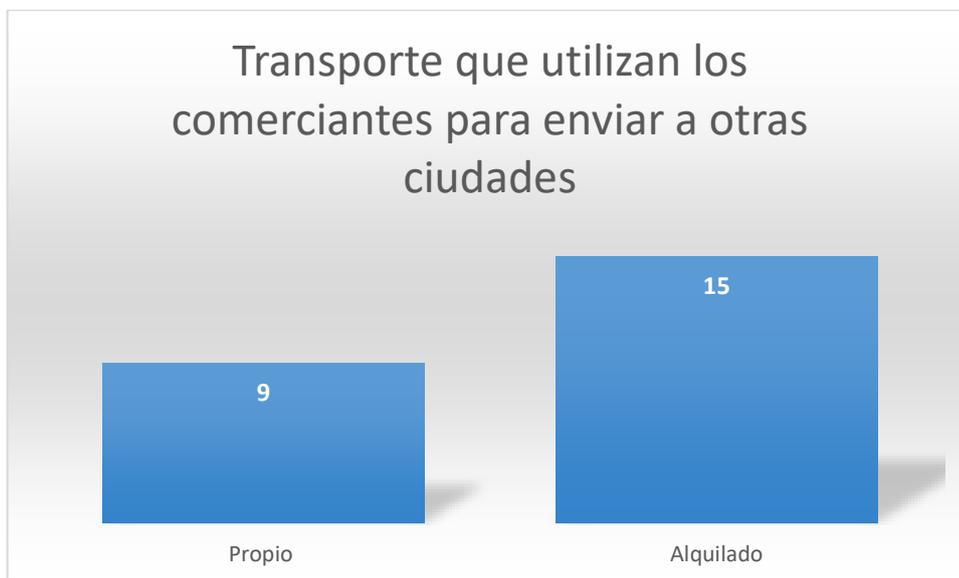
CIUDAD QUE ENVIA LOS PRODUCTOS	LUGAR EN DONDE LO COMERCIALIZA	CANTIDAD QUE ADQUIERE	QUE DÍAS ADQUIERE LOS PRODUCTOS		
Guayaquil	Mercado de transferencia de víveres Monte bello	de 200 a 300 bultos	Jueves		
Machala	Mercado Municipal Machala	de 400 a 500 bultos	Jueves		
Huaquillas	Mercado municipal Huaquillas	de 400 a 500 bultos	Jueves		
Machala	Mercado Rayito de Sol	de 400 a 500 bultos	Jueves	Sábado	
Manabí	Mercado municipal Manabí	de 200 a 300 bultos	Jueves		
Machala	Mercado municipal Machala	de 300 a 400 bultos	Domingo	Jueves	
Cuenca	Mercado Feria Libre	de 400 a 500 bultos	Jueves	Lunes	Sábado
Cuenca	Mercado Arenal	de 400 a 500 bultos	Martes	Viernes	
Machala	Mercado Municipal Machala	de 400 a 500 bultos	Lunes	Miércoles	Viernes
Guayaquil	Mercado José Mascote	de 400 a 500 bultos	Lunes	Viernes	
Guayaquil	Mercado Municipal	de 400 a 500 bultos	Lunes	Miércoles	Viernes
Guayaquil	Mercado Municipal	de 400 a 500 bultos	Lunes	Miércoles	Sábado
Manta	Mercado Playita Mia	de 400 a 500 bultos	Jueves	Sábado	
Huaquillas	Mercado Municipal Huaquillas	de 200 a 300 bultos	Lunes	Miércoles	
Puyo	Mercado Mariscal	de 200 a 300 bultos	Miércoles	Sábado	
Huaquillas	Mercado Municipal Huaquillas	de 400 a 500 bultos	Jueves	Sábado	
Manabí	Mercado Municipal Manabí	de 300 a 400 bultos	Lunes	Viernes	
El triunfo	Mercado Santa Rosa	de 200 a 300 bultos	Miércoles		
Cumanda	Mercado San Alfonso	de 200 a 300 bultos	Sábado	Jueves	
Sto. Domingo	Mercado Juan Eulogio	de 400 a 500 bultos	Lunes	Viernes	
El triunfo	Mercado Santa Rosa	de 300 a 400 bultos	Martes	Jueves	
El triunfo	Mercado Municipal el triunfo	de 300 a 400 bultos	Martes	Jueves	
Napo	Mercado municipal	de 400 a 500 bultos			
Machala	Mercado Municipal	de 200 a 300 bultos	Domingo	Martes	Viernes
Riobamba	Lo comercializa en tienda		Lunes	Viernes	
Riobamba	Lo comercializa en tienda				
Riobamba	Lo comercializa en legumbrera				

Riobamba	Lo comercializa en otro canal				
Riobamba	Lo comercializa en otro canal				
Riobamba	Lo comercializa en otro canal				
Riobamba	Lo comercializa en una tienda				
Riobamba	Comercializa en una tienda				
Riobamba	Lo comercializa en tienda				
Riobamba	Lo comercializa en otro mercado				
Riobamba	Lo comercializa en otro canal				
Riobamba	Lo. Comercializa en otro canal				
Riobamba	Lo comercializa en otro canal				
Riobamba	Lo comercializa en una tienda				
Riobamba	Lo comercializa en una tienda				
Riobamba	Lo comercializa en tienda				
Riobamba	Lo comercializa en otro canal				
Riobamba	Lo comercializa en otro canal				
Riobamba	Lo comercializa en una tienda				
Riobamba	Lo comercializa en tienda				
Riobamba	Lo comercializa en tienda				
Riobamba	Lo comercializa en tienda				
Riobamba	Lo comercializa en tienda				
Riobamba	Lo comercializa en tienda				
Riobamba	Lo comercializa en tienda				
Riobamba	Lo comercializa en otro canal				
Riobamba	Lo comercializa en otro canal				
Riobamba	Lo comercializa en otro canal				
Riobamba	Lo comercializa en otro canal				
Riobamba	Lo comercializa en otro canal				
Riobamba	Lo comercializa en otro canal				
Riobamba	Lo comercializa en otro canal				
Riobamba	Lo comercializa en otro canal				
Riobamba	Lo comercializa en otro canal				

Riobamba	Lo comercializa en tienda				
Riobamba	Lo comercializa en otro canal				
Riobamba	Lo comercializa en otro canal				
Riobamba	Lo comercializa en tienda				
Riobamba	Lo comercializa en otro canal				
Riobamba	Lo comercializa en otro canal				
Riobamba	Lo comercializa en otro canal				
Riobamba	Lo comercializa en tienda				
Riobamba	Le comercializa en tienda				
Riobamba	Lo comercializa en otro canal				
Riobamba	Lo comercializa en otro canal				
Riobamba	Lo comercializa en otro canal				
Riobamba	Lo comercializa en otro canal				
Riobamba	Lo comercializa en tienda				
Riobamba	Lo comercializa en otro canal				
Riobamba	Lo comercializa en tienda				
Riobamba	Lo comercializa en tienda				
Riobamba	Lo comercializa en tienda				
Riobamba	Lo comercializa en tienda				
Riobamba	Lo comercializa en otro canal				
Riobamba	Lo comercializa en otro canal				
Riobamba	Lo comercializa en otro canal				
Riobamba	Lo comercializa en tienda				
Riobamba	Lo comercializa en tienda				
Riobamba	Lo comercializa en tienda				
Riobamba	Lo comercializa en tienda				

Elaborado por: Flores, J 2022.

**Interpretación y análisis:** Según el levantamiento de información existen 24 personas que envían productos que envían sus productos a otras ciudades como son ciudades de la costa en su mayoría y al oriente en poco porcentaje, el resto de comerciantes que serían 60 los obtienen para comercializarlos aquí en la misma ciudad de Riobamba, de los comerciantes que adquieren los productos para enviarlos a comercializar en otras ciudades adquieren los productos por bultos para su envío lo cual está entre 200 a 500 bultos dependiendo el producto que ellos comercializan de los cuales 3 personas tienen entrega directa a otros comerciantes y 21 personas lo van a comercializar por su cuenta propia, existe 2 personas que realizan sus envíos los días domingos, 9 personas que lo realizan los días lunes, 4 personas el día martes, 6 personas el día miércoles y la mayor parte de personas lo realizan el día jueves que vienen a ser 12 personas, el día viernes lo realizan 8 personas y 7 personas el día sábado.



**Grafico N° 12-3.** Transporte que utilizan los comerciantes para enviar los productos a otra ciudad.

**Elaborado por:** Flores, J 2022.

**Interpretación y análisis:** De los comerciantes que envían los productos a otras ciudades que son 24, existen 9 personas que utilizan su propio transporte y 15 personas que lo envían por transporte alquilado.



**Grafico N° 13-3.** Porcentaje de ganancia que tienen los comerciantes en otras ciudades

Elaborado por: Flores, J 2022.

**Interpretación y análisis:** Según la información obtenida de las personas que comercializan los productos en otras ciudades en su mayoría 23 que representan al 92% personas tienen un margen de ganancia del 50 al 100% y 2 personas que representan el 8% tienen un margen de ganancia del 0 al 50%.



**Grafico N° 14-3.** Características que toman en cuenta para su compra.

Elaborado por: Flores, J 2022.

**Interpretación:** Existen varias características que se fijan los comerciantes para comprar los productos la mayor parte de comerciantes que son 22 personas se fijan en la calidad del producto, después van por el precio y cantidad del producto que son 22 personas, y 7 personas que es lo mínimo que se fijan en la zona o lugar de que llegan los productos.

#### *3.2.2.4. Análisis de los datos levantados a los comerciantes de los diferentes canales de comercialización del cantón Riobamba.*

Se realizaron 84 encuestas a los comerciantes de los diferentes canales de comercialización, el género que domina en entre estos ya que el 79% correspondiente a 66 personas perteneces al género femenino y el 21% que corrobora a 18 personas son del género masculino, el 95% por parte de comerciantes adquieren sus productor directamente del productor al momento que llegan a comercializarlo en el mercado y el otro 5% lo adquieren ya de otros vendedores esto ya dependiendo de la oferta y la demanda de los productos, el producto más adquirido por los comerciantes es la cebolla ya que esto tiene una demanda del 98%, seguido por los productos como son la lechuga y la remolacha que tiene una demanda del 94%, también tenemos al tomate riñón y la coliflor entre los altos porcentajes con una demanda del 92%, los productos como el brócoli y la zanahoria también tienen una alta demandan ya que tiene el valor del 90%, después de estos valores tenemos a la papa que tienen una demanda del 88%, siguiéndole con el 83% de demanda el cilantro y con el 77% el rábano y entre estos rangos también tenemos al apio, acelga y habas con el 74%, 71% y 73% de demanda para los comerciantes, también los productos como el maíz, arveja y limón tienen un rango de demanda del 69%, 68% y 62%, el pepinillo, también entra en los rangos superiores al 50% ya que es requerido en un 57% por los comerciantes para su reventa, de ahí tenemos al aguate, babaco, durazno, frutilla, mora, tomate de árbol, zucchini y uvillas con rangos menores al 50%.

Existen 25 personas que envían su productos a otras ciudades y 60 personas que lo realizan de estas personas que no envían los productos para su comercialización lo adquieren para la reventa en otros sitios como lo es en parte en tiendas legumbreras de diferentes partes de la ciudad y otras que los adquieren para la comercialización en otros canales como lo es los diferentes mercados de la ciudad, las personas que envían los productos a otros lugares tienen como destino ciudades de la costa y del oriente ecuatoriano donde tienen un margen de ganancia entre 0 al 100% en su mayoría la ganancia es del 50% para arriba, estas personas adquieren para sus envío a las otras ciudades entre 100 a 500 bultos, lo cual realizan envíos todos los días de las semana pero el día en que más envían son los días Jueves, los productos tienen como destino final los mercados municipales de cada ciudad donde los comercializan.

3.2.2.5. *Análisis de la encuesta aplicada a los consumidores en los diferentes canales de comercialización del cantón Riobamba.*

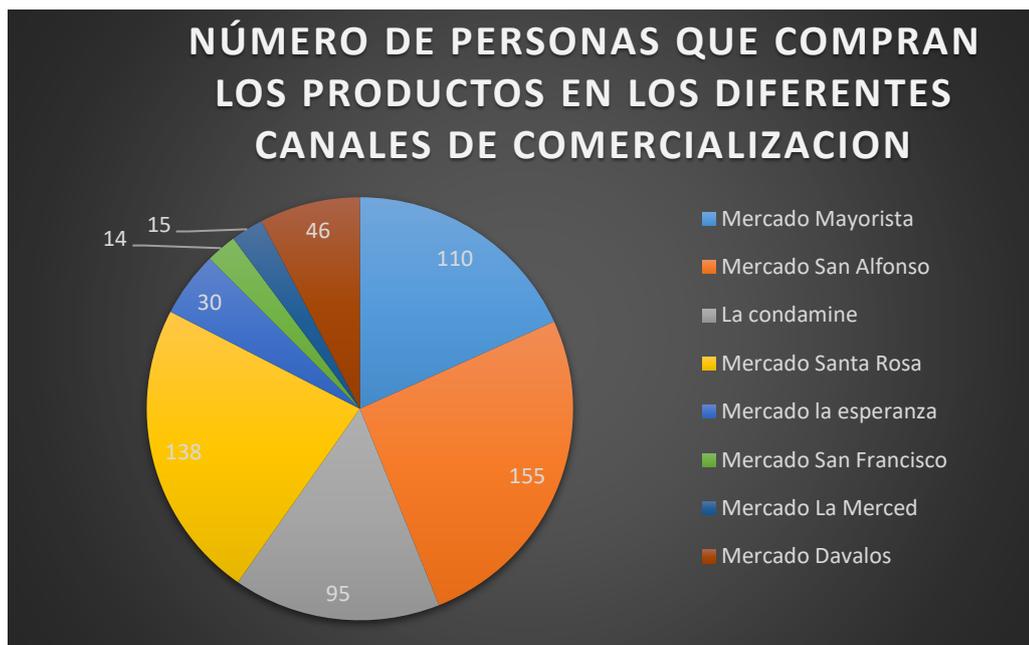
Se levantaron 388 encuestas a los consumidores de productos agrícolas en los diferentes canales de comercialización del cantón Riobamba para el análisis se debe tomar en cuenta las preguntas establecidas en la encuesta, revisar anexo 3.



**Gráfico N° 15-3.** Número de personas que adquieren los productos según su género.

**Elaborado por:** Flores J, 2022.

**Interpretación y análisis:** Según el levantamiento de información se pudo obtener que existe 357 personas de género femenino son las que adquieren los productos en su mayoría y 31 personas son de género masculino que realizan la compra de productos agrícolas.



**Grafico N° 16-3.** Personas que compran en los diferentes canales de comercialización del cantón Riobamba.

**Elaborado por:** Flores, J 2022.

**Interpretación y análisis.** Se obtuvo la información de los diferentes canales que existen en el cantón Riobamba, el mercado mayorista es donde 110 personas adquieren sus productos agrícolas para su hogar, el mercado San Alfonso es el canal que tiene mayor acogida en la ciudad ya que en este medio de comercialización adquieren los productos como son 155 personas, en el mercado la Condamine existe 95 personas adquieren sus productos en este mercado, en el canal de comercialización que es conocido como Santa Rosa es el segundo más concurrido ya que adquieren 138 personas sus productos y los mercados menos transcurridos son el Mercado Dávalos, La Esperanza, San Francisco y La Merced con valores inferiores a 50 personas.



**Gráfico N° 17-3.** Número de personas que adquieren cada producto que se comercializa en los canales de comercialización.

**Elaborado por:** Flores, J 2022.

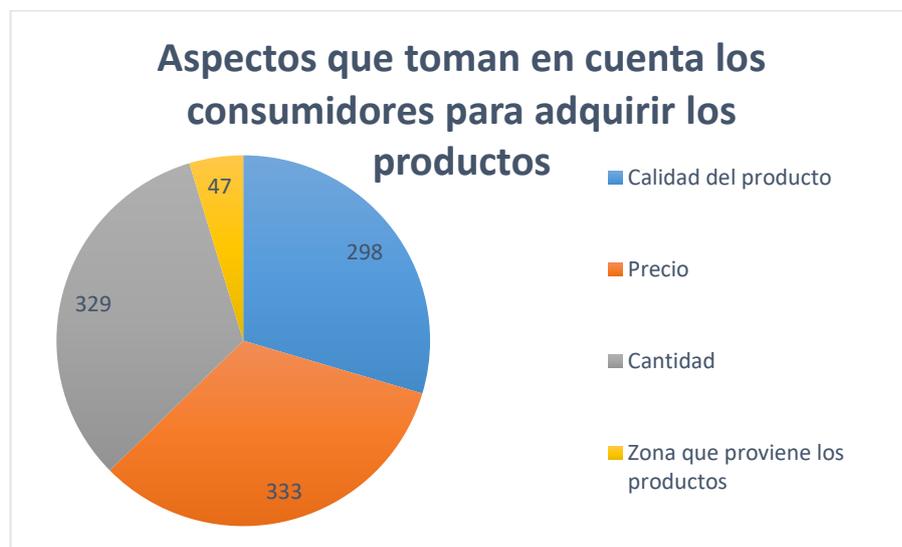
**Interpretación y análisis:** Según el levantamiento de información que se realizó a 388 consumidores del cantón Riobamba existen 274 personas que consumen acelga en sus productos para la alimentación, 283 aguacate, 175 personas consumen apio, 272 personas consumen arveja, productos como el Babaco lo adquieren 266 personas para su consumo, brócoli como producto lo adquieren 275 personas, la cebolla es uno de los productos más adquiridos por los consumidores de las personas encuestadas lo adquieren 275 personas, la cebolla es uno de los productos más adquiridos por los consumidores de las personas encuestadas lo adquieren 323 personas, 290 personas adquieren coliflor, 277 personas adquieren cilantro, 278 personas adquieren durazno para su consumo, 284 personas adquieren frutilla, 302 personas adquieren habas, 309 personas adquieren lechuga, 202 personas adquieren limón, 208 personas compran maíz para su consumo, la papa es uno de la productos más requeridos para el consumo y lo adquieren 327 personas, 272 personas adquieren pepinillos, 253 personas adquieren rábano, 277 personas adquieren remolacha para el consumo en sus hogares, para el consumo también adquieren tomate de árbol 319 personas, el tomate riñón lo adquieren 307 personas, 282 personas adquieren zanahoria y entre los productos más bajos con valores inferiores a 100 personas que adquieren el Zucchini, las uvillas.



**Grafico N° 18-3.** Frecuencia con los que adquieren las personas los productos.

Elaborado por: Flores, J 2022.

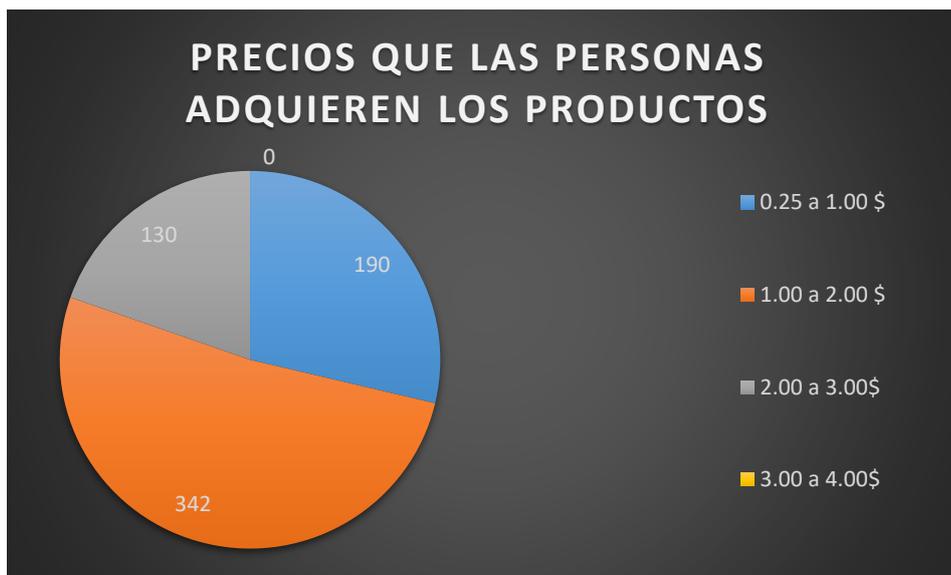
**Interpretación:** Según la información obtenida de los consumidores 162 personas adquieren sus productos en los canales de comercialización, 153 personas lo adquieren una vez por semana, 62 personas lo realizan dos veces por semana y 11 personas lo realizan una vez al mes.



**Grafico N° 19-3.** Aspectos que el consumidor toma en cuenta para adquirir el producto.

Elaborado por: Flores, J 2022.

**Análisis e Interpretación:** Según la información obtenida los consumidores en su gran mayoría se fijan en el precio que comercializan, lo adquieren según la cantidad de producto que les venden, también se fijan en la calidad del producto y muy pocos consumidores se percatan de qué lugar llegan los productos que consumen.



**Gráfico N° 20-3.** Precios que los consumidores adquieren los productos.

Elaborado por: Flores, J 2022.

**Interpretación:** Según la información obtenida los consumidores de las 388 personas encuestadas 342 adquieren los productos entre los precios de 1 a 2 dólares en su gran mayoría, 190 entre 25 centavos a 1 dólar y 130 prefieren pagar entre 2 a 3 dólares.

### 3.2.2.6. Análisis de los datos levantados en los diferentes canales de comercialización a los consumidores del cantón Riobamba.

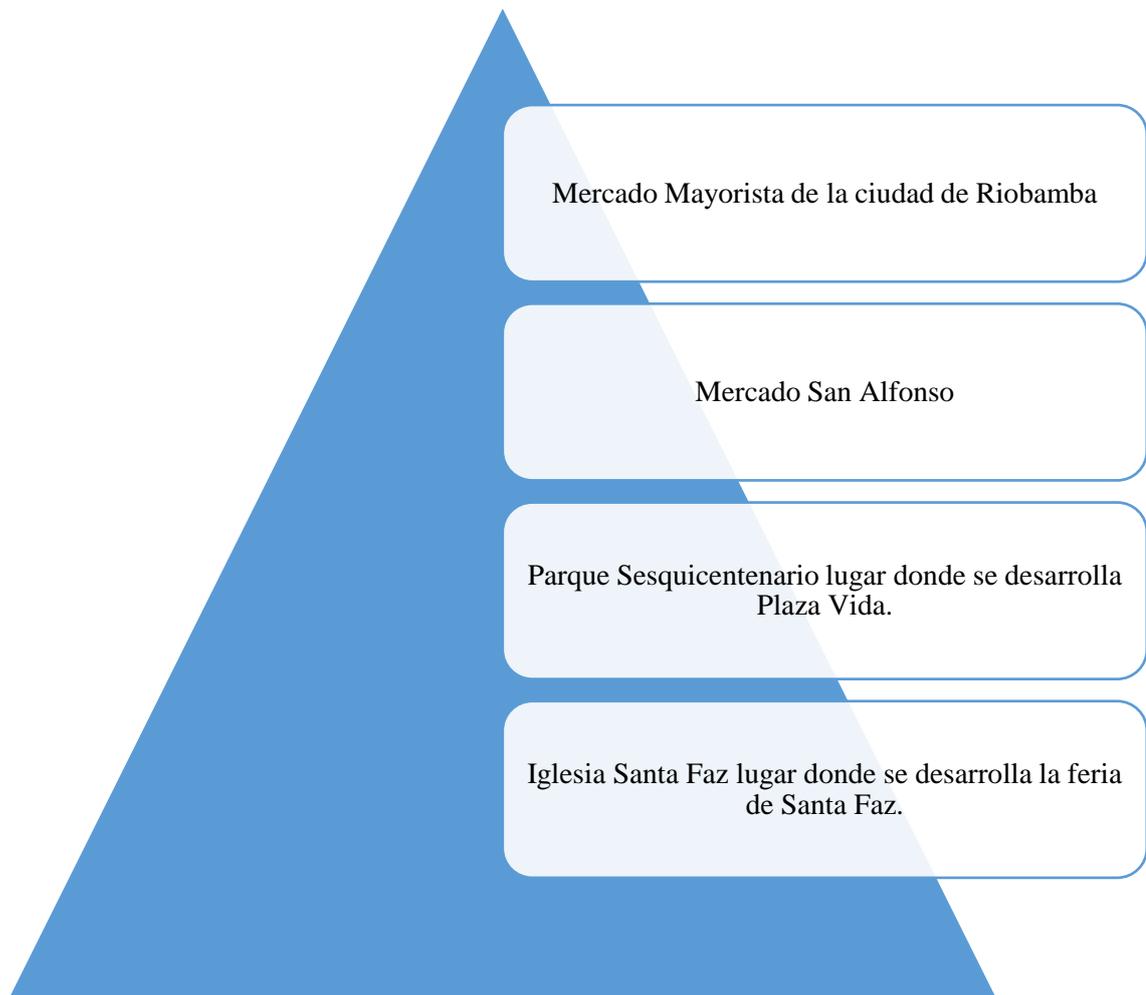
Se levantaron en los diferentes canales de comercialización según la fórmula de muestra poblacional 384 encuestas de las cuales se realizaron 388 en las cuales se obtuvo la información que: existen más personas de género femenino que de género masculino que realizan la adquisición de productos en los diferentes canales de comercialización, de manera concurrente se obtuvo la información en la cual nos da el número de personas que obtienen sus productos en los mercados de Riobamba en primer lugar tenemos al mercado San Alfonso en este canal lo adquieren 155 personas, en segundo lugar tenemos al mercado Santa Rosa en donde adquieren los productos 138 personas después de este canal tenemos al mercado mayorista es donde 110 personas adquieren sus productos agrícolas para su hogar, en el mercado la Condamine existe 95 personas adquieren sus productos en este mercado, y los mercados menos transcurridos son los mercados Dávalos, La Esperanza, San Francisco y La Merced con valores inferiores a 50 personas.

También obtuvimos la información de los productos que se consumen de manera frecuente por los consumidores los cuales adquieren de esta manera, entre las encuestas levantadas a los consumidores del cantón Riobamba los datos que presentan el GRAFICO N° 16-4.

Los consumidores para obtener los productos se fijan en su gran mayoría en el precio que lo comercializan, lo adquieren según la cantidad de producto que les venden, también se fijan en la calidad del producto y muy pocos consumidores se percatan de qué lugar llegan los productos que consumen. Aparte de esto los consumidores pagan por los productos según las encuestas 342 adquieren los productos entre los precios de 1 a 2 dólares en su gran mayoría, 190 entre 25 centavos a 1 dólar y 130 prefieren pagar entre 2 a 3 dólares.

Para las fechas festivas como Navidad, Día de los difuntos y carnaval consumen los mismos productos como son legumbres, frutas, hortalizas y vegetales con la diferencia que en navidad y carnaval los más consumidos son las legumbres seguidos por las hortalizas y de ultima manera los frutos y en el día de los difuntos los más consumidos son los frutos seguidos por las legumbres y las hortalizas.

**3.2.3. Identificación de los canales de distribución de los productores asociados al proyecto de Comercio Justo.**



**Figura N° 2-3.** Identificación de los canales de distribución de los productores asociados al proyecto de Comercio Justo.

**Elaborado por:** Flores, J 2022.

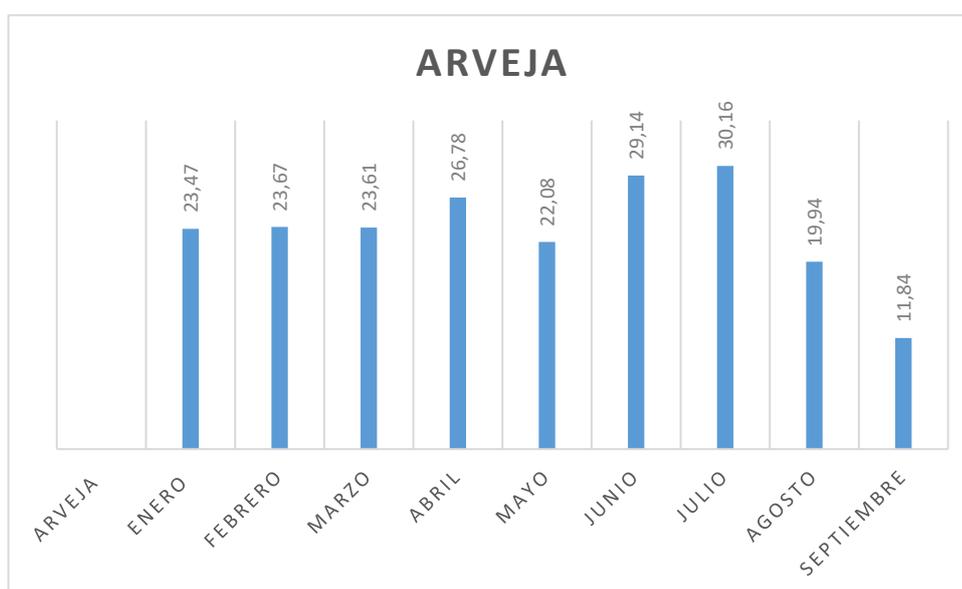
**Análisis y descripción.** Con el levantamiento de información en las diferentes asociaciones que se encuentran vinculadas al proyecto de comercio justo se logró identificar que existe varios canales de comercialización a los cuales envían sus productos, de tal manera que tienen como principal canal de distribución el mercado mayorista ya que de las 84 personas encuestadas 48 de ellas que representa el 53% envían sus productos a este lugar, como segundo punto de comercialización lo realizan en otros lugares como son las ferias donde comercializan sus productos como lo es Plaza vida que se encuentra ubicada en el parque Sesqui Centenario, la feria que se realiza en la iglesia de Santa Faz, comercializan también sus productos como es la quinua que es un producto que lo cultivan de manera frecuente ya que la comercializa a la certificadora como es Maquita, en otra asociación más se dedican a producir el cultivo de mashua ya que este lo pueden comercializar en la planta de procesamiento de yogurt de mashua todas estas personas

representan el 41% de personas encuestadas que serían 37 personas en total y por ultimo tenemos personas que utilizan el Mercado San Alfonso como canal de comercialización pero esto es una mínima cantidad de 6 personas.

#### 3.2.4. *Planificación en función de los canales de distribución y de las especies cultivadas por los productores asociados al proyecto de comercio justo.*

La planificación para los productores asociados al Proyecto de comercio justo se la realizara en base a los productos se cultivan en cada una de las asociaciones, los precios establecidos en el año 2021 en el canal de comercialización que más utilizan los productores para comercializar sus productos que es el EP EMMPA y los productos que no constan en la lista del canal de comercialización se tomara en cuenta su ciclo de cultivo y así de esta manera se los cultivara en diferentes meses del año para que no exista un excedente de producto al momento de su comercialización.

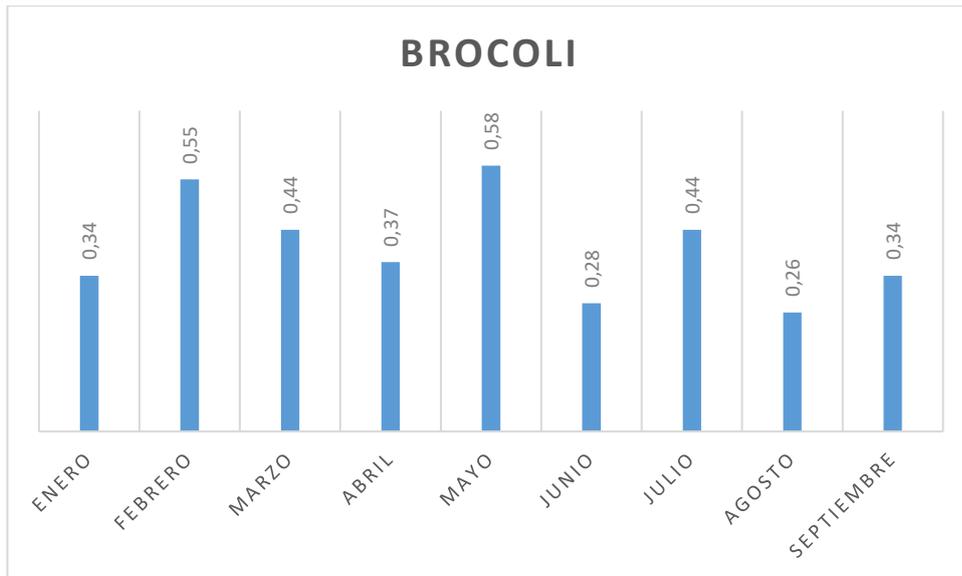
Según el EP EMMPA, 2021. Los precios de los productos en el mercado mayorista que es principal canal de distribución hasta el mes de septiembre se mantuvo de la siguiente manera:



**Grafico 21-3.** Precio de la arveja en el año 2021 desde el mes de enero hasta septiembre

Fuente: (EP EMMPA, 2021.)

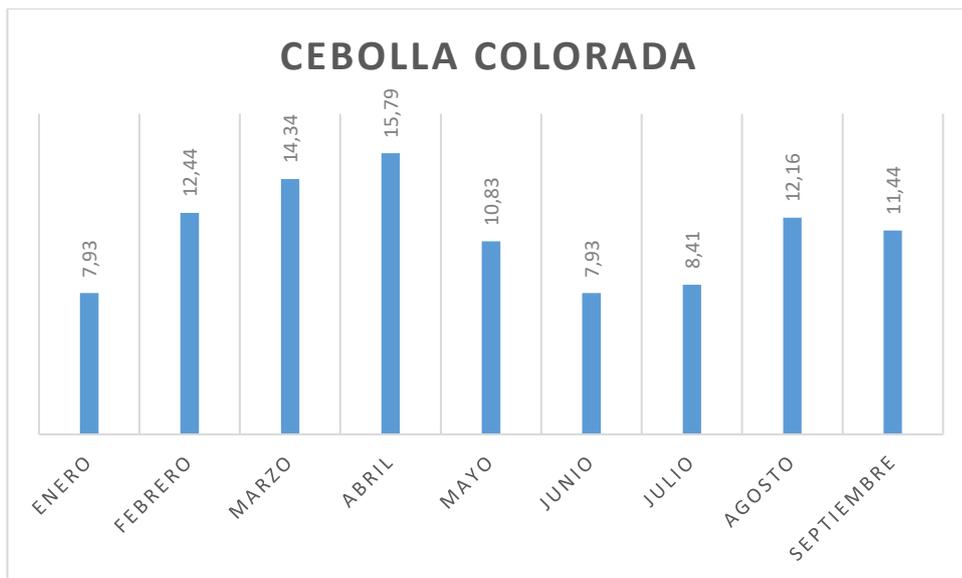
Elaborado por: Flores, J 2022.



**Grafico 22-3.** Precio del brócoli en el año 2021 desde el mes de enero hasta septiembre

Elaborado por: Flores, J 2022.

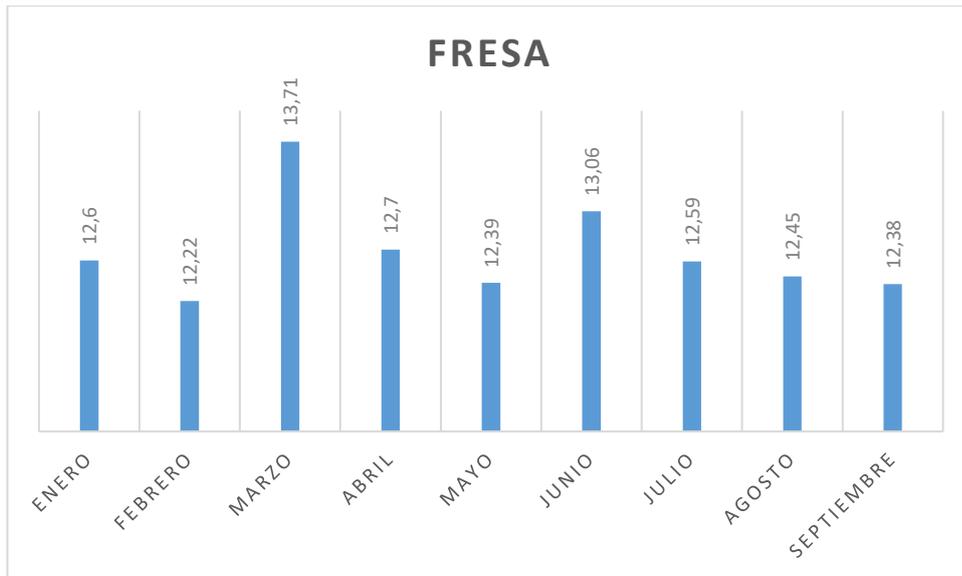
Fuente: EP EMMPA, 2021.



**Grafico 23-3.** Precio de la cebolla colorada en el año 2021 en los meses de enero a septiembre

Elaborado por: Flores, J 2022.

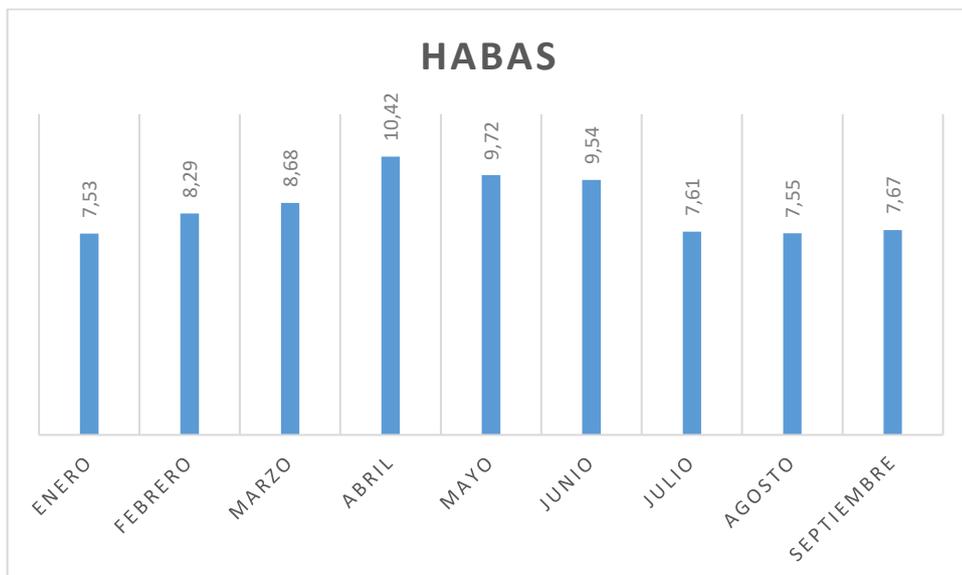
Fuente: EP EMMPA, 2021.



**Grafico 24-3.** Precio de la fresa en el año 2021 en los meses de enero a septiembre.

**Elaborado por:** Flores, J 2022.

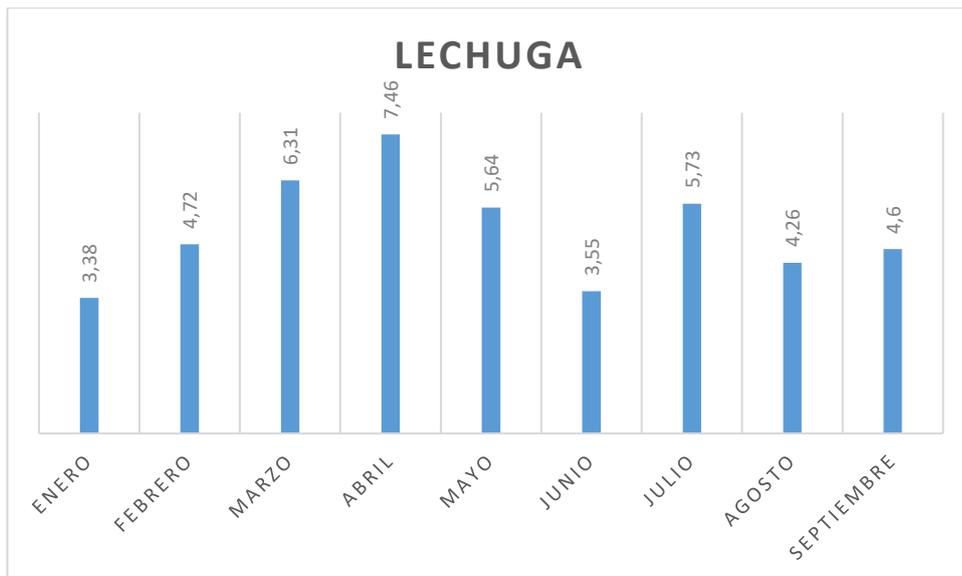
**Fuente:** EP EMMPA, 2021.



**Grafico 25-3.** Precio de las habas en al año 2021 desde el mes de enero a septiembre.

**Elaborado por:** Flores, J 2022.

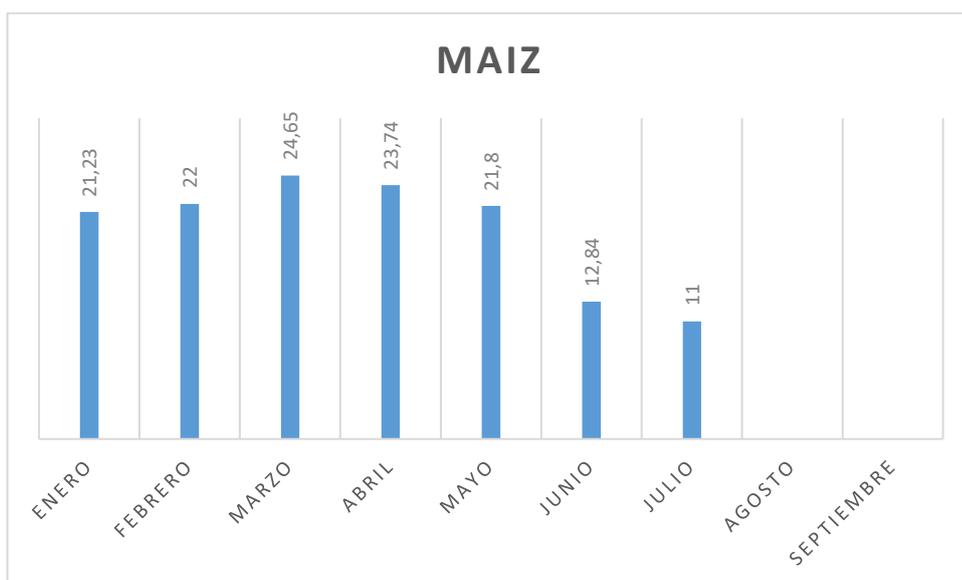
**Fuente:** EP EMMPA, 2021.



**Grafico 26-3.** Precio de la lechuga en el año 2021 en los meses de enero a septiembre.

**Elaborado por:** Flores, J 2022.

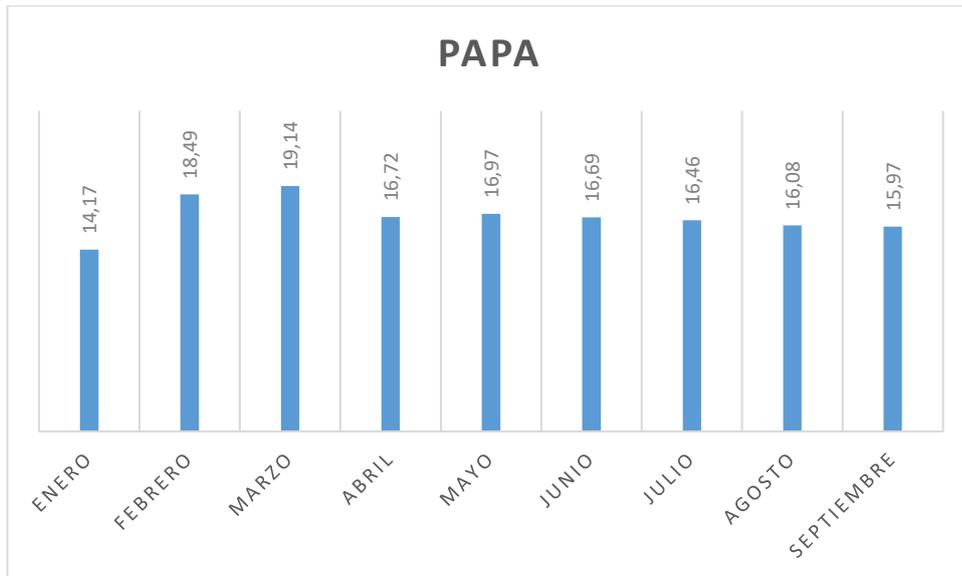
**Fuente:** EP EMMPA, 2021.



**Grafico 27-3.** Precio del maíz en el año 2021 en los meses de enero a septiembre.

**Elaborado por:** Flores, J 2022.

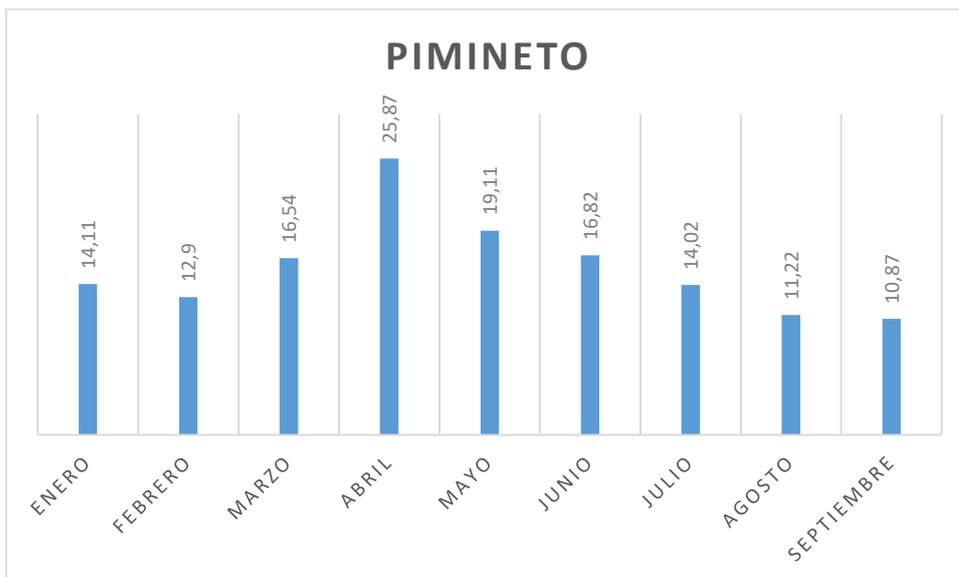
**Fuente:** EP EMMPA, 2021.



**Grafico 28-3.** Precio de la papa en el año 2021 en los meses de enero a septiembre.

**Elaborado por:** Flores, J 2022.

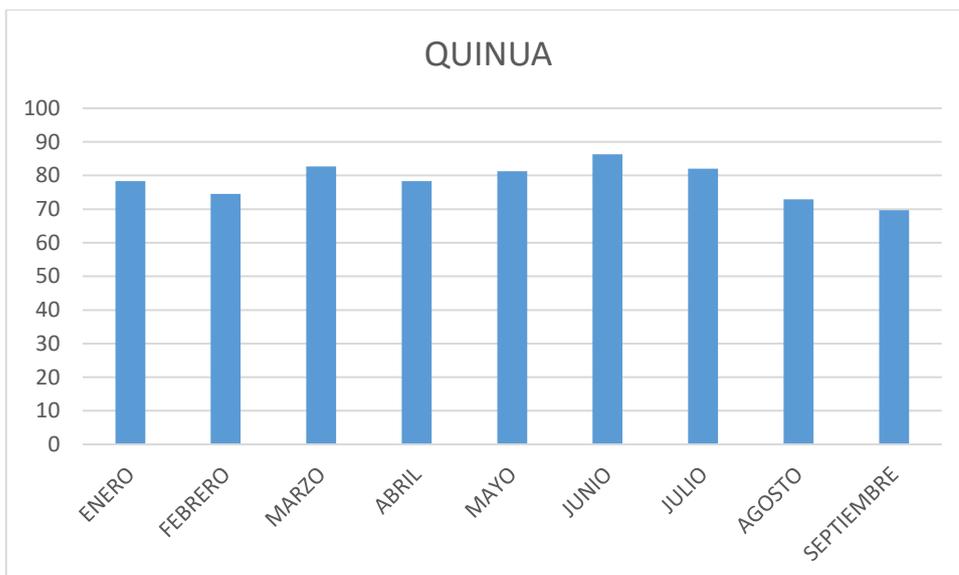
**Fuente:** EP EMMPA, 2021.



**Grafico 29-3.** Precio del pimienta en el año 2021 entre los meses de enero a septiembre.

**Elaborado por:** Flores, J 2022.

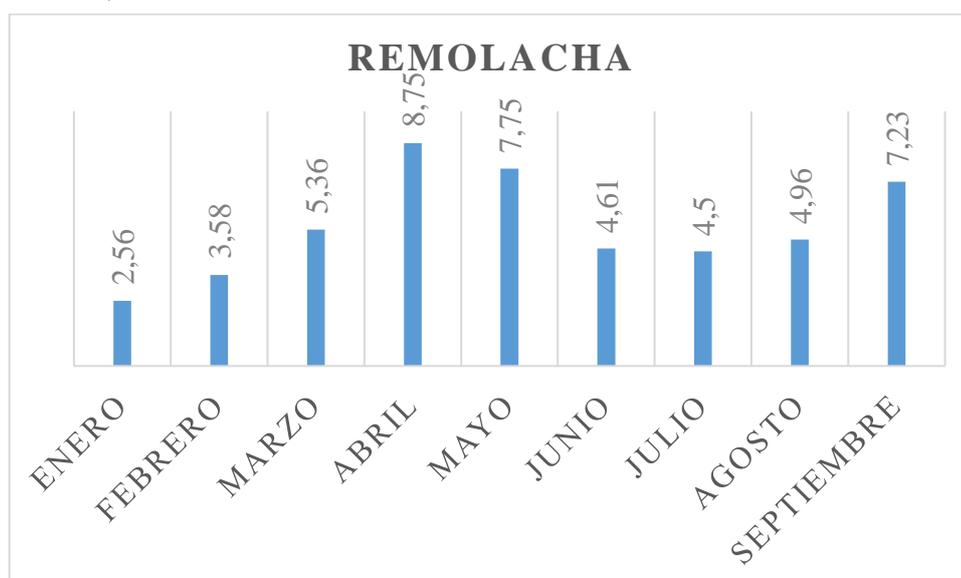
**Fuente:** EP EMMPA, 2021.



**Grafico 30-3.** Precio de la quinua en el año 2021 en los meses de enero a septiembre.

Elaborado por: Flores, J 2022.

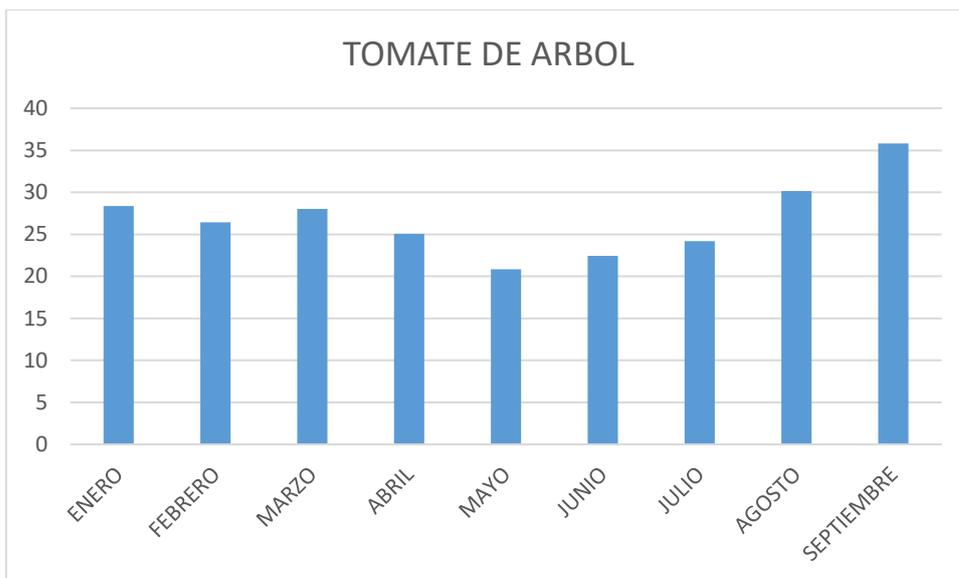
Fuente: EP EMMPA, 2021.



**Grafico 31-3.** Precio de la remolacha en el año 2021 entre los meses de enero a septiembre.

Elaborado por: Flores, J 2022.

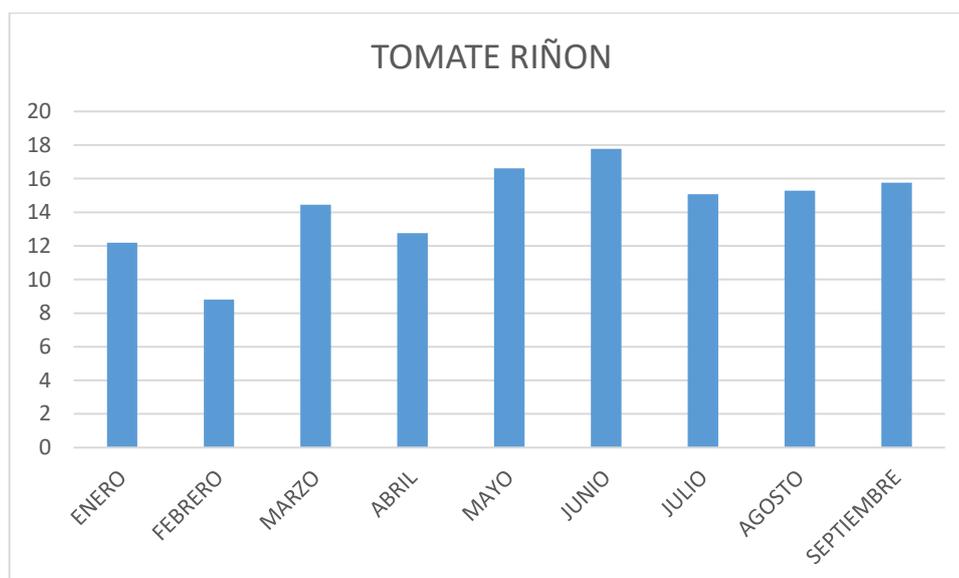
Fuente: EP EMMPA, 2021.



**Grafico 32-3.** Precio del tomate de árbol en el año 2021 entre los meses de enero hasta septiembre.

**Elaborado por:** Flores, J 2022.

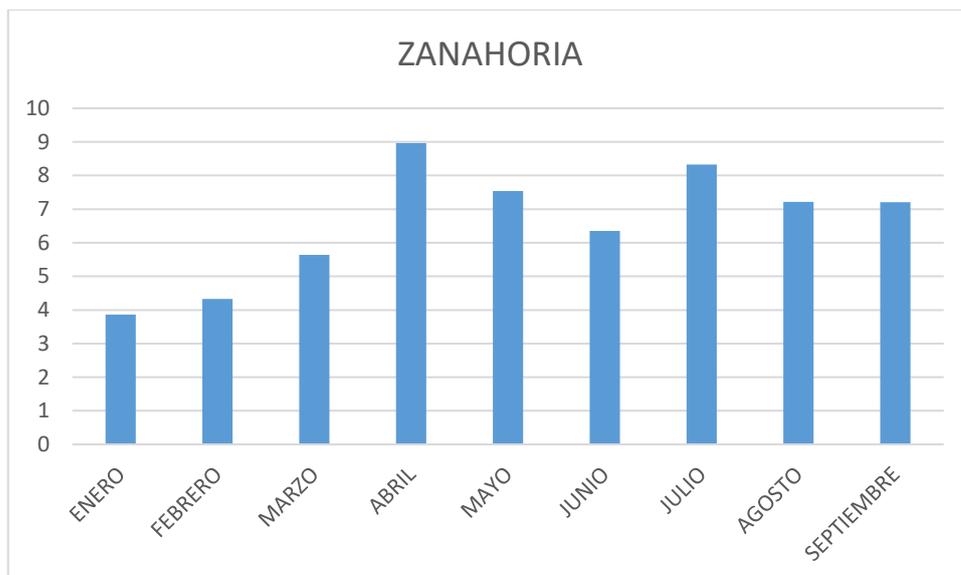
**Fuente:** EP EMMPA, 2021.



**Grafico 33-3.** Precio del tomate riñón en el año 2021 entre los meses de enero a septiembre.

**Elaborado por:** Flores, J 2022.

**Fuente:** EP EMMPA, 2021.



**Grafico 34-3.** Precio de la zanahoria en el año 2021 entre el mes de enero a septiembre.

**Elaborado por:** Flores, J 2022.

**Fuente:** EP EMMPA, 2021.

**Interpretación y análisis:** Según la información obtenida de la institución EP EMMPA nos dice que en los diferentes productos se comercializan los precios que se mantuvieron en el año 2021 en los meses de enero al mes de septiembre, la arveja en los meses de abril, junio y julio se encuentra los precios elevados entre los 26,78 hasta los 30,16 dólares el saco de 45 libras, el brócoli se encuentra en su precio más alto en los meses de febrero y mayo como los más altos y marzo y julio su precio intermedio, el producto como lo es la cebolla colorada tiene sus precios más altos en los meses de marzo y abril, el producto lo que es la fresa mantiene sus precios altos en el mes de marzo y junio, las habas se encuentra en los meses de abril mayo y junio se encuentran entre los precios de 9 a 10 dólares, la lechuga los sacos de 95 libras eleva su precio en los meses de marzo abril y julio, el maíz en los meses de enero, febrero, marzo abril y mayo las 85 libras llegan a un costo alto entre los 21,23 dólares hasta los 24,65 dólares, el producto como es la papa todo el año se encuentra con un precio balanceado entre los 14,17 dólares hasta los 19,14 dólares, el pimiento en presentación de sacos de 50 libras se encuentra en los precios altos en los meses de abril que es el más alto que llega al valor de 25,87 dólares, siguiéndole mayo que llega al valor de 19,11 dólares y junio que llega al valor de 16,82 dólares, la quinua se encuentra en un precio balanceado entre los meses de enero a septiembre entre los 69,67 dólares y 86,34 dólares, la remolacha en la presentación de sacos de 75 libras se encuentra entre los precios altos en los meses de abril, mayo y septiembre, el tomate de árbol tiene sus precios altos en el mes de septiembre que es el que más cuesta en el mercado local, consecutivamente está el mes de agosto, enero, marzo y febrero, el producto como es el tomate riñón que se encuentre en su punto más alto de costo de comercialización en los meses de junio, mayo siguiéndole de manera consecutiva julio, agosto y septiembre y como último producto tenemos la zanahoria que se

encuentra en la presentación de sacos de 70 libras que se encuentra en su costo de comercialización alto en los meses de abril, julio siguiéndoles consecutivamente con una pequeña baja en el precio en mayo, agosto y septiembre.

**Tabla N° 4-3.** Planificación de cultivos para la parroquia Calpi Aso. Productores Agropecuarios Nitiluiza.

PRODUCTO	MES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Acelga				X					X				
Apio			X				X				X		
Arveja			X	X						X	X	X	X
Brócoli		X									X		
Cebolla						X					X	X	X
Coliflor		X									X		
Cilantro			X				X				X		
Habas										X	X	X	X
Lechuga		X			X								X
Maíz									X	X	X	X	
Papa		X	X	X	X	X	X				X	X	X
Rábano		X			X			X			X		
Remolacha		X	X				X						X
Zanahoria		X			X	X	X						X
Ocas										X	X	X	
Quinoa											X	X	

**Elaborado Por:** Flores, J 2022.

**Descripción.** - En la parroquia Calpi para la Asociación de Productores Agropecuarios Nituiza, que se encuentra vinculada al Proyecto de Comercio Justo según los productos que ellos cultivan para su comercialización y según los precios establecidos por el Municipio de Riobamba para la comercialización de los mismos por lo que se ha podido constatar en esta asociación cultivan los productos mencionados en la **Tabla 4-3** según el levantamiento de información en la asociación, se ha propuesto de esta manera la planificación: en el cultivo como es la acelga que su ciclo de cultivo es de 3 meses y no existe un precio establecido en la base de datos del municipio de Riobamba se procedería a cultivar en los meses de marzo y agosto en la primera semana de cada mes, para que su cosecha sea en el mes de junio y noviembre entre las primeras semanas de estos meses, el cultivo de apio tiene su ciclo que dura dos meses lo cual se planifico para que lo cultiven en el mes de febrero, junio y octubre, su cosecha se procederá para los meses de abril, agosto y enero, para el cultivo de arveja se lo procederá a cultivar en los meses de febrero, marzo, septiembre, octubre, noviembre y diciembre para poderlo cosechar en los meses de junio, julio, enero, febrero, marzo y abril que son los meses que se encuentran en los precios en sus puntos más altos en el mercado mayorista de Riobamba que es el canal de comercialización que utilizan los integrantes de la asociación, los cultivos como el brócoli y la coliflor se encuentran planificados para que se realice su siembra en el mes de enero y octubre entre las dos primeras semanas de cada uno de estos meses y su cosecha será en las primeras semanas de los meses de mayo y febrero que su precio en el mercado se mantiene alto, el cultivo de cebolla se planifico para su siembra en los meses de mayo, octubre, noviembre y diciembre para que su cosecha según su ciclo de cultivo que dura 4 meses y su precio se mantiene alto en los meses de agosto, febrero, marzo y abril entre sus primeras semanas, el cilantro no tiene un precio establecido en el mercado por lo cual se planifico según su ciclo de cultivo que dura 2 meses que se cultive en los meses de febrero, junio y octubre para que su cosecha se lo realice en el mes de abril, agosto y diciembre, el cultivo de habas se lo planifico para su siembra en los meses de septiembre, octubre, noviembre y diciembre para que su cosecha se lo realice en los meses de febrero, marzo, abril, mayo y junio que se encuentra su precio elevado, la lechuga se cultivara en los meses de enero, abril y diciembre para que según su ciclo se procederá a su cosecha en los meses de marzo, abril y julio donde se encuentra en los puntos altos de su precio en los canales de comercialización, el cultivo de maíz se encuentra planificado para su siembra en los meses de agosto, septiembre, octubre y diciembre, su cosecha se realizara en los meses de enero hasta mayo donde se encuentran los precios del maíz en su punto mayor de precios, la papa se puede cultivar en la mayoría de los meses desde enero hasta junio y de octubre a diciembre, y se cosechara según su ciclo de cultivo ya que esta mantiene su precio de manera equilibrada de los meses de enero hasta septiembre, el rábano se cultivara en los meses de enero abril, julio y octubre según su ciclo de cultivo ya que no existe valores de sus precios en la base de datos del municipio de Riobamba, la remolacha se cultivara en los meses de enero, febrero y junio se las estará cosechando dentro de los meses de abril,

mayo y septiembre ya que en estos meses se encuentra alto el precio de este producto en el mercado de comercialización, el cultivo de zanahoria se sembrara en los meses de abril, mayo, junio y enero, según su ciclo de cultivo se realizaría la cosecha en los meses de abril, mayo, julio, agosto y septiembre que se encuentra en los precios más altos de su comercialización, las ocas la asociación la cultiva en los meses de septiembre, octubre y noviembre aprovechando el ingreso del invierno en esos meses y se cosecha en los meses de abril y mayo cumpliendo su ciclo de cultivo y como último producto cultivan las quinua de igual manera que las ocas aprovechando los meses de octubre y noviembre que ingresa el invierno para así aprovechar sus tierras que no poseen agua de regadío y la cosechan en el mes de mayo y junio comercializando a las certificadoras de quinua como lo es Maquita quienes mantienen un precio estable del producto.

**Tabla N° 5-3.** Planificación de cultivos para la parroquia Cacha Asociación Mushuc Pacari.

PRODUCTO	MES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Acelga			X					X					
Apio		X			X			X			X		
Arveja			X	X						X	X	X	X
Brócoli		X										X	
Cebolla											X	X	
Coliflor		X										X	
Cilantro				X			X			X			X
Frutilla													
Habas		X							X	X	X	X	X
Lechuga		X		X								X	X
Limón													X
Maíz									X	X	X	X	
Mora													
Papa		X	X	X	X	X	X				X	X	X
Rábano		X			X			X			X		
Remolacha		X				X							X
Tomate de Árbol													
Tomate riñón													
Zanahoria			X	X	X								X

<b>Zuccini</b>			X				X					
<b>Uvillas</b>												
<b>Quinoa</b>										X	X	

**Elaborado por:** Flores, J 2022.

**Descripción.** - En la parroquia Cacha para la Asociación Mushuc Pacari, que se encuentra vinculada al Proyecto de Comercio Justo la planificación para los productos mencionados en la **Tabla 5-3**, que ellos cultivan se lo realizara de la siguiente forma, se los cultivara en las primeras semanas de cada mes todos los cultivos, la acelga se lo procederá a cultivar en los meses de febrero y julio, para que su cosecha sea en los meses de mayo y septiembre, el cultivo de apio se lo realizara en los meses de enero, abril, julio y octubre y su cosecha se la realizara cada dos meses según su ciclo de cultivo, la arveja se lo podrá cultivar en los meses de febrero, marzo, septiembre, octubre, noviembre y diciembre, para poderlos cosechar en los meses que se encuentran en el punto más alto de sus precios en el canal de comercialización, el cultivo de brócoli tiene su ciclo que dura 4 meses hasta su cosecha y este se los podrá cultivar en los meses de enero y noviembre, para poderlos cosechar en los meses que su precio se encuentra alto en el mercado de igual manera la coliflor se lo realizara en los mismos meses que el cultivo de brócoli, la cebolla se cultivara en los meses de noviembre y diciembre, según su ciclo de cultivo que dura 4 meses hasta su cosecha se la realizara en los meses de marzo y abril que se encuentran en su precio en su punto más alto, el cilantro se lo cultivara en los meses de marzo, junio, septiembre y se lo cosechara cada dos meses que dura su ciclo de cultivo, la frutilla los integrantes de la asociación cuentan con este cultivo ya establecido y lo cosechan todas las semanas, el cultivo de habas tiene su ciclo de cultivo que dura 6 meses y se lo cultivara en los meses de octubre, noviembre y diciembre, para que su cosecha sea en los meses que se encuentra en un precio alto por su comercialización que son abril, mayo y junio, para el cultivo de lechuga sus precios altos se encuentran en los meses de marzo, abril mayo y julio, su siembra se lo realizara en los meses en los meses de noviembre, diciembre, enero y marzo, el cultivo de limón ya se encuentra establecido en esta asociación los cuales lo cosechan cada semana, de siguiente manera tenemos el maíz su ciclo dura 6 meses y se procederá a cultivar en los meses de julio, agosto, septiembre, octubre y noviembre para que su cosecha sea en los meses de enero, febrero, marzo, abril y mayo que se encuentran los precios altos en los canales de comercialización, el cultivo de mora lo tienen establecido y lo cosechan cada semana, el cultivo de papa lo pueden cultivar cualquier época del año ya que en el canal de comercialización se encuentra todos los meses con un precio equilibrado, el rábano se lo cultivara en los meses de enero, abril, julio y octubre, se lo cosechara según su ciclo de cultivo, la remolacha se la cultivara en los meses de diciembre, enero y mayo para tener su cosecha en los meses que se encuentran los precios en su máximo valor, el tomate de árbol tienen ya un cultivo establecido y lo cosechan según su ciclo de producción, el tomate riñón de igual manera es un cultivo que ya lo mantienen y lo cosechan cada semana, la zanahoria se cosecha a los cuatro meses de sus trasplante, según lo planificado se lo cultivara en los meses de diciembre, enero, marzo, abril y mayo para que su cosecha se la obtenga para los meses de abril, mayo, julio, agosto y septiembre que su precio se encuentra en sus valores más altos de su comercialización, el zucchini su ciclo de cultivo dura 4 meses, y se lo sembrara en los meses de

marzo y julio, la uvilla son cultivos ya establecidos los cuales lo realizan las cosechas según su ciclo de producción y por ultimo tenemos la quinua la cual su cosecha la comercializan a otros canales como son las certificadoras y se mantiene su valor esta ya que es un cultivo de secano lo cultivan aprovechando la entrada del invierno en los meses de octubre y noviembre.

**Tabla N° 6-3.** Planificación de cultivos para la parroquia San Luis, Asociación 4 de diciembre.

PRODUCTO	MES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Acelga		X				X				X			
Apio			X				X				X		
Arveja			X	X						X	X	X	X
Brócoli		X										X	
Cebolla					X							X	X
Coliflor		X									X		
Cilantro			X				X				X		
Frutilla													
Habas										X	X	X	X
Lechuga			X									X	X
Limón													X
Maíz									X	X	X	X	
Mora													
Papa		X	X	X	X	X	X				X	X	X
Pepinillo													
Rábano			X			X			X			X	
Remolacha		X				X							X
Tomate de Árbol													
Tomate riñón													

Zanahoria			X	X	X							X
Zucchini									X	X	X	
Uvillas										X	X	X

**Elaborado Por:** Flores, J 2022.

**Descripción.** - En la parroquia San Luis para la Asociación 4 de diciembre, se procede a la planificación de los productos mencionados en la **Tabla 6-3**, la siguiente manera: se los cultivara en las primeras semanas de cada mes todos los cultivos, la acelga se lo procederá a cultivar en los meses de enero, mayo y septiembre, para que su cosecha sea según el ciclo de cultivo y no concuerde con las otras asociaciones, el cultivo de apio se lo realizara en los meses de febrero, junio y octubre y su cosecha se la realizara cada dos meses según su ciclo de cultivo, la arveja se lo podrá cultivar en los meses de febrero, marzo, septiembre, octubre, noviembre y diciembre, para poderlos cosechar en los meses que se encuentran en el punto más alto de sus precios en el canal de comercialización, el cultivo de brócoli tiene su ciclo que dura 4 meses hasta su cosecha y este se los podrá cultivar en los meses de enero y noviembre, para poderlos cosechar en los meses que su precio se encuentra alto en el mercado de igual manera la coliflor se lo realizara en los mismos meses que el cultivo de brócoli, la cebolla se cultivara en los meses de noviembre, diciembre y abril, según su ciclo de cultivo que dura 4 meses hasta su cosecha se la realizara en los meses de marzo, abril y agosto, que se encuentran en su precio en su punto más alto, el cilantro se lo cultivara en los meses de febrero, junio y octubre, se lo cosechara cada dos meses que dura su ciclo de cultivo, la frutilla los integrantes de la asociación cuentan con este cultivo ya establecido y lo cosechan todas las semanas, el cultivo de habas tiene su ciclo de cultivo que dura 6 meses y se lo cultivara en los meses de septiembre, octubre, noviembre y diciembre, para que su cosecha sea en los meses que se encuentra en un precio alto por su comercialización que son marzo, abril, mayo y junio, para el cultivo de lechuga sus precios altos se encuentran en los meses de marzo, abril mayo y julio, su siembra se lo realizara en los meses en los meses de noviembre, diciembre, enero y marzo, el cultivo de limón ya se encuentra establecido en esta asociación los cuales lo cosechan cada semana, de siguiente manera tenemos el maíz su ciclo dura 6 meses y se procederá a cultivar en los meses de julio, agosto, septiembre, octubre y noviembre para que su cosecha sea en los meses de enero, febrero, marzo, abril y mayo que se encuentran los precios altos en los canales de comercialización, el cultivo de mora lo tienen establecido y lo cosechan cada semana, el cultivo de papa lo pueden cultivar cualquier época del año ya que en el canal de comercialización se encuentra todos los meses con un precio equilibrado, el cultivo de pepinillo ya lo tienen establecido y lo cosechan según su ciclo de cosecha, el rábano se lo cultivara en los meses de febrero, mayo, agosto y noviembre, se lo cosechara según su ciclo de cultivo, la remolacha se la cultivara en los meses de diciembre, enero y mayo para tener su cosecha en los meses que se encuentran los precios en su máximo valor, el tomate de árbol tienen ya un cultivo establecido y lo cosechan según su ciclo de producción, el tomate riñón de igual manera es un cultivo que ya lo mantienen y lo cosechan cada semana, la zanahoria se cosecha a los cuatros meses de sus trasplante, según lo planificado se lo cultivara en los meses de diciembre, enero, marzo, abril y mayo para que su cosecha se la obtenga para los meses de abril, mayo, julio, agosto y septiembre que su precio se encuentra en sus valores más altos de su comercialización, el zucchini

su ciclo de cultivo dura 4 meses, y se lo sembrara en los meses de septiembre, octubre y noviembre aprovechando el invierno y la uvilla son cultivos ya establecidos los cuales lo realizan las cosechas según su ciclo de producción.

**Tabla N° 7-3.** Planificación de cultivos para la parroquia Cubijies, Asociación El Limonar.

PRODUCTO	MES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Acelga			X					X					
Aguacate													
Brócoli		X									X		
Cebolla					X						X	X	X
Coliflor		X									X		
Cilantro			X				X				X		
Frutilla													
Lechuga			X									X	X
Limón													
Maíz									X	X	X	X	
Papa		X	X	X	X	X	X				X	X	X
Rábano		X			X			X			X		
Remolacha		X				X							X
Zanahoria				X	X	X							X
Uvillas													

**Elaborado Por:** Flores, J 2022

**Descripción.** - En la parroquia Cubijies para la Asociación El Limonar que se encuentra vinculada al Proyecto de Comercio Justo según para la planificación de cultivos que se mencionan en la **Tabla 7-3**, se planificara de la siguiente manera: el cultivo de acelga se lo realizara en los meses de febrero y julio y se cosechara según su ciclo de cultivo, el aguacate es un cultivo ya establecido el cual lo cosechan cada semana, para el cultivo de brócoli y la coliflor se lo realizara en los meses de enero y octubre para que su cosecha sea en los meses que se encuentran los precios altos en los canales de comercialización, la cebolla se la realizara la siembra en los meses de abril, octubre, noviembre y diciembre para tener su cosecha en los meses donde el precio se encuentra en su punto más alto de comercialización, el cilantro lo cultivaran en el mes de febrero, junio y octubre para cosecharlo según su ciclo de cultivo y no concuerde con las cosechas de otras asociaciones, la frutilla es un cultivo que ya se encuentra establecido y sus cosechas lo realizan una vez por semana, , la lechuga se lo cultivara en los meses de febrero noviembre y diciembre para que su cosecha sea en los meses que se encuentra en el mercado los precios altos, el limón es un cultivo ya establecido el cual su cosecha lo realizan cada semana, el maíz su ciclo dura 6 meses y se procederá a cultivar en los meses de julio, agosto, septiembre, octubre y noviembre para que su cosecha sea en los meses de enero, febrero, marzo , abril y mayo que se encuentran los precios altos en los canales de comercialización, el cultivo de papa lo pueden cultivar cualquier mes del año ya que en el canal de comercialización se encuentra todos los meses con un precio equilibrado, el rábano se lo cultivara en los meses de enero, abril, julio y octubre, se lo cosechara según su ciclo de cultivo, la remolacha se la cultivara en los meses de diciembre, enero y mayo para tener su cosecha en los meses que se encuentran los precios en su máximo valor, la zanahoria se cosecha a los cuatros meses de sus trasplante, según lo planificado se lo cultivara en los meses de diciembre, enero, marzo, abril y mayo para que su cosecha se la obtenga para los meses de abril, mayo, julio, agosto y septiembre que su precio se encuentra en sus valores más altos de su comercialización y la uvilla ya se encuentra como cultivo establecido y se la cosecha una vez por semana.

**Tabla N° 8- 3.** Planificación de cultivos para la parroquia San Juan, Asociación de Mujeres Sumak Kausai.

PRODUCTO	MES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Apio			X					X				X	
Arveja		X				X				X			
Cebolla					X							X	X
Habas		X									X		
Lechuga			X				X				X		
Papa		X	X	X	X	X							
Remolacha		X			X								X
Zanahoria		X		X									X
Uvillas													
Mashua									X	X	X	X	
Ocas		X								X	X	X	
Quinoa											X	X	

**Elaborado Por:** Flores, J 2021

**Descripción.** - En la parroquia San Juan para la Asociación Sumak Kausai que se encuentra vinculada al Proyecto de Comercio Justo, se dedican a cultivar los productos mencionados en la **Tabla 8-3**, se planifico de la siguiente manera: el cultivo de apio se lo realizara en los meses de febrero julio y noviembre para que su cosecha sea en meses diferentes a las otras asociaciones que también cultivan apio, el cultivo de arveja se lo realizara en los meses de enero, mayo y septiembre para tener su cosecha en los meses de los meses de febrero, marzo, septiembre, octubre, noviembre y diciembre, para poderlos cosechar en los meses que se encuentran en el punto más alto de sus precios en el canal de comercialización, la cebolla se cultivara en los meses de noviembre, diciembre y abril, según su ciclo de cultivo que dura 4 meses hasta su cosecha se la realizara en los meses de marzo, abril y agosto, que se encuentran en su precio en su punto más alto, el cultivo de habas tiene su ciclo de cultivo que dura 6 meses y se lo cultivara en los meses de septiembre, octubre , noviembre y diciembre, para que su cosecha sea en los meses que se encuentra en un precio alto por su comercialización que son marzo, abril, mayo y junio, para el cultivo de lechuga sus precios altos se encuentran en los meses de marzo, abril mayo y julio, su siembra se lo realizara en los meses en los meses de noviembre, diciembre , enero y marzo, el cultivo de limón ya se encuentra establecido en esta asociación los cuales lo cosechan cada semana, el cultivo de papa lo pueden cultivar cualquier época del año ya que en el canal de comercialización se encuentra todos los meses con un precio equilibrado, la remolacha se la cultivara en los meses de diciembre, enero y mayo para tener su cosecha en los meses que se encuentran los precios en su máximo valor, la zanahoria se cosecha a los cuatros meses de sus trasplante, según lo planificado se lo cultivara en los meses de diciembre, enero, marzo, abril y mayo para que su cosecha se la obtenga para los meses de abril, mayo, julio, agosto y septiembre que su precio se encuentra en sus valores más altos de su comercialización, la uvilla son cultivos ya establecidos los cuales lo realizan las cosechas según su ciclo de producción, la mashua lo cultivan en los meses de agosto septiembre, octubre y noviembre, aprovechando los meses de invierno esta la cosechan a los 8 meses y la comercializan a la fábrica de yogures de mashua pertenece a la asociación, las ocas las cultivan en los meses de septiembre, octubre y noviembre, para que su cosecha sea a los 8 meses y la quinua al igual que los otros dos cultivos antes mencionados lo siembran aprovechando del invierno en los meses de octubre y noviembre y la comercializan en Maquita.

**Tabla N° 9-3.** Planificación de cultivos para la parroquia Licán, Escuela de aprendizaje Lican.

PRODUCTO	MES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Acelga					X				X				X
Aguacate													
Brócoli		X									X		
Cebolla					X						X	X	X
Coliflor		X									X		
Cilantro			X				X				X		
Habas		X									X		
Lechuga			X									X	X
Limón													
Maíz									X	X	X	X	
Mora													
Papa		X	X	X	X	X	X				X	X	X
Rábano		X			X			X			X		
Remolacha		X				X							X
Tomate Riñón													
Zanahoria				X	X	X							X
Zucchini											X	X	X

**Elaborado Por:** Flores, J 2022.

**Descripción.** - En la parroquia Lican para la Escuela de Aprendizaje Lican, se procede a la planificación de los productos mencionados en la **Tabla 9-3**, la siguiente manera: la acelga se lo procederá a cultivar en los meses de abril, agosto y diciembre, para que su cosecha sea según el ciclo de cultivo y no concuerde con las otras asociaciones, el cultivo de aguacate se encuentra establecido y lo cosechan cada semana, el cultivo de brócoli tiene su ciclo que dura 4 meses hasta su cosecha y este se los podrá cultivar en los meses de enero y noviembre, para poderlos cosechar en los meses que su precio se encuentra alto en el mercado de igual manera la coliflor se lo realizara en los mismos meses que el cultivo de brócoli, la cebolla se cultivara en los meses de noviembre, diciembre y abril, según su ciclo de cultivo que dura 4 meses hasta su cosecha se la realizara en los meses de marzo, abril y agosto, que se encuentran en su precio en su punto más alto, el cilantro se lo cultivara en los meses de febrero, junio y octubre, se lo cosechara cada dos meses que dura su ciclo de cultivo, el cultivo de habas tiene su ciclo de cultivo que dura 6 meses y se lo cultivara en los meses de septiembre, octubre, noviembre y diciembre, para que su cosecha sea en los meses que se encuentra en un precio alto por su comercialización que son marzo, abril, mayo y junio, para el cultivo de lechuga sus precios altos se encuentran en los meses de marzo, abril mayo y julio, su siembra se lo realizara en los meses en los meses de noviembre, diciembre, enero y marzo, el cultivo de limón ya se encuentra establecido en esta asociación los cuales lo cosechan cada semana, de siguiente manera tenemos el maíz su ciclo dura 6 meses y se procederá a cultivar en los meses de julio, agosto, septiembre, octubre y noviembre para que su cosecha sea en los meses de enero, febrero, marzo, abril y mayo que se encuentran los precios altos en los canales de comercialización, el cultivo de mora lo tienen establecido y lo cosechan cada semana, el cultivo de papa lo pueden cultivar cualquier época del año ya que en el canal de comercialización se encuentra todos los meses con un precio equilibrado, el rábano se lo cultivara en los meses de enero, abril, julio y octubre, se lo cosechara según su ciclo de cultivo, la remolacha se la cultivara en los meses de diciembre, enero y mayo para tener su cosecha en los meses que se encuentran los precios en su máximo valor, el tomate riñón de igual manera es un cultivo que ya lo mantienen y lo cosechan cada semana, la zanahoria se cosecha a los cuatro meses de sus trasplante, según lo planificado se lo cultivara en los meses de diciembre, enero, marzo, abril y mayo para que su cosecha se la obtenga para los meses de abril, mayo, julio, agosto y septiembre que su precio se encuentra en sus valores más altos de su comercialización y el zucchini su ciclo de cultivo dura 4 meses, y se lo sembrara en los meses de septiembre, octubre y noviembre aprovechando el invierno

**Tabla N° 10-3.** Planificación de cultivos para la parroquia Punín, Asoprochin.

PRODUCTO	MES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Acelga			X					X					X
Apio			X			X						X	
Arveja		X				X				X			
Brócoli		X									X		
Cebolla					X						X	X	X
Coliflor		X									X		
Cilantro			X				X				X		
Habas		X									X		
Lechuga			X									X	X
Maíz									X	X	X	X	
Mora													
Papa		X	X	X	X	X	X				X	X	X
Pepinillo													
Rábano		X			X			X			X		
Remolacha		X				X							X
Tomate de árbol													
Tomate riñón													
Zanahoria				X	X	X							X

**Elaborado Por:** Flores, J 2022.

**Descripción:** En la parroquia Punín para la Asociación Asoprochin, se procede a la planificación de los productos mencionados en la **Tabla 10-3**, la siguiente manera: la acelga se lo procederá a cultivar en los meses de febrero, julio y diciembre, para que su cosecha sea según el ciclo de cultivo y no concuerde con las otras asociaciones, el cultivo de apio se lo realizara en los meses de febrero, mayo y noviembre su cosecha se la realizara cada dos meses según su ciclo de cultivo, la arveja se lo podrá cultivar en los meses de febrero, marzo, septiembre, octubre, noviembre y diciembre, para poderlos cosechar en los meses que se encuentran en el punto más alto de sus precios en el canal de comercialización, el cultivo de brócoli tiene su ciclo que dura 4 meses hasta su cosecha y este se los podrá cultivar en los meses de enero y noviembre, para poderlos cosechar en los meses que su precio se encuentra alto en el mercado de igual manera la coliflor se lo realizara en los mismos meses que el cultivo de brócoli, la cebolla se cultivara en los meses de noviembre, diciembre y abril, según su ciclo de cultivo que dura 4 meses hasta su cosecha se la realizara en los meses de marzo, abril y agosto, que se encuentran en su precio en su punto más alto, el cilantro se lo cultivara en los meses de febrero, junio y octubre, se lo cosechara cada dos meses que dura su ciclo de cultivo, el cultivo de habas tiene su ciclo de cultivo que dura 6 meses y se lo cultivara en los meses de septiembre, octubre, noviembre y diciembre, para que su cosecha sea en los meses que se encuentra en un precio alto por su comercialización que son marzo, abril, mayo y junio, para el cultivo de lechuga sus precios altos se encuentran en los meses de marzo, abril mayo y julio, su siembra se lo realizara en los meses en los meses de noviembre, diciembre, enero y marzo, de siguiente manera tenemos el maíz su ciclo dura 6 meses y se procederá a cultivar en los meses de julio, agosto, septiembre, octubre y noviembre para que su cosecha sea en los meses de enero, febrero, marzo, abril y mayo que se encuentran los precios altos en los canales de comercialización, el cultivo de mora lo tienen establecido y lo cosechan cada semana, el cultivo de papa lo pueden cultivar cualquier época del año ya que en el canal de comercialización se encuentra todos los meses con un precio equilibrado, el cultivo de pepinillo ya lo tienen establecido y lo cosechan según su ciclo de cosecha, el rábano se lo cultivara en los meses de enero, abril, julio y octubre, se lo cosechara según su ciclo de cultivo, la remolacha se la cultivara en los meses de diciembre, enero y mayo para tener su cosecha en los meses que se encuentran los precios en su máximo valor, el tomate de árbol tienen ya un cultivo establecido y lo cosechan según su ciclo de producción, el tomate riñón de igual manera es un cultivo que ya lo mantienen y lo cosechan cada semana, la zanahoria se cosecha a los cuatro meses de su trasplante, según lo planificado se lo cultivara en los meses de diciembre, enero, marzo, abril y mayo para que su cosecha se la obtenga para los meses de abril, mayo, julio, agosto y septiembre que su precio se encuentra en sus valores más altos de su comercialización.

**Tabla 11-3.** Planificación de cultivos para la parroquia Pungala, Asociación Sembrando Vidas Cosechando Futuro.

PRODUCTO	MES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Acelga				X						X			
Apio			X				X				X		
Arveja		X				X				X			
Brócoli		X									X		
Cebolla					X						X	X	X
Coliflor		X									X		
Cilantro					X				X			X	
Durazno													
Habas		X									X		
Lechuga			X									X	X
Limón													
Maíz									X	X	X	X	
Mora													
Papa		X	X	X	X	X	X				X	X	X
Rábano		X			X			X			X		
Remolacha		X				X							X
Tomate de árbol													
Tomate riñón													
Zanahoria				X	X	X							X
Zucchini			X				X					X	

**Descripción:** En la parroquia Pungala para la Asociación Sembrando vidas cosechando futuro, se procede a la planificación de los productos mencionados en la **Tabla 11-3**, la siguiente manera: la acelga se lo procederá a cultivar en los meses de marzo y septiembre, para que su cosecha sea según el ciclo de cultivo y no concuerde con las otras asociaciones, el cultivo de apio se lo realizara en los meses de febrero, junio y octubre su cosecha se la realizara cada dos meses según su ciclo de cultivo, la arveja se lo podrá cultivar en los meses de febrero, marzo, septiembre, octubre, noviembre y diciembre, para poderlos cosechar en los meses que se encuentran en el punto más alto de sus precios en el canal de comercialización, el cultivo de brócoli tiene su ciclo que dura 4 meses hasta su cosecha y este se los podrá cultivar en los meses de enero y noviembre, para poderlos cosechar en los meses que su precio se encuentra alto en el mercado de igual manera la coliflor se lo realizara en los mismos meses que el cultivo de brócoli, la cebolla se cultivara en los meses de noviembre, diciembre y abril, según su ciclo de cultivo que dura 4 meses hasta su cosecha se la realizara en los meses de marzo, abril y agosto, que se encuentran en su precio en su punto más alto, el cilantro se lo cultivara en los meses de abril, agosto y noviembre, se lo cosechara cada dos meses que dura su ciclo de cultivo, en esta asociación tienen el cultivo de durazno ya establecido el cual lo cosechan según su ciclo de cosecha, el cultivo de habas tiene su ciclo de cultivo que dura 6 meses y se lo cultivara en los meses de septiembre, octubre, noviembre y diciembre, para que su cosecha sea en los meses que se encuentra en un precio alto por su comercialización que son marzo, abril, mayo y junio, para el cultivo de lechuga sus precios altos se encuentran en los meses de marzo, abril, mayo y julio, su siembra se lo realizara en los meses de noviembre, diciembre, enero y marzo, el cultivo de limón se encuentra ya establecido y realiza las cosechas un vez cada quince días, tenemos el maíz su ciclo dura 6 meses y se procederá a cultivar en los meses de julio, agosto, septiembre, octubre y noviembre para que su cosecha sea en los meses de enero, febrero, marzo, abril y mayo que se encuentran los precios altos en los canales de comercialización, el cultivo de mora lo tienen establecido y lo cosechan cada semana, el cultivo de papa lo pueden cultivar cualquier época del año ya que en el canal de comercialización se encuentra todos los meses con un precio equilibrado, el rábano se lo cultivara en los meses de enero, abril, julio y octubre, se lo cosechara según su ciclo de cultivo, la remolacha se la cultivara en los meses de diciembre, enero y mayo para tener su cosecha en los meses que se encuentran los precios en su máximo valor, el tomate de árbol tienen ya un cultivo establecido y lo cosechan según su ciclo de producción, el tomate riñón de igual manera es un cultivo que ya lo mantienen y lo cosechan cada semana, la zanahoria se cosecha a los cuatro meses de sus trasplante, según lo planificado se lo cultivara en los meses de diciembre, enero, marzo, abril y mayo para que su cosecha se la obtenga para los meses de abril, mayo, julio, agosto y septiembre que su precio se encuentra en sus valores más altos de su comercialización y por último tenemos el cultivo de zucchini que se lo cultivara en el mes de febrero, junio y noviembre para cosecharlo según su ciclo de cultivo que dura 4 meses.

## **CONCLUSIONES**

-Una vez que se levantó y analizó la información de las diferentes asociaciones que se encuentran vinculadas al proyecto de Comercio Justo, se pudo identificar que la mayoría de los miembros de las asociaciones se dedican a cultivar hortalizas y legumbres; muy pocos miembros cultivan frutales y productos de secano, esto gracias a la fertilidad de sus terrenos que les permite contar con una gran variedad de productos para su comercialización.

En lo que se refiere al manejo de los cultivos lo realizan de manera empírica, transmitida de generación en generación, la cadena de comercialización es indirecta del campo a los mercados de la ciudad en especial al mercado EP EMMPA, seguido del mercado San Alfonso, y pocos miembros acceden a un mercado directo a través de las ferias implementada por el proyecto de comercio justo llamada Plaza Vida y la feria de Santa Faz.

- Para el proceso de planificación se consideró algunos elementos como son: Los canales de distribución, los precios desde el mes de enero hasta el mes de septiembre información que se logró obtener directamente de las oficinas del mercado mayorista, estacionalidad de cultivos, cultivos sembrados en el último año por los productores, sin duda la demanda de los diferentes productos, determinada también en los mercados de la ciudad, la planificación se la realizo en forma parte para asociación vinculada al proyecto de comercio justo la cual se puede observar en el CAPITULO III que se maneja las planificación las cuales están coordinadas para que en el momento de las cosechas de los productos se evite que exista una gran demanda de productos lo cual pueda ayudar a los pequeños agricultores obtener un buen precio en los diferentes canales de comercialización.

**RECOMENDACIONES:**

- Se recomienda a los productores aplicar la planificación propuesta con el fin de diversificar la producción y no aportar a la sobre oferta que causa disminución del precio del mercado.
- Se recomienda ampliar la cobertura de ferias en la ciudad con el fin de permitir a otros productores acceder a estos mercados directos y mejorar sus ingresos.
- Se recomienda continuar con el trabajo en el campo, con la asistencia técnica y la planificación conjunta con los agricultores, lo que no solo asegura calidad en los productos que proveen, sino un espacio de aprendizaje y desarrollo técnico tanto para estudiantes como para agricultores.

## BIBLIOGRAFÍA

**MENDEZ, Marcela.** *Planificación estratégica.* [blog]. 2008. [Consulta: 30 julio 2021] Disponible en: <http://www.economia.unam.mx/academia/inae/pdf/inae1/u115.pdf>.

**BASANTES, Emilio.** *Manejo de cultivos andinos del Ecuador.* 2ª ed. Quito-Ecuador: Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, 2015. pp. 21-22.

**CALVO, Adriana.** *Planificación de cultivos: clave del éxito en explotaciones agrícolas* [blog]. 2018. [Consulta: 16 Julio 2021]. Disponible en: <https://www.agroptima.com/es/blog/planificacion-de-cultivos-clave-del-exito-en-explotaciones-agricolas/>.

**CHUQUIMARCA CUÑAS, José César.** Evaluación de la adaptación y rendimiento de diez líneas de quinua (*Chenopodium quinoa* W), en la parroquia Calpi cantón Riobamba provincia de Chimbrazo. (Trabajo de titulación). [en línea]. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Recursos Naturales, Escuela de Ingeniería Agronómica. Riobamba - Ecuador. 2019. [Consulta: 22-07-2021]. <http://dspace.espe.edu.ec/bitstream/123456789/10731/1/13T0874.pdf>.

**CIDEU.** *Cideu Riobamba.* [blog]. 2008 [Consulta: 26 de Julio 2021]. Disponible en: <https://www.cideu.org/miembro/riobamba/>.

**COLCHA PAULLÁN, Enma Marina.** 2009. Evaluación del Impacto Ambiental de tecnologías para producción de papa (*Solanum tuberosum*) con alternativas al uso de plaguicidas peligrosos en Tiazo San Vicente, provincia de Chimborazo. (Trabajo de titulación). [En línea]. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Recursos Naturales, Escuela de Ingeniería Agronómica. Riobamba - Ecuador. 2009. [Consulta: 02-02-2022.] <https://nfxms1019hx1xmtstxk3k9sko-wpengine.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/Documentacion%20PDF/Tesis%20Enma%20Colcha.pdf>.

**DEL PINO, Mariana.** *Curso de horticultura y floricultura.* Argentina-Buenos Aires : Univesidad Nacional de La Plata, 2020. pp. 7.

**RUS ARIAS, Enrique.** *Investigación Exploratoria* . [blog]. 2020. [Consulta: 29 de Julio 2021]. Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-exploratoria.html>.

**VALENCIA, Andia.** *Enfoque metodológico para los objetivos estratégicos.* Perú : Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 2016.

**EP-EMMPA.** *Precios Refernciales al Publico* [en línea]. 2021. [Consulta: 3 de abril 2022]. Disponible en: <https://www.ep-emmpa.gob.ec/images/A2.pdf>.

**ESTELÍ.** *Diagnostico Rural Participativo en la agricultura* [en línea]. 2008. [Consulta: 22 de julio 2021]. Disponible en: <http://www.fao.org/3/at795s/at795s.pdf>.

**GARCIA, Guiliany.; et al.** *Planificacion estrategica.* [en línea]. 2017. [Consulta: 22 de julio 2021]. Disponible en: <https://www.revistaespacios.com/a17v38n52/a17v38n52p16.pdf>.

**GOMEZ & SERENA.** *Propuesta de planificacion estrategica para empresa de lacteos* (Trabajo de titulación) (Licenciatura) Universidad Tecnica Particular de Loja [en línea]. [Consultado el: 23 de julio 2021]. Disponible en: <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/9309/1/Lic.%20Franklin%20Yovani%20Malla%20Alvarado%20-%20Angel%20Caraguay%20Caraguay%20pdf>.

**GONZALES, Humberto.** *Tipos de estrategias para un negocio.* [en línea]. 2018. [Consulta: 24 julio 2021]. Disponible en: <https://www.inf.utfsm.cl/~lhevía/asignaturas/sdeg/topicos/Gestion/cap1pdf.pdf>.

**GUSÑAYILVIS, Alberto.** El sector productivo en la parroquia de Flores y su aporte al emprendimiento empresarial del cantón Riobamba durante el periodo 2015-2016 (Trabajo de titulación).[En línea]. Universidad Nacional de Chimborazo, Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, Carrera de Ingeniería Comercial. Riobamba, Ecuador. 2017. [Consulta: 28 - 06 - 2021]. Disponible en: <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/4346/1/UNACH-EC-FCP-ING-COM-2017-0041.pdf>.

**GUZMAN, Juan.** *Técnicas de Investigación de Campo. Unidades de apoyo para el aprendizaje.* [blog]. 2019. [Consulta: 28 de julio 2021]. Disponible: <https://uapa.cuaieed.unam.mx/sites/default/files/minisite/static/0fec888-6a3f-4b31-b704-a2d94e3eed72/U000308176506/index.html#>.

**HEREDAIA, Melani.** *Planificacion de politicas y programas de la salud.* [blog]. 2018. [Consulta: 25 de junio 2021]. Disponible en: <https://www.clubensayos.com/Temas-Variados/Planificaci%C3%B3n-de-Pol%C3%ADticas-y-Programas-de-Salud-y/4372458.html>.

**HERNANDEZ COCA, Guadalupe.** *Método Analítico.* [en línea]. 2017. [Consulta: 3 de Agosto 2021.] Disponible: [https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P\\_Presentaciones/b\\_huejutla/2017/Metodo\\_Analitico.pdf](https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/b_huejutla/2017/Metodo_Analitico.pdf).

**HUAMANÍ, Pedro Tito.** *Importancia del Planeamiento estratégico para el desarrollo organizacional.* [en línea]. 2003. [Consulta: 22 julio 2021.] Disponible: [https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/administracion/v05\\_n10/importancia.htm](https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/administracion/v05_n10/importancia.htm).

**INIAP.** *Trigo.* [blog]. Ecuador, 2014. [Consulta: 02 de febrero 2022]. Disponible en: <http://tecnologia.iniap.gob.ec/index.php/explore-2/mcereal/rtrigo>.

- INIAP.** *Cebada*. [blog]. Ecuador, 2014. [Consulta: 02 de febrero 2022]. Disponible en: <http://tecnologia.iniap.gob.ec/index.php/explore-2/mcereal/rcebada>.
- HERNANDEZ, Josue., & FERNANDEZ, Carlos.** *Metodología de la Investigación sexta Edición*. Bogota- Colombia, 2013.
- LOPEZ, Jorge.** *Guía Metodológica de planificación estratégica*. [En línea]. 2005. [Consulta: 30 de junio 2021]. Disponible en: <https://www.bcu.gub.uy/Acerca-de-BCU/Concursos/Gu%C3%ADa%20metodol%C3%B3gica%20Planificaci%C3%B3n%20Estrat%C3%A9gica.pdf>.
- ZAMBRANO MENDOZA, Jose Luis.** *Situación del cultivo de maíz en Ecuador: investigación y desarrollo de tecnologías en el Iniap*. [en línea]. Ecuador, 2016. [Consulta: 02 de febrero de 2022]. Disponible en: <https://repositorio.iniap.gob.ec/handle/41000/5457>.
- MEDINA, Andrea.** “Los cultivos orgánicos crecen en las comunidades de Chimborazo”. *El Comercio*. [en línea]. 2012, Ecuador [Consulta: 28 de junio de 2021]. Disponible en: <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/cultivos-organicos-crecen-comunidades-chimborazo.html>.
- LOPEZ, Jorge.** *Metodología de Planificación Estratégica Vol 1*. Uruguay, 2005.
- PEDRO, TITO Hiamani.** *Gestión en el Tercer Milenio*. Lima, 2003.
- PERDOMO, ODALIS.** *Frutas tradicionales cultivo de fresa*. [blog]. 2018. [Consulta; el: 02 de febrero 2022]. Disponible en: [https://infoagro.com/frutas/frutas\\_tradicionales/fresas.htm](https://infoagro.com/frutas/frutas_tradicionales/fresas.htm).
- PIO, ALBERTO.** *Cultivo de cebolla en el ecuador* [En línea]. 2014. [Consulta el: 02 de 02 de 2022] Disponible en: <https://repositorio.uteq.edu.ec/bitstream/43000/1509/1/T-UTEQ-0172.pdf>.
- YARA.** *Cultivos de la sierra centro del ecuador*. [Blog]. 2022. [Consulta; 05 de 02 de 2022]. Disponible en: [http://www.agroecuador.com HTML/censo/.](http://www.agroecuador.com HTML/censo/)

  
Ing. Cristian Castillo



## ANEXOS

### ANEXO A: ENCUESTA A PERSONAS QUE CONFORMAN LAS DIFERENTES ASOCIACIONES VINCUALDAS AL PROYECTO DE COMERCIO JUSTO

# ENCUESTA PARA LOS PEQUEÑOS AGRICULTORES CUBIJES

...

1. Nombre

Escriba su respuesta

2. Parroquia

Escriba su respuesta

3. Edad

Escriba su respuesta

4. Asociación

Escriba su respuesta

5. ¿Qué cultivos produce? 

- Acelga
- Aguacate
- Apio
- Arveja
- Brocoli
- Cebolla
- Coliflor
- Cilantro
- Durazno
- Frutilla
- Habas
- Lechuga
- Limon
- Maiz
- Mora
- papa
- Pepinillo
- Rabano
- Remolacha

- Tomate de arbol
- Tomate Riñón
- Zanahoria
- Zucchini
- Uvillas
- Mashua
- ocas
- Quinoa

6. ¿Que cultivo para ud es el mejor remunerado en el mercado local?

Escriba su respuesta

7. ¿Realiza rotación de cultivo?

- Si
- No

8. ¿Qué cultivo siembra Ud. frecuentemente?

Escriba su respuesta

9. ¿Cuánto cosecha aproximadamente al año en el cultivo que ud siembra con frecuencia?

Escriba su respuesta

10. ¿En que mes cultiva?

Enero

Febrero

Marzo

Abril

Mayo

Junio

Julio

Agosto

Septiembre

Octubre

Noviembre

Diciembre

11. ¿En que mes cosecha? 

- Enero
- Febrero
- Marzo
- Abril
- Mayo
- Junio
- Julio
- Agosto
- Septiembre
- Octubre
- Noviembre
- Diciembre

12. ¿Cuanto Ud. invierte en su cultivo?

Escriba su respuesta

13. ¿Donde comercializa sus productos?

- Mercado Mayorista
- Mercado Santa Rosa
- Mercado San Alfonso
- Mercado La Condamine
- Mercado La Esperanza
- Mercado San Francisco
- Mercado La merced
- Mercado Dávalos
- Entrega directa a comerciante
- Entrega directa a otra ciudad
- Otro

14. Cree Ud. ¿Qué los precios en el mercado local son justos ?

Escriba su respuesta

15. ¿Cuáles son las causas por las que existe una variación frecuente en los precios del mercado?

- Exceso de productos en el mercado
- Ingreso de productos de otras provincias
- Problemas con los cultivos (Perdidas naturales o mal manejo)
- Otros

16. ¿Que hace con su producto cuando no es comercializado?

- Lo desecha
- Utiliza como alimento para los animales
- Lo regala
- Lo recicla para abono orgánico
- Siempre lo vende

17. ¿Estaría usted de acuerdo en realizar una propuesta de planificación agrícola para el manejo de sus lotes?

- Si
- No

**ANEXO B: ENCUESTA A LOS CONSUMIDORES REALIZADO EN LOS DIFERENTES MERCADOS DEL CANTÓN RIOBAMBA**

## Encuesta dirigida al consumidor

...

1. Genero

- Masculino
- Femenino

2. Mercado en que se realizo la encuesta

- Mercado Mayorista
- Mercado San Alfonso
- La condamine
- Mercado Santa Rosa
- Mercado la esperanza
- Mercado San Francisco
- Mercado La Merced
- Mercado Davalos

3. ¿Que productos adquiere en el mercado? 

- Acelga
- Aguacate
- Apio
- Arveja
- Babaco
- Brócoli
- Cebolla
- Coliflor
- Cilantro
- Durazno
- Frutilla
- Habas
- Lechuga
- Limón
- Maíz
- Papa
- Pepinillo
- Rabano

- Remolacha
- Tomate de árbol
- Tomate riñón
- Zanahoria
- Zucchini
- Uvillas
- Otros

4. ¿Con que frecuencia adquiere los productos 

- una vez por semana
- Dos veces por semana
- una vez cada 15 días
- una vez al mez

5. ¿Qué características busca ud en los productos?

- Calidad del producto
- Precio
- Cantidad
- Zona que proviene los productos

6. ¿Qué productos agrícolas consume ud en Navidad?

Escriba su respuesta

7. ¿Qué productos agrícolas consume en Finados?

Escriba su respuesta

8. ¿Qué productos agrícolas consume en carnaval?

Escriba su respuesta

9. ¿Cuanto gasta Ud en cada producto agrícola que adquiere? 

- 0.25 a 1.00 \$
- 1.00 a 2.00 \$
- 2.00 a 3.00\$
- 3.00 a 4.00\$

**ANEXO C: ENCUESTA A LOS COMERCIANTES REALIZADO EN LOS DIFERENTES MERCADOS DEL CANTÓN RIOBAMBA**

## Encuestas a Comerciantes del Mercado Mayorista

La presente encuesta va dirigida a los comerciantes del mercado mayorista

1. Genero

- Masculino
- Femenino

2. ¿Los productos que comercializa a quien los adquiere?

- Productores
- Propio
- Otros vendedores

3. ¿Que productos adquiere?

- Acelga
- Aguacate
- Apio

- 
- Arveja
  - Babaco
  - Brocolí
  - Cebolla
  - Coliflor
  - Cilantro
  - Durazno
  - Frutilla
  - Habas
  - Lechuga
  - Limon
  - Maiz
  - Mora
  - Papa
  - Pepinillo
  - Rabano
  - Remolacha
  - Tomate de árbol
  - Tomate riñón
  - Zanahoria

Zucchini

Uvillas

Otros

4. ¿Envía productos a otra ciudad?

Sí

No

5. En caso de que la pregunta 4 sea no indique que hace con los productos que adquiere

Escriba su respuesta

6. ¿A que ciudad envía?

Escriba su respuesta

7. El transporte que ud ocupa es:

Propio

Alquilado

---

8. En la ciudad a la cual ud envía los productos ud:

Entrega

Vende por su cuenta

9. ¿Qué días envía Ud. los productos?

Domingo

Lunes

Martes

Miércoles

Jueves

Viernes

Sábado

10. ¿A que mercado envía los productos?

Escriba su respuesta

11. ¿Cuanto envia de producto cada semana

- de 100 a 200 bultos
- de 200 a 300 bultos
- de 300 a 400 bultos
- de 400 a 500 bultos

12. ¿Qué porcentaje tiene de ganancia?

- 0-50%
- 50-100%
- 100-200%

13. ¿Qué características observa Ud. para adquirir el producto?

- Calidad del producto
- Precio
- Cantidad
- Zona que proviene los productos



epoch

Dirección de Bibliotecas y  
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y  
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 01 / 08 / 2022

<b>INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)</b>
<b>Nombres – Apellidos:</b> Jonatan Javier Flores Orna
<b>INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</b>
<b>Facultad:</b> Recursos Naturales
<b>Carrera:</b> Agronomía
<b>Título a optar:</b> Ingeniero Agrónomo
<b>f. responsable:</b> Ing. Cristhian Fernando Castillo Ruiz

  
DBRA  
Ing. Cristhian Castillo



1272-DBRA-UTP-2022