

**INCIDENCIA DE LA CADENA PRODUCTIVA DE HORTALIZAS EN
EL DESARROLLO SOCIO ECONOMICO DEL PROYECTO
CODESARROLLO CAÑAR - MURCIA**

SEGUNDO FRANCISCO ZARUMA PINGUIL

T E S I S

**PRESENTADA COMO REQUISITO
PARCIAL PARA OBTENER EL TITULO
DE INGENIERO AGRÓNOMO**

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTADA DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE INGENIERÍA AGRONÓMICA

RIOBAMBA – ECUADOR

2009

EL TRIBUNAL DE TESIS CERTIFICA QUE: El trabajo de investigación titulado: **“INCIDENCIA DE LA CADENA PRODUCTIVA DE HORTALIZAS EN EL DESARROLLO SOCIO ECONOMICO DEL PROYECTO CODESARROLLO CAÑAR – MURCIA”**, de responsabilidad del señor egresado Segundo Francisco Zaruma Pinguil, ha sido prolijamente revisado, quedando autorizada su presentación.

TRIBUNAL DE TESIS:

Ing. Luís hidalgo, -----

Ing. Odino Gallegos, -----

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTADA DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE INGENIERÍA AGRONÓMICA

Riobamba, marzo 2009

DEDICATORIA

Con gratitud a mis padres Tomás y Rosario, con tanta fuerza y energía anhelaron que su semilla de frutos, aquí lo tienen, a mis hermanas Paula, Josefina, Rosa Elvira y Rosario que comprendieron e impulsaron el desafío, a Juan Francisco, Pacha Pakari, Inti Kapak, que siempre buscan la excelencia y juegan a ser grandes en su vida, para que algún día pudiera crecer y fundar el triunfo, a Rosa Elvira Guamán Duy por su perseverancia y compañía de todos los días.

Segundo Francisco

AGRADECIMIENTO

Un sincero agradecimiento, a proyecto codesarrollo Cañar Murcia, por apoyo acertado en el desarrollo de la investigación de cadenas productivas como alternativa innovadora en las comunidades y para los agricultores.

Un especial agradecimiento y estima a la Asociación de Agrónomos Indígenas del Cañar “AAIC”, al equipo técnico por valioso aporte en el proceso de gestión y desarrollo de la investigación de la cadena productiva de hortalizas, y de quienes es la iniciativa siempre pensando en mejorar las condiciones de vida de las familias, que diariamente ejercen la actividad agropecuaria. Además por el apoyo en proceso de formación académica, por vuestro apoyo siempre pensando en la capitalización de talentos humanos.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Recursos Naturales, Escuela de Ingeniería Agronómica, por dar la oportunidad y compartir conocimiento, que sirve para el desarrollo humano y de los pueblos. Al miembro del tribunal de esta investigación Ing. Luís Hidalgo e Ing. Odino Gallegos en calidad de director y miembro respectivamente, que dieron pautas necesaria para desarrollar la investigación

Al Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio FEPP, por su valioso incentivo en esta apuesta y servicio a la juventud que siempre busca éxitos y por el aporte en la formación de talentos humanos.

A todas las personas e instituciones, quienes apoyaron con informaciones, consejos y sugerencias que viabilizo la investigación; un profundo agradecimiento a cada uno de los actores de la cadena que permitieron compartir sus experiencias y anhelos, especialmente a Ustedes estimados productores de hortalizas, que allí prevalece la ciencia y es transmitida de generación en generación y aportaron para este estudio.

Segundo Francisco

TABLA DE CONTENIDO

	Páginas
I. TITULO	1
II. INTRODUCCIÓN	1
III. MARCO TEORICO	3
IV. MATERIALES Y MÉTODOS	11
V. RESULTADOS DEL ESTUDIO	19
VI. CONCLUSIONES	103
VII. RECOMENDACIONES	106
VIII. RESUMEN	108
IX. SUMMARY	110
X. BIBLIOGRAFIA	111
XI. ANEXOS	115

LISTA DE CUADROS

Nº	Descripción	Página
1.	Niveles de participación	10
2.	Población de la investigación	16
3.	Muestra de la investigación	16
4.	Evolución histórica de la producción de hortalizas	19
5.	Análisis de políticas sectoriales con incidencia en la cadena productiva de hortalizas	21
6.	Análisis sintético de la infraestructura productiva en la cadena de hortalizas	24
7.	Matriz de análisis ambiental para la cadena de hortalizas	26
8.	Tipología de actores: segmento proveedores	32
9.	Tipología de actores: segmento productores	33
10.	Tipología de actores: segmento de comercialización	34
11.	Caracterización de actores proveedor de insumos	38
12.	Caracterización de los actores productores de hortalizas.	39
13.	Caracterización de actores de segmento comercialización	41
14.	Caracterización de actores organismos gubernamentales	45
15.	Caracterización de actores organismos no gubernamentales	46
16.	Caracterización de centros de investigación y universidades	47
17.	Caracterización de actores cooperación	48
18.	Caracterización de actores sector entidades financieras	49
19.	Caracterización de actores sector asociaciones, OSG.	50
20.	Demanda local y regional: numero de hogares existentes por Cantón - ciudad.	55
21.	Perfil del consumidor de los mercados convencionales: Cañar-Tambo-Suscal-Cuenca.	56
22.	Caracterización del perfil de consumidor de mercados convencionales regional: Guayaquil.	57

23. Caracterización del perfil de consumidor de mercados convencionales regional: Cuenca.	58
24. Perfil del consumidor de los mercados agroecológicos Cañar - Azuay	59
25. Caracterización del perfil de consumidor de mercado agroecológico y orgánico del mercado regional: Cuenca - Guayaquil.	59
26. Características de consumo de hortalizas en principales ciudades regionales.	60
27. Consumo semanal de hortalizas/ familia - hogar.	68
28. Demanda efectiva semanal de hortalizas en el mercado local	71
29. Demanda potencial e insatisfecha desde el punto de vista de consumidor, mercado regional y loca.	72
30. Análisis de productos que se comercializan en diversos puntos de venta a nivel regional	72
31. Presentación de productos en los mercados de Cañar, el Tambo y Suscal.	74
32. Producción de hortalizas a nivel local, en superficie y numero de productores	74
33. Análisis de volumen de producción estimada de hortalizas, en kg./ semana, zona Cañar, Tambo y Suscal.	75
34. Comparación entre oferta de grupo meta y competidores.	76
35. Identificación ventajas competitivas y comparativas	84
36. Diferencia de precios de hortalizas al consumidor final, en función de ubicación geográfica de los puntos de venta de las ciudades de Cañar, Azogues, Cuenca Y Guayaquil.	85
37. Costos de producción de las hortalizas en diferentes zonas geográficas	86
38. Márgenes comerciales del eslabón: productor - intermediario - consumidor final.	88
39. Márgenes comerciales del eslabón: productor - mayoreo - minorista - consumidor final.	89
40. Detalle de requerimiento mínimo superficie cultivables para cubrir los costos básicos vitales (CBV) de una familia.	91
41. Matriz de FODA identificado y priorizado para la cadena productiva de hortalizas	92
42. Matriz de área ofensiva de la cadena	93
43. Matriz defensiva de la cadena productiva.	94
44. Resumen sintético de juicios cualitativos de la antivisión de los factores críticos de la cadena.	99

LISTA DE GRAFICOS

Nº	Descripción	Página
1.	Factores incidentes en la compra	57
2.	Análisis de conocimiento de consumo de productos orgánicas/ agroecológicas en los hogares Ecuatorianos	61
3.	Análisis de conocimiento de productos orgánicos/ agroecológicos en las principales ciudades del país	62
4.	Consumo efectivo y potencial de productos orgánicos/ agroecológicos, según el nivel de ingreso a nivel nacional	62
5.	Análisis de consumo efectivo y potencial por ciudad de productos orgánicos y agroecológicos	63
6.	Razones por las que no consumen productos orgánicos o agroecológicos en los hogares a nivel nacional	64
7.	Composición de la canasta básica de compras a nivel nacional	65
8.	Análisis de gasto mensual promedio entre los consumidores actuales y potenciales a nivel nacional	66
9.	Consumo de hortalizas convencionales por hogares en Cañar	66
10.	Consumo de hortalizas en la ciudad de Guayaquil	67
11.	Consumo de hortalizas orgánica en los hogares de la ciudad de Guayaquil	68
12.	Consumo semanal de hortalizas por hogares en Cañar	69
13.	Consumo semanal de hortalizas por hogares en Tambo	70
14.	Consumo semanal de hortalizas por hogares en Suscal	70
15.	Abastecimiento de las hortalizas a los mercados locales de la zona de Cañar	73
16.	Abastecimiento de hortalizas en Cañar, Tambo y Suscal	75
17.	Comparación de las superficies cultivadas de brócoli en diferentes zonas	77
18.	Rendimiento productivo de brócoli, en Tn./Ha.	78
19.	19. Comparación de las superficies cultivadas de zanahoria en diferentes zonas	78
20.	Niveles de rendimiento de zanahoria, en Tn./Ha.	79
21.	Comparación de las superficies cultivadas de coliflor en diferentes zonas	79

22. Niveles de rendimiento productivo de coliflor, en Tn./Ha.	80
23. Comparación de las superficies cultivadas de lechuga en diferentes zonas	80
24. niveles de rendimiento productivo de lechuga, en Tn./Ha.	81
25. comparación de las superficies cultivadas de col en diferentes zonas	81
26. Niveles de rendimiento productivo de col por unidades de superficie	82
27. Comparación de rendimiento de las hortalizas entre Cañar y regional	82
28. Mapeo geográfico de precios de las hortalizas al consumidor final.	86
29. Comparación de costos de producción de hortalizas en diferentes zonas geográficas	87
30. Formación de precios y márgenes comerciales, hortalizas.	90

LISTA DE FIGURAS

Nº	Descripción	Página
1. a.	Modelización de la cadena productiva de hortalizas en el cantón Cañar.	28
1. b.	Modelización de la cadena productiva de hortalizas en el cantón Cañar.	28
2.	Identificación de actores directos dentro del eslabón económico de la cadena productiva de hortalizas	30
3.	Proceso técnico del eslabón de la cadena de hortalizas	35
4.	Proceso técnico del eslabón de producción	36
5	Mapeo de los actores indirectos de la cadena de hortalizas	44
6.	Flujo grama de la cadena productiva de hortalizas	52

LISTA DE ANEXOS

Nº	Descripción
1.	Síntesis métodos participativos de recolección de información
2.	Metodología de estudio de cadena productiva de hortalizas
3.	Matriz de encuestas a los diversos actores
4.	Matriz de costos de producción (modelo)
5.	Área de estudio y zonas aptas para agricultura intensiva en el cantón Cañar

I. INCIDENCIA DE LA CADENA PRODUCTIVA DE HORTALIZAS EN EL DESARROLLO SOCIO ECONOMICO DEL PROYECTO CODESARROLLO CAÑAR - MURCIA

II. INTRODUCCIÓN

La alta vulnerabilidad de las economías campesinas en el proceso de la globalización se visibiliza en alta pobreza, inequidad y exclusión. Tras de aliviar la pobreza e intentar mejorar su condición de vida, el poblador rural busca múltiples estrategias de supervivencia. Las más observadas en el mundo rural surten en torno a: 1) migración a zonas urbanas nacionales e internacionales; 2) la incorporación a los mercados laborales rurales como asalariados, y 3) la participación en pequeñas empresas rurales agrícolas y no agrícolas, enfocadas hacia las actividades como procesamiento de alimentos, el comercio rural, el turismo rural o la provisión de otros bienes (artesanía) o servicios (talleres de reparación, talleres de radio difusión) no vinculados a las actividades agrícolas tradicionales.

En caso del Ecuador, un factor apremiante que acompaña a la globalización, es y ha sido la dolarización. Este fenómeno agudizó más la inequidad y la pobreza. Como consecuencia de este proceso se produjo una fuerte expulsión del capital humano: la migración internacional. Actualmente cerca de 20% de la población está fuera del país, ya sea en Estados Unidos o en España. Por ejemplo, en España se estima 250.000 habitantes, de los cuales 55.000 se concentran en Murcia; (PICHIZACA, M. 2005).

A nivel local, la sociedad comunitaria sufre la alta fragmentación (minifundio incluso microfundio) y dispersión de las parcelas; las mismas que están ubicadas en zonas marginales; a la erosión de los recursos naturales, al escaso acceso al agua, a insumos, crédito, investigación, asistencia técnica y extensión; a la relación local campo – ciudad que no dinamiza la producción agrícola; a la relación de mercado entrelazados con estructuras de poder local ; al crecimiento de la pobreza rural; a la alta emigración internacional con toda sus secuelas; a la carencia de infraestructura física, vial y fuentes de energía; al escaso desarrollo institucional del estado; a la heterogeneidad agraria y a la variabilidad climática; (AAIC, 2006).

Ante esta realidad, las iniciativas campesinas han sido múltiples y diversas, particularmente en la línea de conformación de pequeñas empresas rurales agrícolas y no agrícolas. Bajo este contexto, en las zonas rurales de Cañar, las estrategias para dinamizar la economía local, se centra en la reactivación de las potencialidades de los Sistemas de Producción Kañary – SPK,

bajo el enfoque empresarial. Potencialidades que enmarcan en la línea de diversidad vegetal, diversidad animal, diversidad no agropecuaria y relaciones socio-económicas y culturales. Una actividad de los sistemas de producción agropecuaria, que en los últimos años ha despertado mucho interés, sobre todo por la demanda creciente, ha sido el consumo de las hortalizas.

La profundidad del análisis de la cadena productiva de hortalizas es de gran importancia para los procesos de desarrollo económico, tanto en el ámbito local como regional de un país; el análisis permite focalizar y priorizar los factores internos y externos en sus distintas variables, que impiden o promueven el desarrollo de cada eslabón de la cadena. Este tipo de análisis constituye la materia prima esencial para la formulación de planes (estratégicos, tácticos y operativos) para que los beneficiarios generen microempresas productivas. En esto se fundamenta la importancia de la prospección de cadena productiva de hortalizas en el cantón Cañar, que permita establecer la innovación, en los eslabones de producción, manejo poscosecha (transformación), comercialización, y consumidores, permitiendo desarrollar alianzas productivas, fortalecimientos de emprendimientos productivos, acompañado de financiamiento e inversión rural con un enfoque de sostenibilidad económica, social y ambiental.

En el presente trabajo se plantearon los siguientes objetivos:

A. OBJETIVO GENERAL

1. Determinar la incidencia de las cadenas productivas de hortalizas en la dinamización de las empresas asociativas rurales del proyecto codesarrollo Cañar – Murcia.

B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Determinar la cadena productiva de hortalizas en el área de influencia del proyecto codesarrollo Cañar-Murcia.
2. Formular lineamientos alternativos para mejorar las cadenas productivas de hortalizas del proyecto codesarrollo Cañar-Murcia.

III. MARCO TEÓRICO

A. CADENAS PRODUCTIVAS

1. Análisis de cadena productiva

El análisis de cadena permite una comprensión sistémica de las relaciones de actores involucrados en el proceso que sigue un producto. En el contexto de una economía mundial globalizada y altamente competitiva, con una complejidad creciente en los circuitos de la producción agroalimentaria, resulta relevante esta comprensión pues así los diferentes actores interesados en colocar con éxito el producto en el mercado, pueden detectar los problemas, cuellos de botella o factores críticos que bloquean determinado eslabón de la cadena. (ASOCAM, 2007.)

Permite ubicar los principales cuellos de botella que frena la competitividad de un producto y proponer acciones en beneficio de los actores. No obstante, muchas veces este análisis nos lleva a proponer trabajos con actores no agrícolas en la cadena como transportistas, intermediarios, compradores mayoristas, empresas privadas, otras agencias de desarrollo, entre otros. (ASOCAM, 2007.)

El análisis de la cadena permite una representación simplificada de la realidad e identifica potencialidades para sinergias de trabajo entre los diferentes actores. Es, además, una herramienta útil para impulsar el desarrollo económico local. (ASOCAM, 2007.)

El análisis de una cadena productiva es un ejercicio que busca conocer y entender el estado y funcionamiento de la cadena productiva. Permite identificar los puntos críticos que frenan la competitividad de la cadena y las ventajas competitivas que ayudan al desarrollo de esta. Este ejercicio de análisis debe permitir también reconocer y visualizar las principales barreras de participación y brechas de acceso a oportunidades y recursos que existen en las cadenas. (HEYDEN, D. Y CAMACHO, P., 2006).

Un análisis de cadena es un ejercicio que no debe confundirse con un diagnóstico de sistemas de producción, pues la finalidad de este último es distinta. El diagnóstico de sistemas de producción permite analizar el funcionamiento de los sistemas de cultivos, crianzas y no agropecuario en general, y de esta forma, entender las estrategias desarrolladas por los productores para valorizar de la mejor forma posible sus escasos recursos (tierra, mano de obra y/o capital). En general, es recomendable disponer de un estudio de sistemas de producción

antes de iniciar un análisis de cadenas, pues esto permitirá entender mejor la relación que existe entre el producto central del estudio de la cadena y los otros productos y actividades desarrollados por los productores. (HEYDEN, D. Y CAMACHO, P., 2006).

Un análisis de cadenas tampoco es un estudio de mercado, aunque incorpora elementos de análisis de la oferta, demanda, precios y competencia. (HEYDEN, D. Y CAMACHO, P., 2006).

2. Concepto y definición

Es un subsistema del negocio agrícola. Conjunto de componentes interactivos, incluye sistemas productivos, proveedores de insumos y servicios, industrias procesadoras, agentes de distribución, almacenamiento y comercialización y los consumidores finales. Este concepto es solo una abstracción, que permite examinar e identificar el comportamiento de los flujos de capitales y materia. (LIMA, S., et. al., 2001),

Las cadenas pueden interpretarse como parte del sistema agroalimentario, entendiéndose ellas como una realidad económica y social, constituida por un conjunto de actores y actividades que interactúan y se interrelacionan para satisfacer las necesidades de mercados específicos. (IICA, 2005).

Una definición sencilla puede ser: Una cadena productiva es un sistema constituido por actores interrelacionados y por una sucesión de operaciones de producción, transformación y comercialización de un producto o grupo de productos en un entorno determinado. (HEYDEN, D. Y CAMACHO, P., 2006).

También menciona que, en una cadena productiva, intervienen varios actores que desarrollan actividades y relaciones entre ellos para llevar un producto hasta los consumidores. Algunos actores intervienen directamente en la producción, transformación y venta del producto y otros se dedican a brindar servicios. Este conjunto de actores está sometido a la influencia del entorno, representado por varios elementos como las condiciones ambientales o las políticas. (HEYDEN, D. Y CAMACHO, P., 2006).

Cadena productiva, es un sistema conformado por la interacción en armonía entre diversos participantes, directa o indirectamente, en la producción de producto y servicio desde producción hasta el consumidor. (LÓPEZ, P. 2007).

3. La aplicación del concepto de cadena.

Permite, analizar características de diferentes actores y sus interrelacionamientos; planificar actividades que permitan alcanzar objetivos estratégicos compartidos por los actores; facilitar el logro de la competitividad, junto con principios de equidad, seguridad alimentaria y sostenibilidad; motivar la organización de pequeños y medianos productores para articularse en cadenas competitivas, motivar el diálogo y la concertación entre agentes económicos tradicionalmente enfrentados hasta lograr que se reconozcan como socios y aliados; promover la concertación entre instancias públicas y privadas para la formulación y adopción de políticas. (IICA, 2005).

4. La equidad como criterio clave de competitividad de la cadena

La organización de las cadenas permite mejorar la competitividad, entendida como “un concepto comparativo fundamentado en la capacidad dinámica que tiene una cadena agroalimentaria localizada espacialmente, para mantener, ampliar y mejorar de manera continua y sostenida su participación en el mercado, tanto doméstico como extranjero, a través de la producción, distribución y venta de bienes y servicios en el tiempo, lugar y forma solicitados, buscando como fin último el beneficio de la sociedad.” (IICA, 2005).

Una cadena productiva es competitiva cuando sus actores han desarrollado capacidades y condiciones para mantenerse y aumentar su participación en el mercado de manera sostenible. La Competitividad de una cadena tiene que ver con las habilidades, actitudes, talentos, competencias, visión empresarial de sus actores. (HEYDEN, D. Y CAMACHO, P. 2006).

La competitividad se puede definir como la capacidad de una cadena de colocar un producto, en determinado mercado consumidor, en una ventaja comparativa respecto de productos similares provenientes de otras cadenas o sistemas productivos; en términos prácticos significa obtener elevados patrones de eficiencia y de calidad en los productos. Para lograr una ventaja competitiva de una cadena es necesario: (i) producir a costos menores que los competidores; (ii) lograr una diferenciación del producto, de manera que una organización se convierta en la única que ofrece un determinado bien o servicio; y (iii) no menos importante, enfocarse en los consumidores finales y en sus necesidades específicas. (CASTRO, A. et. al., 2001).

En una cadena equitativa, los diferentes actores generan y mantienen relaciones justas, acceden y controlan recursos, aprovechan oportunidades, tienen poder de decisión y negociación y reciben beneficios acorde con su inversión, el trabajo realizado y el riesgo

asumido. La equidad refiere a dimensiones económicas, sociales, de género, generacional, cultural. (HEYDEN, D. Y CAMACHO, P., 2006).

5. Los factores críticos de la cadena productiva

a. Factor crítico, es cualquier variable (o conjunto de variables o estructuras) que afecte el desempeño de un sistema, de forma positiva y negativa y de manera relevante. En general, el foco del análisis son los factores que limitan el desempeño, porque de ahí se puede planear estrategias de superación de “cuellos de botella”. (LIMA, S. et. al. 2001.)

b. Las fuerzas impulsoras y restrictivas, estas son definidas como variables (o conjunto de de variables o estructuras) que influyen cada factor crítico al desempeño, se de manera positiva (fuerzas impulsoras) o de manera negativa (fuerzas restrictiva). Es decir las fuerzas impulsoras mantienen una correlación positiva con el factor crítico, mientras las fuerzas restrictivas presentan una correlación negativa con este factor. (LIMA, S. et. al., 2001.)

6. Criterio de entorno

Entorno es conceptualizado como un sistema mayor (el contexto socioeconómico, nacional e internacional), que incluye subsistemas menores: los sistemas naturales, el agronegocio, las cadenas productivas y los sistemas productivos agrícolas. Cada uno de estos sistemas tiene una dinámica propia, donde actúan e interactúan variables de diversas naturaleza (social, económica, tecnológica, cultural, etc.). (CASTRO, A. et. al., 2002).

El entorno se puede definir como los procesos y las tendencias externas que inciden en el desarrollo de la cadena. Estos factores de incidencia pueden ser de diferentes tipos: políticos, físicos, económicos, sociales, ambientales, legales, culturales, entre otros. Se puede también distinguir el entorno local, regional, nacional o internacional. (HEYDEN, D. Y CAMACHO, P. 2006).

7. A cerca de actores de la cadena.

a. Actores directos, son los actores directamente involucrados en los diferentes eslabones y que actúan e interactúan dentro de la cadena (en algún momento son propietarios del producto al cual nos referimos). (HEYDEN, D. Y CAMACHO, P. 2006).

b. Actores indirectos, son actores que brindan un servicio de apoyo a los actores directos: proveedores de insumos o servicios (asistencia técnica, investigación, crédito, transporte, comunicaciones, etcétera). Su función es fundamental para el desarrollo de la cadena. (HEYDEN, D. Y CAMACHO, P. 2006).

B. PROSPECCIÓN

1. Análisis prospectivo

Es el conjunto de conceptos y técnicas utilizadas para tener una visión anticipada sobre el comportamiento de las variables sociales, económicas, políticas, culturales y tecnológicas y sus interrelaciones. (LIMA, S., et. al., 2001).

Entre las grandes decisiones que debe tomar una organización social está la de qué investigar y cómo utilizar los recursos disponibles. En este sentido, los análisis prospectivos tienen mucho que aportar, ya que su principal objetivo es identificar las demandas actuales, potenciales y futuras de su clientela. (LIMA, S., et. al., 2001).

Como principio básico, es la énfasis en la comprensión del futuro para alterar el presente, tiene su finalidad de: Análisis de la influencia en el presente de futuros alternativos, análisis de los impactos en el futuro de políticas actuales. (De CASTRO, A. 2005).

De CASTRO, A. et. al., 2001; manifiesta que el análisis de la cadena productiva involucra las siguientes etapas:

- a) Diagnóstico, referida al estudio del comportamiento pasado y presente del sistema objeto de análisis, así como de sus factores críticos que es el foco de la investigación. En esta fase se hace un análisis del contexto de historia, entorno, actores, relaciones y organizaciones, mercado, y costos y beneficios de la cadena.
- b) Pronóstico, se hace énfasis en el comportamiento futuro de los factores críticos identificados en el diagnóstico. Aquí se aborda el análisis de FODA, identificación y selección de factores críticos y ventajas competitivas, prospección de los factores críticos, definición de objetivos estratégicos y plan de acción.

El objeto del análisis prospectivo de cadenas productivas es para mirar el comportamiento futuro de los factores críticos y la comprensión de este comportamiento posibilitará la discriminación de las variables que persistirán como determinantes del desempeño del sistema (cadena productiva) objeto de análisis. Este análisis prospectivo, requiere por un lado, tener un conocimiento sólido sobre el comportamiento del pasado y presente de los factores críticos que afecta a la cadena y, por otro lado, estar contextualizado en un escenario de agronegocios. Esto significa que las variables que actúan sobre la cadena y, por consecuencia, que también impactan a los ecosistemas, tendrán su comportamiento establecido como premisas de futuro. (De CASTRO, A. et. al., 2001).

2. Visión prospectiva

La generación de tecnología es un proceso que, una vez iniciado, puede generar resultados en el mediano y el largo plazos. En este sentido es necesario conocer las demandas actuales, potenciales y futuras de la clientela, de tal forma que la información y el conocimiento tecnológico generados en el proceso sean de utilidad para la sociedad en el momento en que sean liberadas oficialmente para su difusión y utilización. De lo anterior se deriva la importancia y la necesidad de hablar de futuro. (LIMA, S., et. al., 2001).

Además menciona, que la prospección es una forma de conocer el comportamiento actual y futuro de los grupos de actores sociales dentro de una cadena productiva. (LIMA, S., et. al., 2001).

3. Concepto de futuro

El futuro es algo abstracto, intangible, que aún no ha ocurrido; por consiguiente, no se puede describir, cuantificar ni valorar. En cambio de época el “futuro” es múltiple e incierto y que no necesariamente es una proyección simple del pasado. (LIMA, S., et. al., 2001).

Futuro es el resultado de interacciones entre tendencias históricas y eventos hipotéticos. (De CASTRO, A. 2005).

C. METODOLOGÍA DE ESTUDIO DE LA CADENA PRODUCTIVA Y PROSPECCIÓN

1. El enfoque de cadena, es una metodología que permite en primera instancia tener un conocimiento de:

El entorno social y económico del rubro que se estudia; la zona de interés, que es el espacio que tiene relación con el flujo de nuestro producto; los actores que intervienen en el proceso; las funciones que cada actor ejerce en la cadena, y los medios requeridos para su cumplimiento; se visibiliza un entendimiento de las estrategias que cada uno de los actores están utilizando; se identifica los cuellos de botella; se logra un mejor manejo de las mesas de concertación, pues se conoce la información de todos los involucrados en el proceso; en definitiva el análisis de cadena es un entendimiento global de todos los actores que intervienen, sus estrategias, cuellos de botella y las relaciones que los vinculan. (De CASTRO, A. 2005).

2. La participación en el análisis de cadenas productivas

a. Tipo de participación en el análisis de cadenas productivas

La participación en el análisis de la cadena permite recoger opiniones desde diferentes visiones, formular propuestas legítimas desde las necesidades e intereses de los propios actores, consensuar decisiones sobre las estrategias que hay que adoptar y facilitar la generación de responsabilidad local entre los actores para su desarrollo. (HEYDEN, D. Y CAMACHO, P. 2006).

Así, la participación en el análisis de la cadena va más allá de las funciones tradicionales de los actores: presencia y generación de información. Planteamos la necesidad de generar un proceso en el cual el compromiso de los actores sea tal que se faciliten los procesos de empoderamiento, traducidos en primera instancia en la formulación de propuestas, en la toma de decisiones para la intervención y en el monitoreo del desarrollo de la cadena y su situación como actores. Manifiesta, (HEYDEN, D. Y CAMACHO, P. 2006).

1). Trabajar de manera participativa desde el análisis permite:

Conseguir información confiable (en grupos, se reduce el riesgo de que la gente no describa la verdadera realidad de una situación); mejorar el conocimiento de la realidad de los otros actores, y así contribuir a romper prejuicios establecidos entre los actores de una cadena; facilitar condiciones para la generación de confianza y respeto entre los actores; promover la sinergia entre los actores directos e indirectos de la cadena; recuperar las visiones de diferentes actores; desarrollar capacidades en los actores y actoras para la construcción de una visión integral y consensuada de la cadena; facilitar el paso del análisis a la acción; fomentar una mayor apropiación de los resultados y un mayor involucramiento en la acción. Según, (HEYDEN, D. Y CAMACHO, P. 2006).

3. Niveles de participación en el análisis de cadenas productivas

Existen diferentes momentos y niveles de participación. A lo largo del análisis de la cadena, se debe buscar las mejores condiciones para promover la participación y retroalimentación de la información, aunque ello implique procesos lentos y largos hasta conseguir suficientes garantías como para que los actores participen en un clima satisfactorio y de mutuo respeto. Según, (HEYDEN, D. Y CAMACHO, P. 2006).

CUADRO 1. NIVELES DE PARTICIPACIÓN.

NIVELES DE PARTICIPACIÓN	TIPO DE PARTICIPACIÓN
Recolección de información	Los actores ofrecen información de forma individual y/o grupal
Análisis de información	Los actores reflexionan juntos y desarrollan nuevos conocimientos sobre su cadena
Socialización de información, retroalimentación y definición de estrategias con los actores	Los actores definen nuevas opciones y toman decisiones consensuadas
Ejecución de las acciones concretas	Los actores participan en la ejecución de acciones

Fuente: EYDEN, D. Y CAMACHO, P., 2006.

Elaboración: ZARUMA, F., 2008.

IV. MATERIALES Y METODOS

A. CARACTERÍSTICAS DEL LUGAR

1. Ubicación del área de estudio

El área de estudio abarca la mayor parte del cantón Cañar, El Tambo y Suscal, provincia de Cañar. Geográficamente están ubicadas entre 02°33’’ latitud sur y 78°58’’ longitud oeste; con altitudes que van desde 1500 m.s.n.m. hasta 4100 m.s.n.m. subdivididos en tres pisos ecológicos. Ubicado a 450 Km. del capital Quito; según (DHV CONSULTANTS BV, 1995). Además se realizarán estudios comparativos de caso Cañar, frente a zonas productoras de Azuay y Chimborazo; especialmente a eslabones de sistemas de producción, Poscosecha (transformación) y comercialización.

2. Condiciones agroclimáticas

Las condiciones agroclimáticas de Cañar, son sumamente variables, así, las precipitaciones varían entre 400 m.m. en la cuenca alta, hasta 1200 m.m. en la parte media y baja. Hay un período seco marcado, que va desde mayo hasta diciembre (enero). La falta de agua de lluvia durante este período constituye uno de los factores limitantes para una producción agrícola y ganadera rentable, segura y sostenible. Así mismo, vertientes con pendientes muy fuertes, suelos superficiales y erosionados, fuerte presencia de heladas en ciertas épocas del año en las partes altas y presencia de fuertes vientos (agosto – septiembre) en la parte baja, constituyen otros factores limitantes, (DHV CONSULTANTS BV, 1995).

3. Condiciones edafológicas

Los suelos de Cañar son de tipo Hapludolls, Dystrandeps, Pellusterts, de las características físicas son suelos francos, franco-arenosos, franco-arcillosos; y de características químicas ligeramente ácidos con pH desde 5,5 – 6.2; bajo contenido de materia orgánica. (BARRERA, V. et. al., 2004)

B. METODOLOGÍA DESARROLLADA EN LA PRESENTE INVESTIGACIÓN

1. Diseño asumido

De acuerdo a las características y naturaleza social del objeto de estudio determinado, se consideró pertinente asumir el diseño de investigación no experimental, por cuanto el proceso se desarrolló en el sitio donde se producen los hechos y la función del investigador consistía en la descripción de las variables que se investigan tal como se presentan en la realidad. En ningún momento el investigador tiene la posibilidad de manipular las variables interviniente en el proceso investigativo.

De tipo documental, puesto que se indago la información secundaria relacionada con las cadenas productivas que explican teóricamente el problema de investigación, además se revisó la información secundaria de producción local, nacional, movimiento de mercados, políticas, censos. Estas informaciones sirvió de fuente para construir el marco teórico de la investigación y comparaciones de información empírica.

De campo, puesto que para la explicación empírica del problema de investigación, fue necesario recoger datos sobre las variables en estudio, de todos los actores involucrados directa o indirectamente en el tema propuesto: Incidencia de la cadena productiva de hortalizas en el desarrollo socio económico del proyecto Codesarrollo Cañar – Murcia.

Descriptiva, puesto que se presentó la información teórica-empírica, tal como se presentó en la realidad. La descripción de la información permitió contar con una visión global del comportamiento pasado, actual del objeto de la investigación, así como de los factores críticos: Incidencia de la cadena productiva de hortalizas en el desarrollo socio económico del proyecto Codesarrollo Cañar – Murcia, también las posibilidades de incidir en su mejoramiento cualitativo y ventajas competitivas.

Explicativa, puesto que a partir de la descripción, se facilitó el análisis prospectivo de la cadena, comprensión y explicación de las diferentes relaciones de causa y efecto que se establecerán entre los diferentes actores que participan en la cadena productiva, para el perfeccionamiento de sus puntos críticos, que es el foco de la investigación y que es centrada en el comportamiento futuro de los factores críticos identificadas en el análisis.

Coherente con el diseño seleccionado, se implementó la metodología de investigación participativa, lo que implicó involucrar en el proceso, de manera directa, a todos los actores involucrados. Este involucramiento se dió desde la propia construcción del objeto de

investigación, hasta la explicación de los principales resultados encontrados, las conclusiones y alternativas que se formulen a la problemática investigada, de modo que los lineamientos propositivos que se construyó al final del proceso, tengan efectivas posibilidades de aplicación en la realidad, al contar con el conocimiento y apoyo de todos los actores de la cadena productiva.

C. METODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

1. Métodos

Para describir las actuaciones que comprende el proceso a desarrollar para la explicación-comprensión y mejoramiento del objeto de estudio propuesto, como método general, se realizó con el uso del método de investigación científico, por lo que fue necesario, según lo plantea Mario Bunge, el desarrollo de la siguiente serie ordenada de operaciones.

Enunciación de preguntas bien formuladas y verosímilmente fecundas que en el trabajo que se ejecuto sobre la Incidencia de la cadena productiva de hortalizas en el desarrollo socio económico del proyecto Codesarrollo Cañar – Murcia, corresponde al cuerpo de conocimientos disponible, concretado en la situación actual del objeto de investigación y en la concreción de los problemas de la investigación.

Planteamiento de conjeturas fecundas y contrastables con la experiencia, para contestar a las preguntas. Esta operación en la actividad investigada propuesta corresponde al planteamiento de la hipótesis general y particulares de la investigación que de acuerdo a la lógica asumida, se fundamenta en el marco teórico de la investigación.

Derivación de consecuencias lógicas de las conjeturas, lo que equivale a la operacionalización de las hipótesis; pues, esta actividad permite la identificación de las variables e indicadores que deberán ser indagados.

Selección y definición de técnicas para someter las conjeturas a contrastación, fase que en el presente trabajo se concreto en la determinación de las técnicas e instrumentos para el trabajo de campo. Las herramientas de métodos participativos de recolección de información, se desarrollo para cada una de las fases de la cadena, que se detallan tres fases, que en general contiene seis bloques, cada uno de ellos se detallan en anexo # 1.

Sometimiento, a su vez, a contrastación de las técnicas para comprobar su relevancia y la confiabilidad que merecen, lo que es equivalente a la planificación y ejecución de los

instrumentos que se utilizaron para recolectar, ordenar la información y facilitar el análisis de los diferentes eslabones; las herramientas de matrices se detalla en los anexos.

Ejecución de la contrastación e interpretación de los resultados. Esta actividad se hizo posible cumplir al momento de retomar los planteamientos centrales del marco teórico para realizar el análisis interpretativo de cada uno de los datos recabados con el trabajo de campo.

Estimación de la pretensión de verdad de las conjeturas y la fidelidad de las técnicas, lo que equivale a la contrastación de las hipótesis de la investigación.

Determinación de los dominios en los cuales valen las conjeturas y las técnicas y formulación de los nuevos problemas originados por la investigación, Esta es la fase final del proceso de investigación que consistía en la formulación de las conclusiones de la investigación, base sobre la cual se formularan las estrategias de acción y mejoramiento de la problemática indagada. Mediante el comportamiento futuro de los factores críticos identificados en el análisis.

En coherencia con el objetivo general y los requerimientos de los objetivos específicos de la investigación, se utilizó como métodos particulares, los siguientes:

El analítico sintético que, permitió la desestructuración del proceso de: Incidencia de la cadena productiva de hortalizas en el desarrollo socio económico la población rural de Cañar, en sus correspondiente variables y puntos críticos, para luego integrar los datos encontrados y proporciono una visión global de las relaciones que existen entre cada una de las variables que se investigan.

El descriptivo que permitió contar con una visión general de las características que tiene cada uno los eslabones de la cadena productiva de hortalizas.

El inductivo-deductivo que permitió obtener datos sobre las principales características que tiene cada uno de los eslabones de la cadena productiva y finalmente obtener conclusiones sobre esta relación. Que permitía formular objetivos estratégicos para mejorar las cadenas productivas de hortalizas.

El explicativo que permitió contar con una comprensión adecuada de la fundamentación teórica, metodológica y técnica que orienta el proceso investigación.

También fue necesario hacer uso del análisis estadístico, para demostrar la expresión cualitativa de los indicadores previstos en las hipótesis de investigación, los nexos generales y la estructura de los objetos y procesos que se investigo. Además, permitía presentar los datos

obtenidos, como resultados de la investigación empírica, en cuadros, gráficos, figuras y tablas, de modo que se facilite su comprensión, análisis e interpretación.

2. Técnicas e instrumentos

Procurando coherencias con los principios conceptuales que orientaron el proceso investigativo, se selecciono las siguientes técnicas y metodologías interactivas:

- **Técnicas de recolección bibliográfica**

Se aplicó esta técnica durante todo el proceso investigativo para registrar los datos que se vayan presentando en relación a cada una de las variables e indicadores que se investigó; pero, de manera fundamental fue de mucha utilidad en la construcción del marco teórico que explico científicamente el objetivo de estudio y permitió que el investigador acceda a la información de fuentes primarias y secundarias y su respectiva consulta y recopilación bibliográfica que existe en relación a la cadena productiva.

- **Técnicas para la recolección de datos empíricos**

De acuerdo a los objetivos propuestos a lograr con el proceso investigativo, se utilizó las siguientes técnicas, como fase central del estudio, (Anexo 1) basado en la metodología de interactiva de RURALTER (HEYDEN, D. Y CAMACHO, P. 2006). para el estudio de las cadenas productivas:

La encuesta estructurada se aplicó, como técnica de observación indirecta, a cada uno de los actores de las fases de la cadena productiva y a personal claves. El propósito de la técnica fue recopilar la información primaria para el análisis del comportamiento pasado y actual de las variables de la cadena productiva de hortalizas.

Para la aplicación de la técnica se construyó previamente la matriz de encuesta que contenía algunos ítems sobre los aspectos anteriormente señalados para cada uno de los actores de los eslabones mediante reuniones de equipos, visitas de campo, observaciones, talleres participativos de actores y personas claves (técnicos, especialistas en cadenas productivas, actores indirectos relacionados con cadena productiva de hortalizas.), de modo que el investigador pueda orientar con el/los encuestado/s. La matriz de encuestas se detalla en anexo respectivo.

La encuesta, se utilizó tomando como eje el problema principal y derivados de la investigación, así como las características de los actores de la cadena productiva involucrados a los cuales está dirigida la investigación. De esta manera, fue necesario construir el cuestionario respectivo que incluya preguntas abiertas y cerradas sobre Incidencia de la cadena productiva de hortalizas en el desarrollo socio económico de la población rural de Cañar y las principales características que se investiga; (Anexo 3 de encuestas)

3. Población de investigación

La población de investigación fue constituida por los siguientes sujetos sociales:

CUADRO 2: POBLACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Actores de la cadena investigado	F
Proveedores de insumos	30
Productores	120
Transformadores	0
Comercializadores	300
Consumidores finales	58185
Servicios y asistencia técnica	8
Total	58643

Fuente: Investigación directa
Elaboración: ZARUMA, F., 2008.

Puesto que universo de estudio es amplio, se involucro, en el proceso investigativo, a todos los integrantes de estratos, siendo tan solo necesario obtener una muestra de los investigados. Para calcular la muestra se realiza mediante el uso de la siguiente formula:

$$n = N/(1+a^2N)$$

Donde:

n = tamaño de la muestra

a = Error (10%) = 0.1

N = Población

Los actores que participaron en la investigación se describe en el siguiente cuadro.

CUADRO 3. MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

Actores de la cadena investigado	F	%
Proveedores de insumos	19	63.3
Productores	55	45.8
Transformadores	0	0
Comercializadores	75	25
Consumidores finales	100	0.17
Servicios y asistencia técnica	8	100
Total	197	

Fuente: Investigación directa
Elaboración: ZARUMA, F., 2008.

Para seleccionar a los participantes en la investigación, según lo establecido en la muestra, se optó por el método aleatorio, lo que permitía identificar, al azar, a los sujetos de los cuales se obtuvo los datos empíricos, esto con la finalidad de garantizar mayor objetividad en los datos y fundamentar adecuadamente la generalización de los datos a la población de la que se recopiló la muestra.

4. Procedimientos a seguirse para el desarrollo de la investigación

Luego de aplicados y recolectados los instrumentos de investigación, como fase final, se procedió al procesamiento de los datos, para lo cual será necesario la planificación y ejecución de las siguientes actividades:

Tabulación de la información recopilada en el campo. Para el cumplimiento de esta fase del proceso investigativo, fue necesario proceder de la siguiente manera:

Se hizo la construcción del FODA mediante matrices de áreas ofensivas y defensivas, que permitió la construcción y análisis de los puntos críticos y ventajas competitivas. Con ello se tienen los datos de la realidad, para la interpretación de objetivos estratégicos y plan de acción.

Implementación de la técnica de la tabulación por eslabones que se formularon para recabar información cualitativa que explique las relaciones que se dan entre las variables que se investigan. El uso de esta técnica posibilitó la identificación de los puntos críticos, alrededor del cual se agruparán las alternativas respectivas que permita viabilizar el desarrollo de la cadena.

Organización de la información, actividad que se cumplió tomando como referente de agrupación de los datos las variables de las hipótesis que direccionaron el proceso investigativo. De acuerdo a esto, se agruparon los datos que permitirán la explicación de cada uno de los indicadores de las variables, independientemente de los actores e instrumentos en el que se encuentre la información.

Representación de los datos se realizó en tablas, cuadros, gráficos y figuras, con la finalidad de facilitar la comprensión e interpretación de la información.

Análisis e interpretación de la información, actividad que se cumplió a continuación de cada una de los eslabones de la cadena y de su correspondiente tabla, figuras y gráfico. En esta actividad se hizo las explicaciones teóricas construidas sobre cada aspecto de cadena investigado, para contrastar sus formas de manifestación en la realidad investigada.

Verificación o no de las hipótesis particulares de la investigación, para lo que se utilizó la vía empírica con procesos de reducción teórica. Esto permitió confirmar los supuestos iniciales planteados por el investigador respecto de cada variable. La frecuencia y significatividad de los porcentajes de los indicadores investigados, luego de su contrastación con la teoría, permitieron ratificar o negar cada uno de los planteamientos hipotéticos iniciales.

Formulación de las conclusiones finales del trabajo de investigación que se constituye en nuevos puntos de partida o problemáticas para futuras investigaciones. En ese momento del proceso investigativo fue necesario tomar en cuenta los puntos críticos, fortalezas y debilidades identificadas.

La construcción y formulación de objetivos estratégicos y pronóstico, líneas de acción de la cadena, en esta actividad resultó de mucha utilidad los planteamientos del marco teórico, las sugerencias de los investigados. En este momento de proceso, fue útil tener presente la viabilidad y factibilidad de las soluciones que se plantean a cada uno de los factores críticos identificados.

V. RESULTADOS DEL ESTUDIO

B. DIAGNOSTICO DE LA CADENA PRODUCTIVA DE HORTALIZAS

1. Alcance histórico de la cadena.

La evolución histórica de la cadena productiva de hortalizas permite identificar los alcances más relevantes y los hechos históricos que incidieron en el desarrollo y su evolución de la cadena productiva. Los cambios en el entorno social, económico, ambiental y tecnológico de la cadena productiva de hortalizas han ocurrido como resultado del nuevo modelo de desarrollo.

CUADRO 4. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA PRODUCCIÓN DE HORTALIZAS.

PERIODO	HECHOS	CONSECUENCIAS
Fase de la Hacienda (> 1970)	Presencia de latifundios y predominancia de sistema de cultivo de cereales y gramíneas (trigo, cebada y maíz), tubérculos (papa, oca y melloco) y ganadería (bovinos, porcinos y ovinos).	Precariedad de la agricultura del Cañar y sobre explotación del campesinado – indígena. Cañar se convierte el > proveedor de materia prima (trigo y cebada) para la industria Molinera de la costa, es considerada como “Zona Granero del Austro”.
Fase de reforma agraria e inicio de apoyo gubernamental. (1970 – 1985)	División y fragmentación de las haciendas. Diversificación de sistemas de cultivo y crianza.	Los campesinos acceden a la tierra, y se inicia la conformación de cooperativas agrícolas. Se masifica el apoyo y presencia institucional gubernamental y no gubernamental. Inicia la producción de las hortalizas convencionales en sus huertos.
Fase de consolidación institucional y organizacional (1985 – 1995)	Se fortalece el apoyo institucional en obras de infraestructura productiva (canales de riego), en investigación y transferencia de tecnología, en asistencia técnica y formación. Se intensifica el uso de la tierra y se comienza la fragmentación de las unidades productiva familiares. Se inicia la ampliación de la producción de las hortalizas tanto a campo abierto como en invernaderos.	Inicia el deterioro de la calidad del suelo, por lo tanto su producción y productividad disminuye. En zonas en donde predisponen de agua de riego se intensifica la producción de las hortalizas, pero en menor escala. Inicia la migración campesina - indígena.
Fase de auge de migración (1995 – 2005)	Continúa la intensificación del uso de suelo y se consolida la fragmentación de las unidades productivas familiares. Se inicia el retiro y con ello el apoyo institucional. Se produce el fenómeno de la dolarización en el país. Se consolida la migración internacional.	Se inicia la conformación de asociación de productores, particularmente de la línea hortícola. Por efectos de la dolarización, los costos de producción se incrementa y precios de venta de productos agrícolas se mantiene, esto produce un stock de desvalorización y desmotivación por la agricultura campesina. Se inicia los cambios de patrones de cultivo: de una agricultura intensiva creciente (hortalizas) hacia una agricultura extensiva. Fuerte flujo de remesas y abandono de ciertas unidades productivas. Y la producción intensiva de las hortalizas se estanca, incluso se disminuye su oferta.
Fase actual (2005 – 2008)	Continúa la extensificación de la agricultura campesina, actividad orientada hacia la ganadería de leche. Continúa la migración y disminuye el flujo de remesas.	Prevale el abandono del campo y continúa el cambio de patrones de cultivo. Se ha disminuido considerablemente la PEA en Cañar. La área de producción hortícola se disminuye.

Fuente: Investigación de campo.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

Del análisis interactivo del cuadro, se concluye que en la zona de intervención del proyecto, particularmente con los productores campesinos - indígenas “no existe o no hay cultura expandida de producción de hortalizas” tal como ocurre en otras zonas productoras de hortalizas como la de San Joaquín en Cuenca – Azuay o Como Gatazo Zambrano en Colta Riobamba – Chimborazo, en donde sí existe una “cultura vocacional” para la producción de hortalizas.

En efecto, la producción de hortalizas en el área del proyecto inicia con el proceso de reforma agraria, se acentúa con la intervención de programas de desarrollo rural y se estanca cuando agudiza la migración internacional.

Bajo este panorama, se concluye que la cultura de producción de las hortalizas, en el área del proyecto, es muy reciente y que si se aprovecha eficientemente su ventaja competitiva y comparativa puede convertirse en una actividad altamente rentable y socialmente más productiva.

2. Bloque entorno o factores del entorno.

En este bloque se busca analizar como los factores del entorno pueden incidir positivamente o negativamente al desarrollo de una cadena. Los factores que inciden en la cadena se pueden analizar desde tres dimensiones; en este caso se estudia desde el punto de vista de las políticas sectoriales, disponibilidad de infraestructura productiva, condiciones ambientales. A continuación se describe cada uno de los factores.

a. Análisis de las políticas y normas que favorecen o limitan la competitividad de la cadena de hortalizas.

Algunas políticas sectoriales que favorecen las actividades de los actores de la cadena y otras que limitan, positivamente y negativamente en la competitividad de la cadena de hortalizas que se estudia, siendo las políticas agrarias, comerciales, ambientales, tributarias y fiscales para la agricultura, de financiamiento y crédito, cada uno de ellos han sido analizadas y los resultados se resume a continuación en los cuadros respectivos.

CUADRO 5. ANÁLISIS DE POLÍTICAS SECTORIALES CON INCIDENCIA EN LA CADENA PRODUCTIVA DE HORTALIZAS.

Políticas agrarias		
	Descripción	Implicancia para la cadena
Política sectorial	La constitución política del país, señala que las Asociaciones nacionales de productores, en representación de los agricultores del ramo, los campesinos y profesionales del sector agropecuario, participarán con el Estado en la definición de las políticas sectoriales y de interés social.	El sector agrícola a nivel de pequeños productores y cadenas productivas no tienen ninguna protección y representación en las definiciones de políticas.
Régimen de la propiedad y democratización de los factores de protección	El estado reconoce y garantiza el desarrollo a la propiedad en sus formas pública, privada, comunitaria, estatal, asociativa, cooperativa, mixta y que deberá cumplir su función social y ambiental; garantiza la igualdad de derechos y oportunidades de mujeres y hombres en el acceso a la propiedad.	Las políticas y leyes generadas por los organismos responsables, no consistiría solo en emitir leyes, solo puede ser eficiente y sostenible si esta acompañado por una política agrícola, que debe incluir el enfoque de economías campesinas en programas de crédito, de asistencia técnica, de investigación, de comercialización, que permitan un desarrollo sostenible de la cadena.
Normas técnicas y registro sanitario	El INEN certifica la calidad de los productos según norma y sello, además emite el registro sanitarios sin el cual el producto no puede ser vendido al público. En el país AGROCALIDAD, tiene la responsabilidad de buscar y mejorar la producción agropecuaria a través de normas sanitarias y fitosanitarias para garantizar la inocuidad de los alimentos, apoyar el comercio internacional, controlar la calidad de los insumos, minimizar los riesgos a la salud pública y el ambiente incorporando al sector privado y otros sectores en estas acciones.	En la práctica el cumplimiento de las normas y regulaciones de los productos agrícolas no es aplicado, especialmente en productos frescos como las hortalizas, no existe normas de calidad, peso, medida y embalaje.
Políticas comerciales		
	Descripción	Implicancia para la cadena
Régimen comerciales externos e internos	La normativa general para promover y regular la producción orgánica encargada por el MAGAP, ratifica que su función es de Supervisar y controlar las actividades de certificación orgánica de productos agropecuarios, sus procesos productivos y de comercialización nacional e internacional; así como, establecer los mecanismos de aprobación, registro y control que fueran necesarios para dicha actividad.	La normativa favorece a la cadena en potencializar su sistema de producción orgánica bajo vigilancia de órganos reguladores y en futuro sistemas de controles internos para garantizar la producción orgánica, ecológica, inocuidad a los consumidores locales y regionales.
Intercambios económicos y comercio justo	El Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio u oligopolio privados, o de abusos de posición redominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal. El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad.	Como estrategia para mejorar la comercialización campesina se sugiere una protección de los productos sensibles, generar valor agregado, enfocarse a nichos de mercado, mejorar el empoderamiento y autoestima de las organizaciones campesinas, pequeños productores, alianzas con el sector privado estudiar la demanda del mercado, analizar el potencial del mercado interno, fortalecer las estructuras internas de organizaciones campesinas, que los proyectos se organicen en función de las necesidades de beneficiarios y que los gobiernos locales y seccionales creen espacios para la comercialización campesina directa al consumidor
Instancias de desarrollo que impulsan el desarrollo agrícola y comercial	A nivel gubernamental no existe una política de comercialización o de apoyo al pequeño productor., no existe precios de sustentación, seguros agrícolas, para evitar descapitalización del agro. Los consejos consultivos son buenos espacios de encuentro pero no generan políticas y la CORPEI esta enfocada a medianos y grandes exportadores. No existe una política antimonopolio. Las ONGs no tienen un seguimiento a la comercialización que aquellas impulsan y no existen esfuerzos coordinados entre estas instituciones.	Debido a la debilidad y segmentación de los mercados locales, regionales y territoriales, muchas empresas rurales y especialmente de los pequeños productores campesinos, tienen poco acceso a los mercados nacionales, regionales más dinámicos como de las ciudades grandes y a cadenas de comercialización de productos alimenticios, así como a los internacionales, por las limitaciones en los sistemas de información y otros apoyos a las empresas reducen la posibilidad que incursionen en esos mercados de mayor dimensión. Zonas de pequeñas producciones por la poca disponibilidad de insumos y servicios de apoyo a la comercialización, incrementa costos y su variedad y calidad. Y un sistema de intermediación que tiene altos costos de transacción para hacer sus adquisiciones y concentrar la producción y transacción. El acceso a mercados mayores implica resolver a mediano plazo las limitaciones, como las escalas de producción, la dispersión de los productos, las debilidades en la capacidad de negociación derivadas de la fragmentación, el acceso a bajos costos de información sobre mercados, el innovar posibilidades de generar agregación de valor para sus productos y servicios. La posible solución a estos limitantes requiere esfuerzos compartidos y alianzas entre productores con diversas localizaciones en la cadena de producción, disponer de una gerencia compartida, tener un sistemas asociativos de acceso a la información, control de calidad estandarizado, que permitan reducir costos de mercado
	Los pequeños productores no cuentan con las fuentes de financiamiento de bancos públicos, privados y cooperativas de ahorro y crédito, tecnología, capacitación y contactos comerciales para comercializar directamente su producción. Además no cuentan con capacidad de acceder y analizar información de mercados.	Todo esto unido a las deficiencias indicadas limita el potencial del pequeño productor para que pueda promover estrategias que mejoren sus ingresos. Por otro lado las organizaciones no tienen capacidad de gestión y los líderes en muchos casos emigran.

Políticas ambientales		
	Descripción	Implicancia para la cadena
Regulación ambiental	El Ecuador dispone de la ley ambiental y sus reglamentos para regular, que se encuentra en ministerio correspondiente Ministerio de Ambiente	Las políticas de los incentivos ambientales, como los pagos por servicios ambientales, no funciona, favoreciendo el desequilibrio, social, ambiental, no existe control sobre la contaminación de las aguas de riego.
Protección al agua	El agua es patrimonio nacional estratégico de uso publico, dominio inalienable e imprescriptible del Estado, y constituye un elemento vital para la naturaleza y para la existencia de los seres humano. Se prohíbe toda forma de privatización del agua. La autoridad a cargo de la gestión del agua será responsable de su planificación, regulación y control. Esta autoridad cooperará y se coordinará con la que tenga a su cargo la gestión ambiental para garantizar el manejo del agua con un enfoque sistémico.	La constitución ecuatoriana garantiza el uso público y privado de agua, la gestión y manejo del recurso para el sector agropecuario será ante autoridad correspondiente, la aplicación de estas políticas a corto plazo, la cadena tiene un impacto inmediato, fortaleciendo el desarrollo agrícola hortícola.
Protección al suelo	Es de interés público y prioridad nacional la conservación del suelo, en especial su capa fértil. Se establecerá un marco normativo para su protección y su sustentable que prevenga su degradación, en particular la provocada por la contaminación, la desertificación y la erosión. El Estado brindará a los agricultores y a las comunidades rurales apoyo para la conservación y restauración de los suelos, así como para el desarrollo de prácticas agrícolas que los protejan y promuevan la soberanía alimentaria.	Cultivos sin adecuadas prácticas de conservación de suelo podrían provocar la pérdida de fertilidad y por ende la baja producción y productividad. Mientras las políticas de regulación no se aplica, el impacto incidirá negativamente sobre la cadena productiva
Políticas tributaria y fiscal para la agricultura		
	Descripción	Implicancia para la cadena
Normas tributarias y fiscales	Los productores agrícolas pagan tasas de impuestos a los municipios por el uso de puestos de ventas en los mercados municipales, ferias libres.	Las políticas fiscales, tributarias y arancelarias contribuyen a tener un mejor control de costos a cada uno de los actores involucrados en la cadena, especialmente a bajar los costos de producción a nivel del productor.
	En año 2008 se ha decretado, a los insumos agropecuarios, equipos y maquinarias agrícolas exoneración de impuesto IVA a los productores a nivel nacional.	
	Dentro de las regulaciones arancelarias de EEUU, nuestro país tiene acceso al Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), El arancel para las hortalizas procesadas entre los que se encuentra el brócoli congelado y están dentro del SGP, alcanza a una tasa del 12% del valor FOB. Este régimen arancelario preferencial aseguró el ingreso a los mercados internacionales, libre de aranceles y otras restricciones, para casi todos los productos de oferta exportable ecuatoriana, en una situación de ventaja frente a los otros países latinoamericanos.	Las políticas arancelarias internacionales favorecen que los productos ecuatorianos tengan acceso a mercados externos.
Políticas de financiamiento y crédito		
	Descripción	Implicancia para la cadena
Sistema financiero publico	El crédito que otorga se orientará de manera preferente a incrementar la productividad y competitividad de los sectores productivos que permitan alcanzar los objetivos del plan de desarrollo y de los grupos menos favorecidos, a fin de impulsar su inclusión activa en la economía.	En las condiciones actuales, a nivel de leyes secundarias y orgánicas no existe reglamentaciones o preferencias crediticias para el sector agropecuario, las políticas de gestión dificulta que los pequeños productores accedan financiamiento y créditos, aun mas restricciones en sistema financiero privado.
	La constitución faculta, establecer mecanismos preferenciales de financiamiento para los pequeños y medianos productores facilitándoles la adquisición de medios de producción.	Los intereses de los créditos es alta, el ciclo de un cultivo es de 3 - 6 meses con altos riesgos y el pago del capital e interese debería ser a los 6 meses.
	El BNF trabaja en forma clientelar, no hay una política financiera para el sector del pequeño agricultor y no existe estudios que definan productos sensible para el sector agropecuario especialmente hortícola.	Los pequeños productores tienen baja capacidad financiera Para las instituciones financieras la actividad agrícola tiene un alto nivel de riesgo en los bancos privados.

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: ZARUMA F. 2008.

Sobre la base de resultados anotados en el cuadro anterior, se concluye que el sector agropecuario, especialmente agrícola dispone de varias políticas en ventajas y desventajas, que inciden en proceso de desarrollo de la cadena productiva de las hortalizas.

- Las políticas nacionales, permite que los productores tenga representación en las definiciones políticas agrarias.
- Existe normas y regulaciones a la producción agrícola, que está bajo responsabilidad de órganos respectivos, entre ellos regulación nacional sobre producción orgánica que garantiza y promueve la producción y comercialización nacional e internacional.
- Existe regulaciones de recursos naturales como agua, suelo que permite un aprovechamiento adecuado para el desarrollo de la cadena productiva de hortalizas.
- Existe garantía en la provisión de los insumos agrícolas, estos están exentas de IVA, permitiendo a los productores el acceso a costos más competitivos.
- Las nuevas políticas financieras ecuatorianas, promueven el acceso a créditos para pequeños productores, y las entidades especializadas para otorgar este tipo de productos es el BNF y Red de Finanzas Rurales del Ecuador.

Ante estas políticas, se identifica algunas debilidades, que a plazo mediano y largo puede transformar en principales amenazas, entre las más representativas tenemos:

- Las políticas estatales favorece que los pequeños productores accedan a servicios como créditos, capacitación, tecnología, sistemas de comercialización, con enfoque a nivel de asociativismo y microempresarial; pero por deficiente nivel del formación empresarial, poco interés por agruparse para desarrollar la agricultura local y la fuga masiva de los PEA agrícola, puede retirar o disminuir el apoyo pertinente que estado esta por otorgar.
- A nivel nacional y en caso de Cañar, especialmente zonas potenciales para la producción de hortalizas, por efectos de presión social, las unidades productivas cada vez avanza hacia el minifundio incluso a la atomización, estas acciones pueden afectar fuertemente el desarrollo de la cadena.

b. Análisis de la infraestructura física de apoyo a la cadena productiva de hortalizas

La cadena productiva de hortalizas en el cantón Cañar, requiere de una infraestructura física adecuada y disponible que permita el desarrollo eficiente de las actividades en cada una de las fases permitiendo la competitividad de la cadena.

En esta fase se analizan los siguientes medios y servicios: Las vías de comunicación, el sistema de transporte, los medios de comunicación, los centros de almacenamiento y la infraestructura de transformación, comercialización y de riego, considerando su estado, tipo de usuario que utiliza, la institución que esta a cargo de su mantenimiento e inversión y finalmente se detalla el impacto que tiene en la cadena. En el siguiente cuadro, se sintetiza sus respectivas características.

CUADRO 6. ANÁLISIS SINTÉTICO DE LA INFRAESTRUCTURA PRODUCTIVA EN LA CADENA DE HORTALIZAS

	INFRAESTRUCTURA	ESTADO	USUARIO	INSTITUCIÓN A CARGO	IMPACTO EN LA COMPETITIVIDAD DE LA CADENA
Vías de comunicación	Presencia de la vía panamericana, que comunica con el resto del país particularmente, al sur con la ciudad de Azogues y Cuenca, y, y con las provincias costaneras como Guayas (ciudad de Guayaquil), el Oro (Machala); además existen las vías de segundo y tercer orden que originan en la panamericana con rumbo a los centros parroquiales, poblados urbanos, y rurales agroproductivos.	Bueno, regular y de pésima condición Son de segundo y tercer orden: lastrados y caminos	Comunidades campesinas y ciudadanía. Productores rurales.	La vía panamericana es por Compañías contratadas por MOP; los accesos a comunidades es responsabilidad de municipios y consejo provincial.	Las vías de comunicación básica permite acceder a las unidades de producción, así como para los diferentes ciudades, permitiendo que la producción sea comercializado fácilmente en diferentes mercados en el menor tiempo posible
Sistemas de transporte	Cañar cuenta con sistemas de transporte provincial, cantonal y parroquial, tanto para servicio del público como para el transporte de carga pesada.	Regular.	Productores agrícolas de comunidades campesinas y ciudadanía.	Compañía de transportes y camionetas alquiladas.	La presencia de transporte para la carga pesada y de servicio publico en la provincia de Cañar, facilita enormemente para la movilidad y transporte de insumos y productos requeridos para la cadena de hortalizas, no existe transporte refrigerante para hortalizas.
Medios de comunicación:	Las áreas urbanas de Cañar, Tambo y Suscal, hasta las parroquias rurales cuentan con servicio de telefonía convencional, móvil, servicios Internet. Además, dispone de medios escritos, radio y TV cable. Los sectores rurales solo cuenta con servicios de telefonía móvil, radios y TV.	Regular y aceptable.	Publico y comunidades campesinas	PACIFITEL MOVISTAR PORTA EMPRESAS RPIVADAS	La presencia de varios medios de comunicación en la zona es una ventaja para poder difundir y divulgar la información necesaria de la cadena productiva, ya sean tecnologías de producción, informaciones de mercados como precios, planes de publicidad y promoción, sensibilización a los consumidores sobre consumo de hortalizas, etc.
Infraestructura de acopio	En cantón Cañar, no existen centros de acopio destinado para acopio, procesamiento, agro industrialización de hortalizas	Ninguna	Productores	Ninguno	Para las pequeñas unidades productivas de hortalizas no es necesario ya que una instalación de infraestructura incrementa los costos del producto, en relación al volumen de mismo
Infraestructura de transformación de hortalizas:	Las exportadora de hortalizas caso brócoli cuenta con infraestructura de agroindustria, estos se ubican en provincias de Pichincha, Cotopaxi a nivel regional del sur del país no existe infraestructura de transformación y/o agroindustrial	Aceptable	Empresas privadas como el ECOFAS IQF, HORTANA, cadenas de supermercados	IQF	El no disponer de infraestructura de transformación de hortalizas, no incide en nada al desarrollo de la cadena; ya que el volumen de producción es mínimo, los destinos comerciales son locales y regionales que no demandan transformación de productos.
Infraestructura de comercialización:	En los segmentos de supermercados de las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca, disponen infraestructura adecuada para almacenamiento, exhibición de hortalizas. En segmentos de mercados municipales, populares, ferias libres, tiendas del barrio, la infraestructura no es adecuada y condicionada para exhibición de hortalizas y productos frescos	Aceptable, regular	Productores y proveedores selectos, un nicho de clientes de clase alta, media y baja urbanos y rurales	Empresas de cadena de comercialización privadas. Municipios, Asociaciones de intermediarios	Esta carencia estimula a realizar un sistema de innovación interna de presentaciones y generación de tecnologías de comercialización e incluso realizar estudios necesarios sobre infraestructura necesaria para comercialización de hortalizas; actualmente incide en la presentación y calidad de los productos que afecta negativamente a los productores e intermediarios.
Infraestructura de riego	Zonas aptas para la producción de hortalizas, actualmente cuenta con infraestructura adecuada para abastecer de agua a las UP's familiares, siendo estos canales de riego principales y secundarios, reservorios familiares.	Buena, aceptable	Agricultores de la zona	MAGAP, CREA,	La infraestructura básica de sistemas de riego disponible permite dotar de agua a los cultivos de hortalizas durante épocas de esteaje y promover varios ciclos de cultivo al año.

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: ZARUMA F. 2008.

De acuerdo al cuadro anterior demuestra que en Cañar existen potencialidades de efectuar la horticultura por la presencia de infraestructura prioritaria, que permite el desarrollo de la cadena productiva de hortalizas en la zona. Este análisis de potencialidades

- Las zonas potenciales para el desarrollo del cultivo de las hortalizas, tienen vías de transporte carrozables adecuados, con acceso a medios de comunicaciones.
- Los sistemas de infraestructura de riego en funcionamiento permanente, con beneficiarios vinculados organizaciones de regantes, con experiencia en manejo y administración de sistemas de riego, enfocados a la innovación tecnológica de riego.
- Los productores de hortalizas cuentan con puntos de ventas en mercados y ferias locales, expuestos a innovación tecnológica de procesos de la cadena productiva.
- A nivel de la Cuenca del Río Cañar, existe agro empresas especializadas en organizar la producción y con inserción en diferentes nichos de mercado y están predispuestos para integrarse y formar alianzas.
- Estos factores que afectan positivamente el funcionamiento de la cadena, pueden convertirse en limitantes o amenazas.
- La escasa atención de entidades dedicadas a la readecuación y mejoramientos de sistemas de infraestructura pueden fragmentar y desaparecer.
- A nivel de pequeños productores la carencia de infraestructura y equipos básicos para el manejo de poscosecha y comercialización, afecta y puede afectar la calidad del producto, para ello es necesario contar con este tipo de infraestructura.

c. Análisis de los impacto ambientales generados por la cadena de hortalizas

Una cadena productiva no existe afuera de un sistema natural. El medio ambiente influye sobre la cadena y viceversa.

La cadena productiva de hortalizas, especialmente el eslabón productivo, depende de un conjunto de factores ambientales, también las actividades efectuadas por los diversos actores de la cadena, que inciden positiva o negativamente sobre el desarrollo de la cadena de hortalizas; la identificación de estos factores permitirá diseñar medidas en el plan de acción que pueden evitar que los aspectos ambientales perjudiquen la competitividad de la cadena, como el caso del deterioro ambiental, o evitar que se desarrolle cadenas en zonas de restricción ambiental.

Los principales factores que pueden afectar la cadena o ser afectado por la cadena priorizados son aire, agua, suelo, organismos vivos.

CUADRO 7. MATRIZ DE ANÁLISIS AMBIENTAL PARA LA CADENA DE HORTALIZAS

FACTORES AMBIENTALES	EL FACTOR AMBIENTAL ES AFECTADO POR LA CADENA	EL FACTOR AMBIENTAL AFECTA LA CADENA
Aire	Residuos y degradación de químicos, utilizados en la agricultura, emana gases tóxicos que contamina el medio ambiente	Los cambios de factores climáticos, como las heladas, vientos, cambios bruscos de temperatura.
Agua	Mal uso y manejo de insumos, puede afectar, mediante infiltración y concentración de nitritos y nitratos hacia las aguas subterráneas; también los residuos y sustancias agroquímicos utilizados en proceso productivo contamina el agua, sus cuencas el sistema en general.	Deficiencia hídrica en épocas de estiaje: Se requiere de una provisión adecuada de agua, la deficiencia de ésta puede disminuir los rendimientos, sobre todo en años con precipitación irregular y épocas de estiaje entre los meses de junio a noviembre. Uso de aguas servidas: Las zonas de noroccidente de la ciudad de Cañar (Correucu, La Posta, Nar, Cuchucun, Charlaban) que disponen de sistemas de riego con aguas servidas provenientes de la ciudad, incide en la calidad de hortalizas, poniendo en riesgo la salud de los consumidores.
Suelo	El uso inadecuado de fuentes de nutrientes como los fertilizantes sintéticos, incluso sobre dosis, genera alteraciones las propiedades químicas y físicas del suelo	La cuenca del Cañar desde los 2800 hasta los 3000 m.s.n.m. cuenta con suelos de calidad aptos para la producción de especies de hortalizas, estudios demuestran que superior a 14000 Ha. Son aptas par el uso agrícola y horticultura preferentemente, suelo con pendientes inferiores a 12%,
Organismos vivos	Falta de rotación y planificación de la producción permite la proliferación de plagas y enfermedades; el mal uso y exceso de agroquímicos puede alterar la flora microbiana existente en el suelo y toxicidad para consumidores	La incidencia y daño ocasionado por la presencia de plagas y enfermedades es una de las limitantes más importantes en el aumento de productividad, variando las mismas de acuerdo a la época y estado del cultivo. También puede causar el impacto negativo al causar desequilibrio de la vida del suelo.

Fuente: Investigación de campo.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

- Los principales puntos de relevancia que afecta a la cadena, podríamos resumir en los siguientes aspectos, estos puntos son relevantes para identificar los factores críticos de la cadena:
- El uso continuo y excesivo de agroquímicos en el cultivo de hortalizas; falta de control de uso de aguas servidas para la producción de hortalizas y su consumo, generan contaminación de aire, suelo agua y implica graves riesgos de los seres vivos y cambios climáticos.
- Un deficiente uso de tecnologías productivas como manejo de suelos, agua, manejo de plagas y enfermedades, poscosecha, incide en la obtención de productos de baja calidad y competitividad.

La identificación de los factores críticos del desempeño de la cadena productiva se refiere a: bajos niveles de asociatividad y correlación entre actores, deficiente niveles de acceso a servicios y de tecnología, asistencia técnica; bajo nivel de gestión y gerencia empresarial.

3. Bloque actores

Este bloque se orienta a identificar a los actores que intervienen en cada eslabón de la cadena. Lo que se busca es establecer quiénes son los actores principales, sus características, intereses y niveles de incidencia en el proceso productivo de la cadena. Se hace referencia a actores directos e indirectos que involucra la cadena.

En la modelización de la cadena productiva se describe clara y correctamente las especificidades y las interacciones de diversos actores directos e indirectos en cada uno de los eslabones específicos, también sirve como un mapa y representación de la realidad.

La modelización de la cadena productiva de las hortalizas en el cantón Cañar se presenta a continuación en el esquema 1, donde se puede evidenciar cada una de las fases; y la caracterización de cada uno de ellos se describe en las siguientes secciones.

FIGURA 1 (a). MODELIZACIÓN DE LA CADENA PRODUCTIVA DE HORTALIZAS

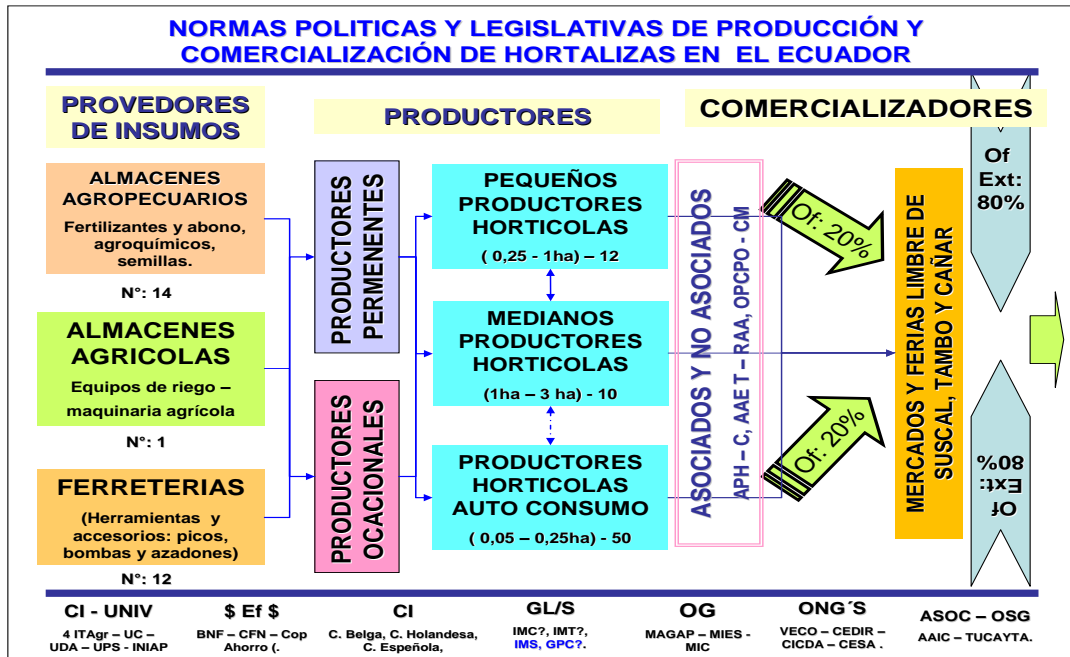
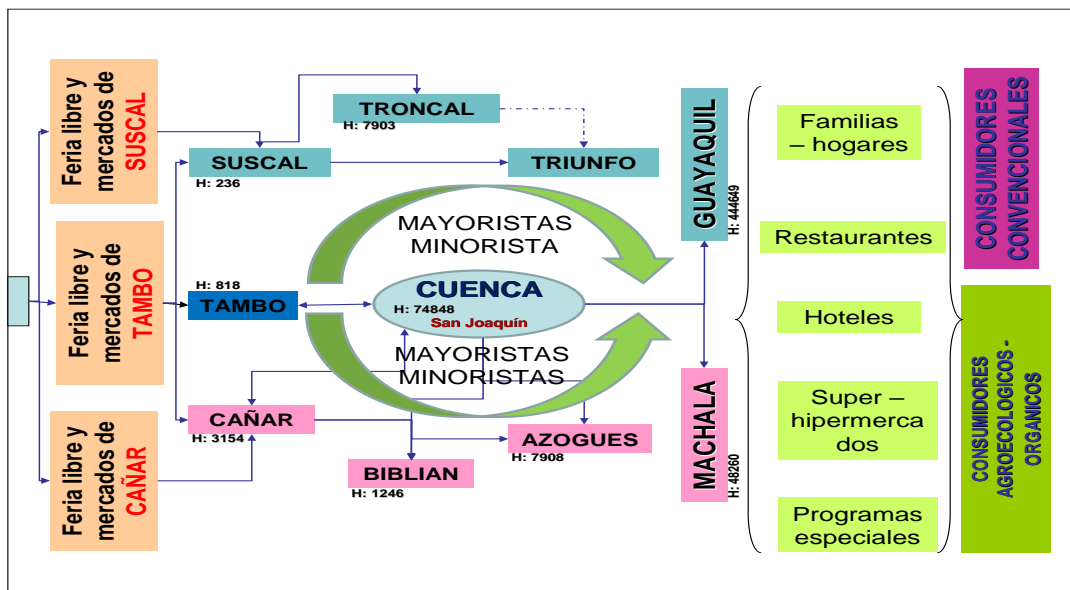


FIGURA 1 (b). MODELIZACIÓN DE LA CADENA PRODUCTIVA DE HORTALIZAS



Fuente: Investigación de campo.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

NOMENCLATURA: CI-UNIV: centros de investigación y universidades; Ef: estructuras financieras; CI: cooperación internacional; GL/S: gobiernos locales y seccionales; OG: organismos gubernamentales; ONGs: organismos no gubernamentales; ASOC-OSG: asociaciones y organizaciones de segundo grado; IT Agr: Institutos agropecuarios; UC: universidad de Cuenca, UDA: universidad de Azuay; UPS: universidad Politécnica Salesiana; BNF: Banco Nacional de Fomento; CFN: corporación financiera nacional; IMC: ilustre municipalidad de Cañar, Suscal, Tambo; GPC: gobierno provincial de Cañar; AAIC: Asociación de Agrónomos Indígenas del Cañar; TUCAYTA: Tucuy Cañar Ayllucunapac Tantanacuy (OSG); H: hogares, APH-C: asociación de productores de hortalizas del Cañar; AAET: asociación de productores agroecológicos del Tambo; RAA: Rede Agroecológica del Austro; OPCPO-CM: Organización de productores y comercializadores orgánicos Chuya Mikuna.

Tal como se puede ver en los esquemas anteriores, se identifica claramente dos tipos de actores: directos e indirectos. Así mismo, en el esquema se puede identificar el flujo o la ruta comercial de los productos.

a. Análisis de los actores directos de la cadena productiva

Se refiere a los actores directos quienes están involucrados directamente en los diferentes eslabones y que actúan e interactúan dentro de la cadena. A continuación se hace el análisis de los actores directos en función a un conjunto de criterios relacionados a la eficiencia, calidad, competitividad y sostenibilidad.

El análisis se subdivide en tres secciones: Tipología de actores, Itinerario Técnico o flujo de materia y caracterización particular de cada actor.

1). Análisis de los actores directos

Se considera actores directos a todos aquellos agentes que están involucrados directamente en los diferentes eslabones y actúan e interactúan dentro de la cadena. En las secciones que precede se hace el análisis de los actores directos en función a un conjunto de criterios relacionados a la eficiencia, calidad, competitividad y sostenibilidad.

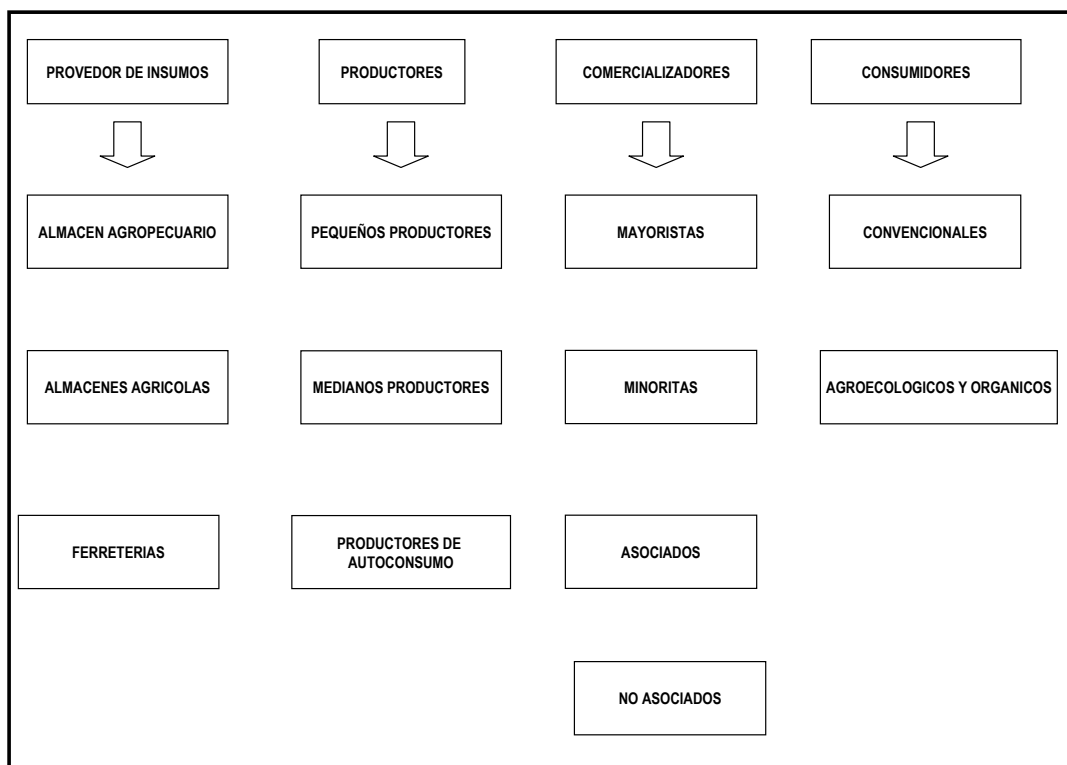
La descripción del análisis de los actores se subdivide en tres secciones principales: Tipología de actores, Itinerario Técnico y caracterización particular de cada actor en la cadena.

a) Identificación de tipología de actores en la cadena productiva de hortalizas en el cantón Cañar

Un grupo de actores que desarrollan actividades dentro de un eslabón es referida como tipología, puede estar a nivel local o regional; la tipificación para la cadena productiva de hortalizas se fundamenta en los criterios básicos de: eficiencia, calidad y sostenibilidad, utilizando los criterios de diferenciación de: oferta, calidad de productos, niveles de venta, acceso y disponibilidad de la tecnología, principales actividades desarrolladas, niveles de educación, referencia organizativa y una aproximación de ingreso promedio mes.

Mediante el esquema se visualiza los actores que involucran en cada eslabón de la cadena productiva de hortalizas, seguidamente para describir las características particulares de cada topología.

FIGURA 2. IDENTIFICACIÓN DE ACTORES DIRECTOS DENTRO DEL ESLABÓN ECONÓMICO DE LA CADENA PRODUCTIVA.



Fuente: Investigación de campo.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

En el esquema anterior se puede apreciar que en el eslabón de proveedores de insumos se identificó tres tipos de actores, siendo estos: a) almacenes agropecuarios que ofertan bombas de fumigar, semillas, fertilizantes y abonos; b) almacenes agrícolas que proveen equipos de riego y maquinarias agrícolas; c) las ferreterías que proveen accesorios para el sistema de riego (mangueras, aspersores y otros accesorios) herramientas para la agricultura (azadones, palas, picos, también accesorios de riego como las bombas de agua).

En el segmento de productores, se identifica tres tipos de actores: a) Pequeños productores de hortalizas, son los que mantienen una producción continua durante todo el año en extensiones entre 0,25 a 1 Ha., en sus parcelas siembran, por lo general, 5 variedades de hortalizas, con tecnología agroecológica y convencional; b) Medianos productores de hortalizas, son productores que cultivan en predios entre 1 - 3 Ha. mantiene una producción más orientado al mercado y cuenta con asistencia técnica, mecanización agrícola, semitecnificación de riego, planificación y calendarización de la producción, rotación y diversificación de cultivo, conocen canales de comercialización y nichos de mercado, la producción es permanente; c) Productores de hortalizas para autoconsumo, estos productores siembra esporádicamente las hortalizas, en unidades entre 500 a 2500 m².

A esta afirmación, la Red Agroecológica del Austro (RAA) confirma que el 57% de los pequeños productores agroecológicos de las provincias del Azuay y Cañar, realizan sus cultivos en superficies menores a los 2.000 m²; el 35% de productores tienen sus cultivos en menos de 500 m², apenas el 12% de los productores trabajan en superficies de 2 y 3 Has. Esto indica que en la zona austral práctica una agricultura de minifundio.

En el segmento de comercializadores, se encuentra intermediarios mayoristas y minoristas, asociados y no asociados; en el sector de consumidores se aprecia los consumidores convencionales y los consumidores agroecológicos - orgánicos.

En los siguientes cuadros se detalla la tipología de cada uno de los actores de cada segmento económico. Donde se detalla los productos ofertados, calidad de productos, venta, tecnología, principales actividades, nivel educativo, referencia organizativa y el ingreso promedio mensual estimado.

CUADRO 8. TIPOLOGÍA DE ACTORES: SEGMENTO PROVEEDORES

SEGMENTO PROVEEDORES DE INSUMOS			
NOMBRE TIPO:	TIPO I: ALMACENES AGROPECUARIOS	TIPO II: ALMACENES DE TECNOLOGÍAS AGRÍCOLAS	TOPOLOGÍA III. FERRETERÍAS
Productos ofertados:	Venden agroquímicos (fungicidas, insecticidas, herbicidas), semillas (híbridas de hortalizas, variedades y cultivares), fertilizantes (químicos, orgánicos, bioestimulantes), equipos como bombas de mochila y ciertos productos veterinarios.	Ofertan equipos de riego, implementos, aspersores, mangueras, tuberías, bombas de agua, y stock de accesorios; maquinarias agrícolas.	Estos centros de negocios dispone de accesorios para la agricultura como: azadones, palas, picos y zapapicos, mangueras, accesorios de sistemas de riego por aspersión, bombas de agua.
Calidad de los productos:	Buena calidad, semillas de casas comerciales reconocidas, híbridos adaptados y cultivadas en la zona, también ofertan semillas de calidad regular, agroquímicos de garantizados y reconocidos por los agricultores.	Las marcas son reconocidas entre los productores, accesorios de riego son de regular y buena calidad, en ocasiones proveen bajo previos pedidos.	Diversas marcas de accesorios, son productos garantizados con calidad y marcas reconocidas en la zona.
Venta:	Sobre los 75% de los productos vendidos es de ítem agrícola en la que participa insumos hortícolas, en un 15%.	Los almacenes de tecnología de riego venden surtido de stock en plásticos y metálicos.	Las herramientas y accesorios para la agricultura representa aproximadamente un 5% en las ferreterías, el fin de negocio de las herramientas y accesorios no es específicamente agrícolas también tiene destino a la construcción.
Tecnología:	Es de rango media a buena: Los propietarios de los almacenes tienen formación agropecuaria desde nivel tecnológico hasta de tercer nivel (Ing. Agrónomos), sin embargo no existe técnico experimentado en rama hortícola.	Buena: los propietarios de almacenes de tecnología de riego conocen muy poco sobre los sistemas de riego demandados. Esto no permite que se desarrolle la tecnología en la zona. Las provisiones de maquinarias agrícolas e implementos no se realizan de acuerdo a la demanda recomendada técnicamente, más bien se basa en pedidos y comodidad de cliente.	Regular a media: ya que los propietarios de ferreterías desconocen la tecnología apropiada para la agricultura.
Actividades:	Venta de productos e insumos agropecuarios, acompañamiento de asistencia técnica general.	Se dedica a la venta de herramientas y accesorios para la producción agropecuaria.	En caso de ferreterías no disponen de la asistencia técnica, ya que su fin esta dirigido a sector de construcción.
Nivel educativo:	Los proveedores tienen una formación de tercer nivel, son de a nivel tecnólogos agropecuarios hasta de tercer nivel.	Los propietarios de almacenes de tecnología de riego tienen formación desde tecnólogos hasta Ing. Agrónomos; a nivel de proveedores de maquinarias y sus accesorios tienen formación de fines comercial más no orientaciones agrícolas.	Los propietarios de ferretería no tienen mayor formación de nivel educativo relacionado con a la agricultura.
Referencia organizativo:	Los almacenes agropecuarios están adscritas y registradas SRI y reguladas por: Servicio Ecuatoriano Sanidad Agropecuario del Ecuador – SESA. Los que tienen título de tercer nivel pertenecen a un gremio de profesionales.	Los propietarios de los almacenes de tecnología de riego, no tiene regulaciones de organismos correspondientes.	No tienen ningún vínculo organizativo del sector.
Ingreso promedio/mes:	Por la venta del rubro de insumos para las hortalizas se estima un ingreso de 583.33 USD netos mensuales, equivalente a un 15%.	Los ingresos promediados de la venta de accesorios e implementos de tecnología de riego constituyen alrededor de 250 USD promedio mensuales. (Reporte TECNIRIEGO de Ing. Cristóbal Padrón).	A nivel de las ferreterías las ventas estimadas para el sector agrícola no supera un ingreso de 150 USD mensualmente.

Fuente: Investigación de campo.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

CUADRO 9. TIPOLOGÍA DE ACTORES: SEGMENTO PRODUCTORES

SEGMENTO DE PRODUCTORES			
PRODUCTORES PERMANENTES Y OCASIONALES			
NOMBRE TIPO:	TIPO I: PRODUCTORES PERMANENTES*	TIPO II: PRODUCTORES TEMPORALES*	TIPO III: PRODUCTORES PARA AUTOCONSUMO*
Productos ofertados:	En lo mínimo surtido de hortalizas: brócoli, coliflor, lechuga y col para el mercado local de Cañar y El Tambo	Hortalizas como la zanahoria, col, culantro, cebollín, brócoli, lechuga, remolacha para los mercados locales de Cañar y Tambo	Ofertan un surtido de productos: col, lechuga, cebollín, culantro, espinaca, nabo, remolacha, brócoli, coliflor para los mercados locales
Calidad de los productos:	Muy buena a buena, debido a que sus variedades y cultivares de semillas son de casas reconocidas y de aptas para la zona, la presencia de baja calidad se debe a las condiciones climáticas del año, la época de exceso de invierno o verano incide, manejo y tecnología.	Hortalizas: Muy buenas, buena y regular, este último se debe a que los manejos de procesos productivos no es apto y por la calidad de semillas utilizadas,	Hortalizas: Muy buenas, buena y regular, las cualidades de los productos es variable, debido a que el manejo del cultivo y calidad de insumos utilizados en la producción, y épocas del año.
Venta, costo e ingreso neto ¹ .	Sus montos de ventas están por los 16800 USD anuales, con ingreso neto anual de 3600 USD. Y sus costos de manejo y operativos se estima 2000 USD mensuales/Ha.	Sus ventas anuales reportan de 7200 USD.	En este tipo de productor las ventas no superan más de 1200 USD anuales, dando réditos de 300 USD anuales.
Tecnología:	Los productores utilizan sistemas de producción extensiva, tecnificada y semitecnificada, con tecnología agroecológica y/o convencional	Son de sistemas extensivos o intensivos, con tecnología tradicional, agroecológica y/o convencional	Por lo general son intensivas, con tecnología tradicional y agroecológico
Actividades:	Calendarización y planificación del cultivo, preparación adecuada de suelos, adquisición permanente de insumos, rotación, manejo de fertilidad del suelo, riego, control de plagas y enfermedades, manejo pos cosecha, comercialización del producto.	Preparación de suelos, adquisición temporal de insumos, manejo de fertilidad del suelo, riego, control de plagas y enfermedades, preparación de suelos.	Preparación de suelos tradicional, manejo de fertilidad del suelo, riego, adquisición de insumos prioritarios.
Nivel educativo:	La mayoría de productores cuenta con una formación primaria, tiene capacitación informal mediante cursos, talleres.	En su mayoría cuenta con una experiencia, a nivel de agricultura en general.	Son productores no hortícolas, con experiencia en cultivos tradicionales, o en ocasiones no son agricultores pero tienen afición a las hortalizas.
Referencia organizativo:	La mayoría de productores pertenecen a pre asociaciones y asociaciones de productores orgánicos, agroecológicos de pequeños comerciantes en los mercados locales; tienen relación con ONGs. locales y proveedores de insumos presentes en la zona.	Estos productores tienen relación con ONGs locales de desarrollo presentes en la zona,	Poco o ningún intereses de organizar con otros productores con fines productivos.
Ingreso promedio/ mes:	300 USD/mes	Un ingreso mensual de rubro hortalizas de 220 USD.	25 USD mensuales.

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: ZARUMA F. 2008.

¹ Para el análisis económico se toma estudios casos de uno o dos unidades productivas, en el caso de los productores permanentes se ejemplariza con la Unidad de Producción, que posee una superficie de 2 Has. de la comunidad de Coyector del cantón el Tambo.

*A estos tipos de productores se ha clasificado en productores permanentes, temporales y autoconsumo, tipificación basada fundamentalmente por la temporalidad del productor, extensiones y tamaño de producción.

CUADRO 10. TIPOLOGÍA DE ACTORES: SEGMENTO DE COMERCIALIZACIÓN

SEGMENTO DE COMERCIALIZACIÓN		
NOMBRE TIPO:	TIPO I: INTERMEDIARIOS MINORISTAS	TIPO II: INTERMEDIARIOS MAYORISTAS
Productos ofertados:	Ofertan un stock de hortalizas: Coliflor, brócoli, lechuga, zanahoria, col y productos complementarios de diferente procedencia, acopiados en mercados locales en horas de la madrugada,	Estos actores ofertan diversidad de hortalizas procedentes de zonas productoras de distintas provincias del país, que acopian en mercados de regionales de Riobamba y Cuenca, pueden ser mayorista o minoristas detallistas
Calidad de los productos:	El rango varia de Muy Buena, Buena, Regular; en caso de hortalizas locales principalmente atributos del producto (organolépticas: sabor, olor, textura), inocuidad, y del proceso (origen, la producción agroecológica o convencional, el impacto ambiental)	Los productos es de buena calidad a regular, en el caso de productos de origen regional (Tungurahua, Chimborazo, Azuay), es cualidad buena a regular por las aptitudes del producto: forma, consistencia, sanidad, integridad, frescura, debido. Es de muy buena a buena por sus atributos y aptitudes, los productos locales que se comercializan fuera de mercados locales
Venta, costo e ingreso neto.	La venta de hortalizas oscilan entre 3200 USD/año, costos operativos anuales es de 3600 USD, ingreso neto anual supera los 3000 USD.	Las ventas anuales sobrepasan los 25000 USD, sus ingresos anuales es de 6000 USD.
Tecnología:	Regular e intermedia, no poseen infraestructura adecuada, como valor agregado mínimo realizan limpieza	Buena a regular, en sentido que por el volumen que comercializan, intervienen en manejo poscosecha y transportación del producto pero en pésimas condiciones
Actividades:	Adquisición de surtido de las hortalizas, manipuleo de limpieza, fraccionamiento, exhibición y venta del producto,	Adquisición y recepción de las hortalizas, manipuleo de limpieza, exhibición y venta del producto,
Nivel educativo:	Tiene niveles primarios,	Tienen niveles primarios y secundarios,
Referencia organizativo:	La mayoría pertenecen a las asociaciones de pequeños negocios de los mercados municipales y feria libre	Pertenecen a las asociaciones de negocios de los mercados municipales y feria libre en más de una ciudad, varios de ellos no son asociados a ningún gremio del sector.
Ingreso promedio/mes:	Ingreso promedio oscilan entre 250 USD/mes	Ingreso promedio de rubro hortalizas es de 450 USD/mes

Fuente: Investigación de campo.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

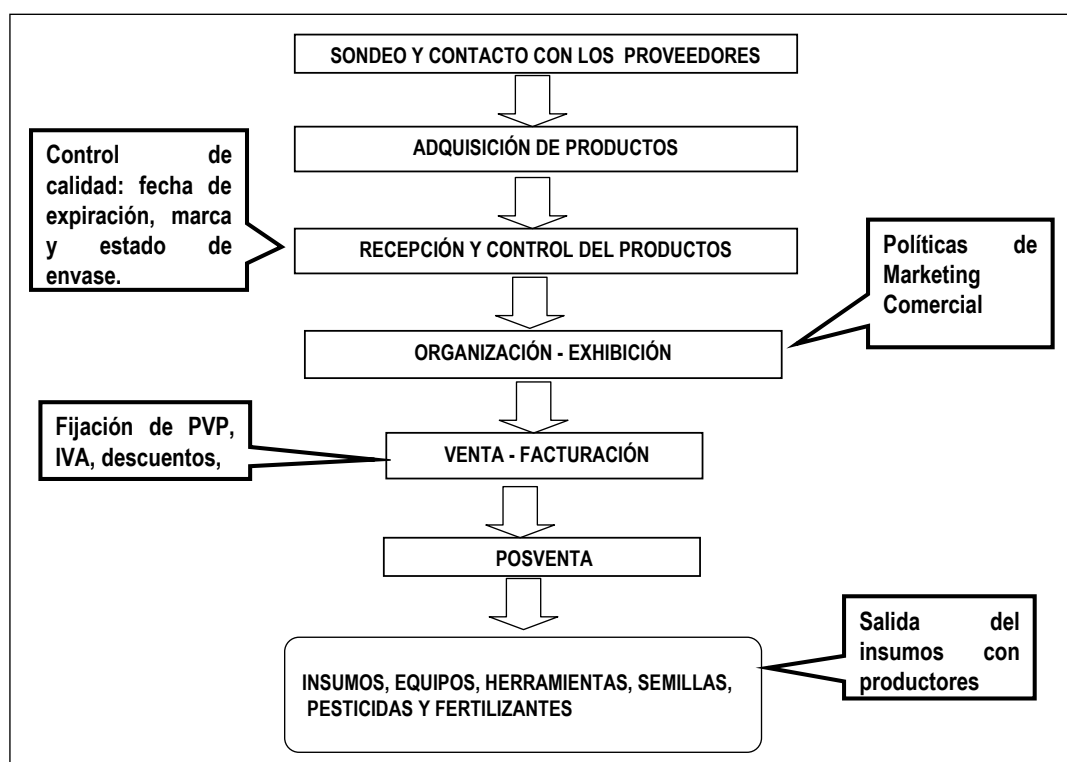
b) Itinerario técnico² del eslabón de la cadena de hortalizas

También denominado flujo de materia o flujo de proceso técnico, que permite precisar cada paso técnico realizado por los actores en los diferentes eslabones, ayuda a identificar los cuellos de botella sobresalientes. A continuación se demuestra los procesos técnicos de cada uno de los agentes económicos.

i. Proceso técnico del eslabón de proveedores de insumos

El proceso a nivel de segmento de proveedores es importante, que una serie de actividades incide en el costo de transacción, y a nivel de producción de hortalizas se requieren diversos insumos agrícolas, equipos, herramientas.

FIGURA 3. PROCESO TÉCNICO DEL ESLABÓN DE PROVEEDORES DE INSUMOS



Fuente: Investigación de campo.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

² Itinerario técnico, es el ordenamiento, planificado y lógico, de las técnicas y prácticas culturales aplicado a un cultivo (variedad, fecha y dosis de siembra, labores del suelo, riego, control de malezas, de enfermedades y plagas, cosecha, etc.), (VECO Ecuador, 2007)

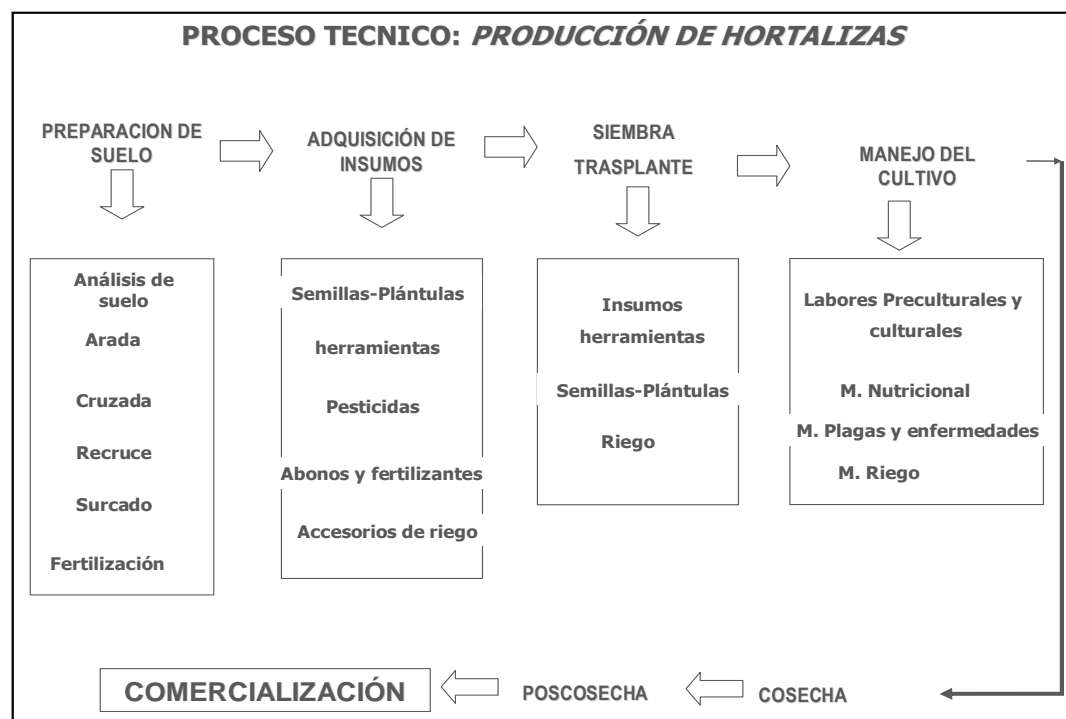
ii. Proceso técnico del eslabón de producción de hortalizas

La fase de proceso de producción de producto primario de la cadena de hortalizas, la fase principal, que involucra diversas actividades primordiales se refiere a lo siguiente: producción de plántulas, preparación de suelo, manejo de fertilidad del suelo, trasplante y manejo del cultivo, cosecha y poscosecha y comercialización de producto

Este análisis es necesario para considerar la eficiencia y eficacia en la producción; además nos indagar los costos en cada una de las actividades y sub. actividades y el valor agregado que se genera con solo agregar a la fase agrícola el proceso de poscosecha, que constituye un eslabón importante de la cadena, para que el cultivo de hortalizas sea atractivo al productor agrícola, bajo un esquema empresarial y asociativo, que permita integrar a la fase productiva un proceso agroindustrial.

Gestión y organización de negocio de hortalizas, Selección del suelo, Manejo y preparación del suelo, Manejo del cultivo, Cosecha, Poscosecha, En los siguientes esquemas se muestra los pasos para la producción de hortalizas, que se requiere para unir y fortalecer los eslabones de la cadena.

FIGURA 4. : PROCESO TÉCNICO DEL ESLABÓN DE PRODUCCIÓN



Fuente: Investigación de campo.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

c) Caracterización general de los actores

La caracterización consiste en describir con detalles las actividades realizadas por los actores en cada eslabón, las relaciones con otros actores, su ámbito de acción, los riesgos que incurren, Además, se ha identificado sus principales debilidades y fortalezas.

Esta caracterización nos da una idea más clara de quienes son, cuantos son, que hacen, porqué lo hacen, como lo hacen y en que condiciones lo hacen. Igualmente, todo este conjunto de caracteres nos permite indagar mejor los factores impulsivos y restrictivos que caracterizan a los puntos críticos.

En los siguientes cuadros se detalla en forma resumida y sintética de las principales características de cada uno de los actores por cada bloque económico.

CUADRO 11. CARACTERIZACIÓN DE ACTORES PROVEEDOR DE INSUMOS

Criterios	Almacenes Agropecuarios	Almacenes agrícolas (maquinaria y accesorios de riego)	Ferreterías
Características	-Son almacenes agropecuarios que venden insumos agrícolas químicos y biológicos, semillas de hortalizas. -Los almacenes tienen patente municipal, permisos de funcionamiento otorgados y regulados por SESA y MAGAP, cada uno de ellos cuenta con un personal especializado en área agropecuaria, que brinda asesoría en momento de venta.	- Proveen de maquinaria agrícola y accesorios. - También existen almacenes que venden toda la tecnología de riego tuberías, mangueras, aspersores, accesorios varios, estos proveedores cuentan con personal capacitado en tecnología de riego o agronomía.	Las ferreterías proveen herramientas para la agricultura, accesorios de riego, no cuenta con personal capacitado para asesoría a clientes, línea de este negocio es dirigido a construcción.
Descripción de las actividades	Los almacenes agropecuarios proveen en su mayoría productos e insumos de línea agrícola como semillas, pesticidas, abonos y fertilizantes, equipos; tienen servicio de provisión productos pecuarios o veterinarios.	La especialidad de estos actores es exclusivamente a la maquinaria y accesorios agropecuarios, en línea de monocultivo, maquinaria pesada, arados, vertederas, y compra venta de maquinarias.	Para las ferreterías la provisión de herramientas agrícolas es complementarios de su negocio, la venta de accesorios de riego
Relación con otros actores	Se mantiene relación directa entre los proveedores y agricultores, reflejados en adquisiciones, entrega oportuna de insumos y asesoría técnica.	No existe ninguna relación y afinidad con los productores, ni con demás actores de la cadena.	No existe ninguna relación y afinidad con los productores, ni con demás actores de la cadena.
Ámbito de acción	Los almacenes agropecuarios territorialmente incide en zonas productoras de hortalizas, en cantón Cañar la acción se centra en la cuenca alta del río Cañar.	Ámbito de acción es sector agropecuario.	No tiene área de acción definida o delimitada
Costos	Los costos de los insumos es en función de evolución de inflación y cada proveedor tiene sus márgenes en función de movimiento de productos, mercadería, precios y costos de competencia	Los costos de productos siempre es variante, muchas veces depende de inflación, aranceles. También depende de los modelos y marcas de productos.	Las ferreterías ofertan sus productos a margen de precios de competencia. En ciudades pequeñas por el monopolio de provisión los costos son diferenciados con altos márgenes de utilidad.
Riesgos	Baja, debido a que los insumos y productos agrícolas que expende tienen una vida útil temporalmente considerable.	Este segmento puede estar en riesgo a los precios internacionales e importaciones, políticas estatales.	No corren mayor riesgo por ser un actor muy puntual en la cadena.
Debilidades	Deficiente actualización de avance tecnológico y su influencia en la cadena, no dispone stock necesario de insumos biológicos y ecológicos, equipos y accesorios.	No son importadores directos.	Deficiente especialización, para dotar de información sobre uso y manejo de herramientas y equipos ofertados.
Fortalezas	Mayoría de los dueños de los almacenes agropecuarios tienen profesionalización en área agropecuaria hasta de tercer nivel, por lo que tienen facilidades para actualizar sus conocimientos e innovaciones. Los responsables de los almacenes agropecuarios tienen estrecha afinidad y contactos con red de agentes o representantes de las empresas distribuidoras de los insumos agropecuarios en el Ecuador, lo que facilita la provisión inmediata de los productos o equipos requeridos.	Cuentan con capital de trabajo.	Diversificación de productos de ferretería.

Fuente: Investigación de campo.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

CUADRO 12. CARACTERIZACIÓN DE LOS ACTORES PRODUCTORES DE HORTALIZAS.

Criterios	Actores productores: Pequeños productores de hortalizas
Características	<ul style="list-style-type: none"> - Son productores permanentes durante el año. - Que por las condiciones de minifundio, sus extensiones mantienen entre 0.25 a 1 Ha. - Las unidades productivas son diversificadas con variedades y cultivares de hortalizas, incluso rubro de animales menores. - Por las condiciones de la demanda del mercado en las UPF's, practican las rotaciones y asociaciones de cultivos.
Descripción de actividades	<ul style="list-style-type: none"> - Las actividades que desarrollan son: a) Selección y provisión de insumos, herramientas; b) producción calendarizada de plántulas (semilleros), c) preparación de suelos (arada, cruzada, recruzada y surcada), d) adición de materia orgánica y fertilizantes, e) trasplante-siembra, f) deshierbas, g) monitoreo y manejo permanente de control de plagas y enfermedades; h) aplicación de riego y fertilización complementaria, i) cosecha y j) comercialización. - Estas unidades son semitecnificadas, pero no se llevan registros, análisis económicos, gerencia productiva es familiar e empírica, no existe un análisis de suelos e interpretación para manejo de fertilización adecuada. No hay estudio de plan de negocios y mercadeo, información de mercados (precios), ni asistencia técnica ni capacitación especializada permanente. - A nivel de poscosecha no hay un manejo adecuado, la infraestructura es nula, hay mínimas adecuaciones, las herramientas y equipos que poseen son inadecuadas.
Relación con otros actores	<ul style="list-style-type: none"> - Existe relación con otros actores como proveedores de insumos y herramientas, existe ínfima relación con intermediarios o comerciantes. No prevalece buena relación con actores indirectos como sector financiero, servicios de asistencia técnica, también no se han consolidado las relaciones entre los mismos productores.
Ámbito de acción	<ul style="list-style-type: none"> - Son productores que por sus características de unidades productivas tiene su ámbito a nivel de las fincas o unidades productivas privadas o familiares.
Costos	<ul style="list-style-type: none"> - Hay una variabilidad de costos, variabilidad relacionada con los montos de inversiones en infraestructura productiva, instalaciones de riego, insumos utilizados, calidad semillas y asistencia técnica. También se debe considerar que la extensión o tamaño de superficie cultivada y volumen de producción inducen en las alteraciones de costos, es decir, mientras más pequeños es la superficie cultivada el costo es alto.
Riesgos	<ul style="list-style-type: none"> - Los factores climáticos: exceso y prolongada sequía o invierno, los vientos fríos, heladas, genera en la degradación de calidad y competitividad, que induce baja rentabilidad. - Limitado uso de tecnología de producción e innovación, equivale a baja calidad de productos ofertados que genera baja rentabilidad económica y pone en duda la sostenibilidad. - Insuficiente organización de pequeños productores para masificar la oferta en términos de volumen y calidad de productos en distintos ambientes territoriales. - Informalidad de los productores y ausencia de asociatividad para comercialización induce a alto costo de transacción poniendo en riesgo a los productos de hortalizas. - Sujetos a la constante inestabilidad de precios de sus productos. - Poca o nula aplicación y acceso a las políticas especiales para el desarrollo agrícola especialmente para la cadena de hortalizas, bajo apoyo gubernamental, impide los encadenamientos de la producción – comercialización.
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> - Conocen de manera muy general la tecnología de producción de las hortalizas, por lo que no pueden mejorar la calidad y en forma eficiente, - Generan poco (casi nulo) valor agregado con los productos. Venden a los intermediarios y a consumidores - Las entidades presentes no tienen un programa de investigación definido a la cadena de hortalizas y no cuentan con fuentes de financiamiento para el apoyo a productores - No cuenta con un capital humano especializado en la temática de la producción de hortalizas y encadenamiento a la comercialización - A nivel de los pequeños productores hay débil conocimiento y formación en técnicas de manejo, transformación y comercialización de hortalizas, así como en la estrategia del mercadeo y marketing comercial, por lo que su capacidad de negociación es muy limitada. - Igualmente existe incipiente formación y capacitación agroempresarial. - Cuentan con bajos volumen de producción por predominio de minifundio (falta de recurso tierra) - La calidad del producto se pierde en el momento de la cosecha y poscosecha - Los nexos y alianzas con los demás actores son incipientes, - La mayoría de los productores no dispone de capital financiero propio y suficiente como para invertir en la producción de hortalizas - Las familias sufren la descapitalización humano producto de la migración internacional.
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> - Los productores tiene iniciativas de asociar y fortalecer sus unidades de producción mediante capacitación y asistencia técnica y sumar volúmenes de productos para mercados mayoristas regionales - A nivel local conocen formas tradicionales de comercialización y es dócil fortalecer mediante capacitación dirigida a comercialización, estrategias de mercadeo marketing, atención al cliente - Tienen experiencia y bases a la producción agroecológica que facilita mediante asistencia técnica y capacitación fortalecer la tecnología con enfoque de producción con calidad y valor agregado - Mantienen relaciones familiares que permite generar demanda de mano de obra y emplear. - Tienen presencia de organizaciones que están en procesos de investigación sobre proceso productivo de hortalizas para encadenar la producción e impulsar sistemas de encadenamientos agroempresariales. - Los productores encuentran en zonas con condiciones adecuadas como calidad de suelos, condiciones climáticas, sistemas de riego, infraestructura para la producción de hortalizas,

Criterios	Actores productores: Medianos productores de hortalizas
Características	<p>- Para esta categoría de productores las extensiones de cultivo esta de 1 a 3 Ha. las características de estos productores es un sistema de cultivo y producción comercial, que sus unidades de producción cuenta con asistencia técnica, mecanización agrícola, semitecnificación de riego, planificación y calendarización de la producción, rotación y diversificación de cultivo, conocen canales de comercialización y nichos de mercado. La producción es permanente.</p> <p>- Son agricultores quienes dedican al cultivo de hortalizas desde varios años, apuntando que su fuente de ingreso económico es mediante la venta de hortalizas en los mercados locales y regionales, estos agricultores, se dedican a diversificar variedades y cultivares de hortalizas más rentables, según nicho de clientes que demandan, son productores que implementan e innovan tecnologías en función de las necesidades de sus cultivos.</p> <p>- En el cantón Cañar, se ha identificado productores individuales o privados que efectivamente realizan actividades productivas en sus parcelas, con incidencia mínimo (10%) de apoyo externo de ONGs presentes, que su aporte es a nivel de asistencia técnica en la parte productiva y financiamiento de capacitación e insumos como parte del capital de operación.</p> <p>- En el cantón Tambo se ha evidenciado la presencia de agricultores organizados a nivel de Asociación de Productores Agroecológicos, que aglutina sobre 25 productores de hortalizas, plantas medicinales y animales menores, quienes tienen apoyo de organización cantonal UCOIT; está asociación viene trabajando por más de cinco años, desde fase productiva hasta la comercialización a nivel local, que están con puntos de venta los días sábados a nivel del mercado municipal en ciudad de Tambo identificados como productores agroecológicos; estos productores están aliados a la Red Agroecológica del Austro.</p> <p>- En el cantón Suscal, de igual forma prevalece la producción individual la fase de asistencia técnica, seguimiento y monitoreo de producción ejecuta la agro empresa Chuya Mikuna, la cual es responsable de acopio y la comercialización de hortalizas especialmente en mercados regionales. La producción tiene un aval de certificación por BCS- empresa Alemana. Además cuentan con apoyo puntual de ONGs como consorcio Sendas – Protos – Veco - Proyecto Mishki Yaku, gobierno local, organizaciones campesinas. Tienen personería jurídica para garantizar la producción y comercialización.</p> <p>En los tres cantones aproximadamente se encuentran 119 productores de hortalizas, que su principal fuente de ingreso es la actividad agropecuaria, de la cual cultivan productos complementarios de ciclo corto como maíz, papa, arveja, y la crianza de animales menores cuyes, aves, ovinos, porcinos; tiene un servicio limitado de MAGAP, SESA, Municipios caso Suscal.</p> <p>- Las instituciones gubernamentales y no gubernamentales involucradas con el desarrollo de la cadena de producción de hortalizas a nivel local actualmente son, AAIC, FEPP, MIES, MAGAP, Proyecto CODESARROLLO Cañar-Murcia; consorcio Sendas – Protos – Veco - Proyecto Mishki Yaku en Suscal, Red Agroecológica del Austro caso de Tambo.</p>
Descripción de actividades	<p>- Las actividades que desarrollan son: a) Selección y provisión de insumos, herramientas; b) producción calendarizada de plántulas (semilleros), c) preparación de suelos (arada, cruzada, recruzada y surcada), d) adición de materia orgánica y fertilizantes, e) trasplante-siembra, f) deshierbas, g) monitoreo y manejo permanente de control de plagas y enfermedades; h) aplicación de riego y fertilización complementaria, i) cosecha y j) comercialización.</p> <p>- Estas unidades son semitecnificadas, pero no se llevan registros, análisis económicos, gerencia productiva es familiar e empírica, no existe un análisis de suelos e interpretación para manejo de fertilización adecuada. No hay estudio de plan de negocios y mercadeo, información de mercados (precios), ni asistencia técnica ni capacitación especializada permanente.</p> <p>- A nivel de poscosecha no hay un manejo adecuado, la infraestructura es nula, hay mínimas adecuaciones, las herramientas y equipos que poseen son inadecuadas.</p>
Relación con otros actores	<p>-Existe relación con otros actores como proveedores de insumos y herramientas, servicios de asistencia técnica privada, pero no se han consolidado las relaciones entre los mismos productores.</p>
Ámbito de acción	<p>-Son productores que por sus características de unidades productivas tiene su ámbito a nivel de las fincas y por la comercialización conocen varios nichos de mercados a nivel local y regional.</p>
Costos	<p>- La variabilidad de costos es en relación a las inversiones sobre infraestructura productiva básicamente, instalaciones de riego, insumos utilizados materia orgánica (gallinaza), calidad semillas, asistencia técnica, adquisiciones de maquinaria agrícola y transporte. También se debe considerar que la extensión o tamaño de superficie cultivada.</p>
Riesgos	<p>- Los factores climáticos: exceso y prolongada sequía o invierno, los vientos fríos, heladas, genera en la degradación de calidad y competitividad, que induce baja rentabilidad.</p> <p>- Limitado uso de tecnología de producción e innovación equivale a baja calidad de productos ofertados que genera baja rentabilidad económica y pone en duda la sostenibilidad.</p> <p>- Insuficiente organización de productores para masificar la oferta en términos de volumen y calidad de productos en distintos ambientes territoriales.</p> <p>- Informalidad de los productores y ausencia de asociatividad para comercialización induce a alto costo de transacción poniendo en riesgo a los productos de hortalizas y su cadena.</p> <p>- Sujetos a la constante inestabilidad de precios de sus productos.</p>
Debilidades	<p>- Generan poco (casi nulo) valor agregado con los productos. Venden a los intermediarios y a consumidores</p> <p>- No tienen grado de asociatividad para organizar a producción y comercialización</p> <p>- No cuenta con un capital humano especializado en la temática de la producción de hortalizas y encadenamiento a la comercialización</p> <p>- Igualmente existe incipiente formación y capacitación agroempresarial.</p> <p>- La calidad del producto se pierde en el momento de la cosecha y poscosecha</p> <p>- Los nexos y alianzas con los demás actores son incipientes,</p>
Fortalezas	<p>- Basta experiencia en manejo y la producción de hortalizas</p> <p>- Cuentan con nichos de mercados y clientes potenciales</p> <p>- Cuenta con mecanización agrícola y transporte propio</p> <p>- Disponibilidad de suelos fértiles entre 2700 a 3000 m.s.n.m. con climas favorables para el cultivo de hortalizas,</p>

Fuente: Investigación de campo.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

CUADRO 13. CARACTERIZACIÓN DE ACTORES DE SEGMENTO COMERCIALIZACIÓN

Criterios	Actores: comercialización	
	Minoristas detallistas	Mayoristas regionales
Características	<ul style="list-style-type: none"> - Son pequeños comerciantes minoristas que se encuentran de sectores aledaños de la ciudad de Cañar, Tambo y Suscal. En su mayoría son aglutinados a una asociación de comerciantes, también existen comerciantes informales o que no pertenecen a una organización de comerciantes. - La actividad de compra y venta de productos frescos y su es complementarios para más de 80% de comerciantes, por lo que están presentes en los mercados los principales días feriados; para 20% es principal fuente de ingreso. - En ocasiones son productores de productos frescos hortalizas. -El poder de negociación se ve afectado por la oferta y demanda del producto, está inestabilidad hace que los comerciantes sean vulnerables, abriendo el paso para que los comerciantes tenga poder de negociación especialmente fijar precios de compra y de venta 	<ul style="list-style-type: none"> - Son comerciantes que acopian en los mercados mayoristas de Riobamba, Ambato y Cuenca y transportan los productos a la ciudad de Cañar y Tambo - Este nivel de intermediarios cuentan con un capital de trabajo propio o a crédito destinado para la comercialización - Son comerciantes que en ocasiones son exclusivos en hortalizas, otros consideran a las hortalizas como producto complementario en el negocio siendo su prioridad frutas, tubérculos; también ofertan un surtido de productos frescos en general. - En su mayoría cuentan con transporte propio para acopiar y transportar productos e incluso realizan las distribuciones. - Conocen y manejan a lo diario la variación de precios de los productos a nivel de mayoristas, por lo que fijan precios a los pequeños intermediarios o consumidor final. - Son mayoristas que distribuyen a los pequeños comerciantes de Cañar, Tambo, y otros venden a consumidor final en sus puntos de ventas ubicadas en los mercados de las ciudades. - Son comerciantes que fijan el precio entre los productores y comerciantes minoristas o consumidor. - Además fijan las calidades del producto con el proveedor. - No están organizados a nivel de mercados proveedores. - Acopian grandes volúmenes de surtido de productos, donde las hortalizas pasan ha ser productos complementarios. - La principal fuente de ingreso es la comercialización de productos agrícolas frescos - Se encuentran en diferentes ciudades del país o región.
Descripción de actividades	<ul style="list-style-type: none"> -Este tipo de comerciantes son los que acopian los productos "hortalizas" en feria libre de de Cañar, Tambo, luego llevan (transporte) a sus puntos de ventas de la ciudad, fraccionamiento, limpieza, y revenden a los consumidores - Realizan la compra y venta de productos frescos-hortalizas en días feriados. 	<ul style="list-style-type: none"> - Las principales actividades consiste en: identificación del producto, negociación, compra, cargado al transporte, transporte hasta Cuenca, Cañar y Tambo, fraccionamiento del producto, exhibición del producto (oferta), negociación y venta del producto.
Relación con otros actores	<ul style="list-style-type: none"> - La relación se enmarca entre los socios de las asociaciones de comerciantes, donde intercambian los precios de compra de los productos; se relacionan con productores o proveedores durante la compra para la negociación de precios y compra-venta. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tiene relación con los proveedores en mercados mayoristas y con intermediarios locales, muy poco acercamiento a los consumidores finales y otros actores de la cadena. - El inconveniente que enfrentan con los proveedores es la irregularidad de precios de hortalizas y calidad.
Ámbito de acción	<ul style="list-style-type: none"> - 90 % de comerciantes tiene puestos de venta en un solo nicho, los 10% tienen puntos de venta en distintos mercados locales Cañar (domingos) y tambo(sábados), es decir su acción es a nivel de los clientes locales que visitan durante sus compras 	<ul style="list-style-type: none"> - Ámbito de acción es a nivel regional desde provisión hasta venta de hortalizas, son actores que están presentes en las diferentes ferias como Cuenca, Azogues, Cañar, Tambo.
Costos	<ul style="list-style-type: none"> En este segmento los costos se refiere al capital de inversión, costo de un jornal, costo de pequeñas adecuaciones para exhibir productos(carpas-gavetas) costos de transacción, impuestos por uso de puesto 	<ul style="list-style-type: none"> - Los costos que incide en este segmento, es inversión en compra de productos, costo de transporte, chofer, costo de jornal o ayudante, costo de distribución, gastos de impuestos.
Riesgos	<ul style="list-style-type: none"> - Poco margen de utilidad puede permitir abandono de ser intermediario, - La ausencia de utilidades obligaría al cierre temporal de las plantas. - Bajos volúmenes de producciones ocasionan inestabilidad de precios 	<ul style="list-style-type: none"> - Accidentes de transito, los comerciantes carecen de seguros del cargamento de productos
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> - Conocen estrategias de negociación y compra de productos a bajos costos y con margen considerable (por encima de 25%), - Son personas especializadas, entrenado y con experiencia en comercialización, por lo que genera ingresos en corto plazo. - Bajo nivel de inversión de recursos materiales y financieros - Diversificación de productos, principales o complementarios - Mantienen buena relación con los clientes consumidores finales 	<ul style="list-style-type: none"> - Diversificación de productos - Participación de la familia
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> - Inadecuado atención al cliente, posventa inexistentes, sumados a estos productos con bajo estándares de calidad induce volúmenes de ventas mínimas. - Acceso al financiamiento limitado para expandir sus actividades y mejorar sus procesos de comercialización Limitado capital de trabajo para comprar volúmenes altos 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de acceso capacitaciones, asistencia técnica - No dispone de apoyo de ONGs - Interés de asociarse - Grupos de interés o clientes están consolidados en asociaciones y cuentan con puntos de venta en mercados locales o regionales. - Limitado capital de trabajo para comprar volúmenes requeridos y demandados

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: ZARUMA F. 2008.

La descripción del cuadro nos permite emitir las siguientes conclusiones generales:

En el segmento de provisión de insumos, en el área de estudio se ha evidenciado tres tipologías de actores: almacenes agropecuarios, almacenes agrícolas, ferreterías, cada uno de ellos proveen insumos agropecuarios, maquinarias agrícolas y tecnologías de riego, herramientas y accesorios para la agricultura, respectivamente.

A nivel de la zona no se evidencia la **provisión de plántulas de hortalizas** de calidad que garantice el prendimiento y producción.-

En el eslabón de productores se identificó tres tipologías, siendo el 41.2% pequeños productores que cuentan con superficies que varían de 0.25 a 1 Ha., el 2.5% medianos productores con capacidad productiva de 1 a 3 Ha., también se evidencia el 56.3% productores de autoconsumo que tienen superficie cultivada de hortalizas entre 0.05 a 0.25 Ha., de los cuales el 27.8% de los productores están ubicados en cantón Cañar, 34.5% en El Tambo y 37.8 % en Suscal.

Entre las principales debilidades podemos ratificar **bajo nivel de asociativismo**, limitado acceso a servicios de asistencia técnica (AT), formación, gestión empresarial, crédito, deficiente acceso a canales de comercialización, incipiente conocimiento de tecnología de producción, escaso apoyo de organismo de desarrollo. La mayoría de estos productores tienen tendencia de producción agroecológica.

En el segmento de comercialización, se evidencia la **presencia de intermediarios mayoristas y minoristas**, siendo el más notorio la presencia de dos agroempresas dedicadas a la comercialización de productos agroecológicos de los pequeños productores, empresas campesinas que orienta su comercio hacia el mercado local y regional. Así mismo, se ha identificado que los productores realizan la comercialización directa a los consumidores en las ferias y varios puntos de ventas de mercados con el fin de minimizar la cadena de comercialización.

2) Estudio de los actores indirectos

Los actores indirectos, a pesar de que no tiene una relación directa con los eslabones de la cadena, brindan servicios de apoyo a los actores directos de la cadena, su función es fundamental para el desarrollo de la cadena. Son instituciones o empresas que prestan servicios de asistencia técnica, productiva y empresarial, investigación, crédito, transporte, información, comunicación, entre otros. Al estudiar sus características se pretende dar a conocer la calidad de la oferta y el acceso a los servicios de apoyo a la cadena, estableciendo

de qué tipo de actor se trata, su zona de intervención, los servicios que ofrece, beneficios para sus clientes, condiciones, calidad, costos, riesgos, tecnologías y métodos usados, entre otros aspectos.

En este apartado se han identificado varios actores indirectamente relacionados en el desarrollo de la cadena productiva de hortalizas; a continuación se realiza el mapeo y se caracteriza a diversos tipos de actores por eslabones y tipo de servicios brindados a los actores directos.

a). Mapeo de actores indirectos

En esquema 3 se ilustra los principales actores indirectos involucrados en la cadena y su interacción. Aquí se clasifica a los actores indirectos desde la perspectiva organismos gubernamentales, organismos no gubernamentales, centros de investigación, institutos tecnológicos y universidades, cooperación internacional, entidades financieras, empresas privadas y asociaciones.

FIGURA 5. MAPEO DE LOS ACTORES INDIRECTOS DE LA CADENA DE HORTALIZAS

ACTORES INDIRECTOS	ACTORES DIRECTOS			
	PROVEEDORES DE INSUMOS	PRODUCTORES	COMERCIALIZACIÓN	CONSUMIDOR FINAL
ORGANISMOS GUBERNAMENTALES	MAGAP, MIES, MIC: AT, gestión de conocimiento			
ONGs	FEPP, SENDAS, CESA, VECO: Investigación, gestión de conocimiento RED AGROECOLOGICA DEL AUSTRO: regulación de políticas producción, comercialización			
CENTROS DE INVESTIGACIÓN Y UNIVERSIDADES	U.C, UDA, UPS, ITAP, IINIAP, investigación, transferencia, AT			
COOPERACIÓN INTERNACIONAL	INTERCOOPERACION, GTZ, SNV, C BELGA, AECID: gestión de conocimiento, desarrollo			
ENTIDADES FINANCIERAS	BNF, CFN, CAC: créditos para inversiones agrícolas			
EMPRESAS PRIVADAS, ASOCIACIONES, OSG.	CORPEI: Gestión de Comercialización y exportación			
	AAIC, TUCAUTA: AT, Investigación e innovación, capacitación y gestión de comercio, organización de productores			
	CERTIFICADORAS: otorgan certificación orgánica y agroecológica. gestión conocimiento			

Fuente: Investigación de campo.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

a) Caracterización de los actores indirectos

La caracterización de los actores indirectos se ha hecho en función a los siguientes criterios: tipo de actor, zona de intervención, temporalidad de servicio, métodos y técnicas usadas, condiciones de acceso, calidad y costos del servicio. En los siguientes cuadros se sintetiza la caracterización de cada uno de los actores indirectos presentes en la cadena productiva de hortalizas.

CUADRO 14. CARACTERIZACIÓN DE ACTORES ORGANISMOS GUBERNAMENTALES

CRITERIOS	ACTORES			
	MAGAP	MIES	MIC	MUNICIPIOS
Tipo de actor	Organismo gubernamental	Organismo gubernamental	Organismo gubernamental	Organismo gubernamental/seccional
Zona de intervención	Nacional/provincial-	Nacional/provincial	Nacional/provincial	Cantonal
Temporalidad de oferta de servicio	Todo el año	Todo el año	Todo el año	Todo el año
Descripción de principales servicios ofrecidos	Investigación, asistencia técnica, financiamiento, reactivación productiva	Investigación, asistencia técnica, financiamiento, reactivación productiva	Legalización personería jurídica, asistencia técnica comercial.	Apoyos coyunturales de proyectos productivos, y políticas caso Suscal
Técnicas y métodos usados	Selección de actores, elaboración y gestión de proyectos productivos sostenibles	Selección de actores, elaboración y gestión de proyectos productivos sostenibles		Selección de actores, elaboración y gestión de proyectos productivos sostenibles.
Riesgos inherentes a la actividad	Son apoyos temporales que pone en riesgo la sostenibilidad	Son apoyos temporales que pone en riesgo la sostenibilidad	Son apoyos temporales que pone en riesgo la sostenibilidad	Son apoyos temporales que pone en riesgo la sostenibilidad
Condición de acceso al servicio (desde los clientes)	Preferentemente debe ser organizaciones naturales y jurídicas, que estén desarrollando actividades de encadenamiento productivo hortícola	Preferentemente debe ser organizaciones naturales y jurídicas, que estén desarrollando actividades de encadenamiento productivo hortícola	Preferentemente debe ser organizaciones jurídicas o comunitarias	Preferentemente debe ser organizaciones jurídicas o comunitarias
Calidad de servicio (desde los clientes)	Regular	Regular	Regular	Regular
Costo de servicio	Costo de gestión	Costo de gestión	Costo de gestión	Costo de gestión

Fuente: Investigación de campo.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

CUADRO 15. CARACTERIZACIÓN DE ACTORES ORGANISMOS NO GUBERNAMENTALES

CRITERIOS	ACTORES			
	FONDO ECUATORIANO POPULORUM PROGRESSIO (FEPP)	SENDAS	CENTRAL ECUATORIANA DE SERVICIOS AGRÍCOLAS (CESA)	RED AGROECOLOGICA DEL AUSTRO (RAA)
Tipo de actor	Organismo no gubernamental	Organismo no gubernamental	Organismo no gubernamental	Organismo no gubernamental
Zona de intervención	Todo el país	Principalmente Azuay y Cañar	Se centra en zona centro y norte del país	Principalmente zona sur Austro
Temporalidad de oferta de servicio	Durante todo el año	Durante todo el año	Durante todo el año	Durante todo el año
Descripción de principales servicios ofrecidos	Gestión de conocimiento, comercialización, desarrollo empresarial	Investigación de gestión de conocimiento	Investigación, gestión de conocimiento, asistencia técnica	Gestión de conocimiento, reglamentación de políticas sistema de producción agroecológica
Técnicas y métodos usados	Selección de actores, elaboración y gestión de proyectos productivos sostenibles	Selección de actores, elaboración y gestión de proyectos productivos sostenibles	Selección de actores, elaboración y gestión de proyectos productivos sostenibles	Selección de actores y gestión de alianzas estratégicas
Riesgos inherentes a la actividad	Son apoyos temporales que pone en riesgo la sostenibilidad	Son apoyos temporales que pone en riesgo la sostenibilidad	Son apoyos temporales que pone en riesgo la sostenibilidad	Son apoyos a nivel de políticas y organismos que pueden poner en juego la sostenibilidad de los pequeños productores
Condición de acceso al servicio (desde los clientes)	Preferentemente debe ser organizaciones naturales y jurídicas, que estén desarrollando actividades de encadenamiento productivo hortícola	Preferentemente debe ser organizaciones naturales y jurídicas, que estén desarrollando actividades de encadenamiento productivo hortícola	Preferentemente debe ser organizaciones naturales y jurídicas, que estén desarrollando actividades de encadenamiento productivo hortícola	Preferentemente organizaciones naturales o jurídicas que estén desarrollando encadenamiento productivos con enfoque agroecológico u orgánico, prevaleciendo la seguridad alimentaría
Calidad de servicio (desde los clientes)	Regular	Regular	Regular	Regular
Costo de servicio	Costo de gestión	Costo de gestión	Costo de gestión	Costo de gestión

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: ZARUMA F. 2008.

CUADRO 16. CARACTERIZACIÓN DE CENTROS DE INVESTIGACIÓN Y UNIVERSIDADES

CRITERIOS	ACTORES		
	INSTITUTOS TECNOLÓGICOS AGROPECUARIOS	UNIVERSIDAD DE CUENCA, AZUAY, POLITÉCNICA SALESIANA	INIAP
Tipo de actor	Institutos superior agropecuarios	Universidad	Organismo autónomo gubernamental
Zona de intervención	Local	Región sur del Ecuador	Nivel nacional
Temporalidad de la oferta de servicios	Todo el año	Todo el año	Todo el año
Descripción de los principales servicios ofrecidos	Realiza investigaciones dirigidas a la producción de hortalizas convencionales y orgánicas, además forma profesionales en la cátedra de horticultura, agricultura orgánica, producción	Realiza investigaciones dirigidas producción de hortalizas con enfoque a la producción orgánica, además forma profesionales en la cátedra de horticultura.	Información y publicación relacionados a nivel de nutrición y preparación de alimentos
Técnicas y métodos usados	Sistema de formación presencial y de segundo nivel, investigación científica.	Sistema de formación presencial y de tercer nivel, investigación científica y a nivel de laboratorio.	Uso de sistemas de publicación, transferencia de tecnologías
Riesgos inherentes a la actividad	Son apoyo temporales, investigaciones no transferidos y dirigidos a empresas privadas, y dispone de financiamiento limitado	Son apoyo temporales, investigaciones no transferidos, y dispone de financiamiento limitado	Son apoyos temporales, las personas especializadas se encuentra a nivel de estación Santa Catalina Quito
Condición de acceso al servicio (desde los clientes)	Disponer de una unidad productiva, unidades de producción de hortalizas y cubrir los costos por servicios profesionales.	Cubrir los costos por servicios profesionales.	Tener nexos a nivel de estaciones regionales o unidades de transferencia tecnológicas.
Calidad de servicios (desde los clientes)	Buena y regular	Buena y regular	Regular.
Costo de servicio	Gastos de gestión	Gastos de gestión	Gastos de gestión de transferencia

Fuente: Investigación de campo.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

CUADRO 17. CARACTERIZACIÓN DE ACTORES COOPERACIÓN

CRITERIOS	ACTORES				
	INTERCOOPERACIÓN (IC)	COOPERACIÓN TÉCNICA ALEMÁN (GTZ)	SERVICIO HOLANDÉS DE COOPERACIÓN TÉCNICA (SNV)	COOPERACIÓN TÉCNICA BELGA (VECO)	CORPORACIÓN DE PROMOCIONES DE EXPORTACIONES E INVERSIONES (CORPEI)
Tipo de actor	Cooperación internacional	Cooperación internacional	Cooperación internacional	Cooperación internacional	Consortio gubernamental
Zona de intervención	Nacional e internacional	Nacional e internacional	Nacional e internacional	Nacional e internacional	Nacional e internacional
Temporalidad de la oferta de servicios	Durante todo el año	Durante todo el año	Durante todo el año	Durante todo el año	Durante todo el año
Descripción de los principales servicios ofrecidos	Gestión de conocimiento, estudio de cadenas, acceso a mercados, apoyo financiero, desarrollo empresarial		Gestión de conocimiento, estudio de cadenas, acceso a mercado, desarrollo organizacional y de mercados	Gestión de conocimiento, investigación, acceso a mercados, certificación orgánica para el mercado local,	Comercialización, promoción, apoyo a comercio exterior, desarrollo empresarial
Técnicas y métodos usados	En función de proyectos competitivos y sostenibles		A base de encadenamientos productivos hacia los mercados y proyectos sostenibles	Selección de actores asociativos con enfoque empresarial	En función de proyectos competitivos
Riesgos inherentes a la actividad	Son apoyos temporales	Son apoyos temporales	Son apoyos temporales	Son apoyos temporales	Son apoyos temporales
Condición de acceso al servicio (desde los clientes)	Personas naturales o jurídicas de carácter organizativo	Personas naturales o jurídicas de carácter organizativo	Personas naturales o jurídicas de carácter organizativo	Preferentemente organizaciones, que estén desarrollando encadenamientos productivos hortícola	Personas naturales o jurídicas de carácter organizativo
Calidad de servicios (desde los clientes)	Buena y regular	Buena y regular	Buena y regular	Buena y regular	Buena y regular
Costo de servicio	Costos de gestión y alianza	Costos de gestión y alianza	Costos de gestión y alianza	Costos de gestión y alianza	Costos de gestión y alianza

Fuente: Investigación de campo.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

CUADRO 18. CARACTERIZACIÓN DE ACTORES SECTOR ENTIDADES FINANCIERAS

CRITERIOS	ACTORES		
	COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO	BANCO NACIONAL DE FOMENTO (BNF)	CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL (CFN)
Tipo de actor	Entidades privadas	Entidad gubernamental	Entidad gubernamental
Zona de intervención	Local y regionales	A nivel nacional	A nivel nacional
Temporalidad de la oferta de servicios	Todo el año	Todo el año	Todo el año
Descripción de los principales servicios ofrecidos	Otorga créditos, pero no existe políticas de créditos para sector agrícola	Otorga financiamiento para actividades productivas y de consumo. Dentro de las actividades productivas esta la agrícolas, pecuarias, artesanales, comercio, etc. Particularmente en la línea agrícola ofrece financiamiento para producción, seguramente aquí incluye las semillas, fertilizantes; los montos van desde 300 hasta 5000 dólares, con plazos hasta 2 años y sin periodo de gracia, este sistema de crédito se denomina 555 y microcréditos créditos productivos.	Oferta financiamiento para el sector productivo: industria, pequeña industria y artesanía, agroindustria, pesca y turismo. Actúa como banca de primer y segundo piso. Para el marco de producción agrícola se ofertan créditos asociativos hasta 5000 USD, además se destina créditos para la agroindustria, capital de trabajo, para transformación y comercialización, en este se ubica créditos para la producción de hortalizas.
Técnicas y métodos usados	Son tipos o prendarios o hipotecarios	La otorgación de crédito se fundamenta en función a un proyecto de inversión.	El acceso de crédito va en función de un Proyecto de factibilidad y de un plan de negocio.
Riesgos inherentes a la actividad	Son sujetas a políticas comerciales, alto costo.	Son apoyo temporales y dispone de financiamiento limitado, sujeto a políticas de gobierno	Son apoyo temporales y dispone de financiamiento limitado
Condición de acceso al servicio (desde los clientes)	Toda las personas naturales y jurídicas que estén en plena actividad funcional y contar con documentos mínimos	Toda las personas naturales y jurídicas que estén en plena actividad funcional y contar con documentos mínimos	Toda las personas naturales y jurídicas que estén en plena actividad funcional y para pequeños productores estar en marco de asociatividad
Calidad de servicios (desde los clientes)	Regular	Regular	Regular
Costo de servicio	Gastos eminentes de trámites	Gastos eminentes de trámites	Gastos eminentes de trámites

Fuente: investigación de campo.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

CUADRO 19. CARACTERIZACIÓN DE ACTORES SECTOR ASOCIACIONES, OSG.

CRITERIOS	ACTORES			
	ASOCIACIÓN DE AGRÓNOMOS INDÍGENAS DEL CAÑAR (AAIC)	SOL SUPERMERCADO	CHUYA MIKUNA	OSG
Tipo de actor	Asociación privada	Sistema de comercialización asociativa	Sistema de comercialización asociativa privada	Organización comunitaria
Zona de intervención	Regional	Local	Regional	Territorial
Temporalidad de la oferta de servicios	Durante todo el año	Todo el año	Durante todo el año	Durante todo el año
Descripción de los principales servicios ofrecidos	Investigación interactiva, Asistencia Técnica, gestión de conocimiento y comercialización	Servicio de productos agropecuarios	Asistencia técnica, provisión de insumos, comercialización	Gestión de propuestas para los socios
Técnicas y métodos usados	Metodologías interactivas		Participación de los socios	Metodologías interactivas
Riesgos inherentes a la actividad	Son apoyo temporales y dispone de financiamiento limitado			
Condición de acceso al servicio (desde los clientes)	Tiene que ser personas naturales y jurídicas que estén desarrollando actividades productivas agropecuarias, agroindustriales, agronegocios	La población en general	La población con una conciencia de consumo de alimentos garantizados	
Calidad de servicios (desde los clientes)	Buena	Regular	Regular	Regular
Costo de servicio	Costos eminentes de servicio	Costo de los productos	Costo de los productos	Costos servicio

Fuente: Investigación directa
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

Haciendo un análisis global de los actores podemos identificar los principales factores que inciden y contribuyen a la competitividad de la cadena productiva, entre estos tenemos las siguientes fortalezas:

- Existen las preasociaciones y asociaciones de horticultores a nivel agroecológico y orgánico con enfoque empresarial.
- Presencia de agroempresas con experiencia organizativa y comercializando los productos en mercado local y regional.
- Presencia de organismo predispuesto en fortalecer la producción agrícola empresarial y con enfoque de seguridad alimentaría.

Entre las principales debilidades de los actores que frenan la competitividad de la cadena tenemos los siguientes:

- Deficiente conocimiento en gestión empresarial y comercialización agropecuaria principalmente.
- Escasa preocupación de organismos gubernamentales y privados en extender asistencia técnica, capacitación y formación a pequeños productores de hortalizas.
- Los productores tienen deficientes acceso a nichos de mercados.
- Falta de cultura asociativa para fortalecer la producción y comercialización, gestión de mercado, negociación y adquisición de insumos, acceso a conocimiento.

Así mismo, del análisis de estas secciones, se ha identificado también las principales deficiencias en servicios de apoyo a los actores directos de la cadena, entre las más importantes tenemos:

- En la zona no hay presencia de organismo que apoyan la generación de valor agregado, gestión y acceso a mercado y comercialización de productos agrícolas
- No hay apoyo de gobiernos seccionales hacia el sector agrícola especialmente para el desarrollo de la cadena de hortalizas.
- Existe poca investigación tecnológica adaptada a las condiciones de la zona y su respectiva transferencia a los horticultores.

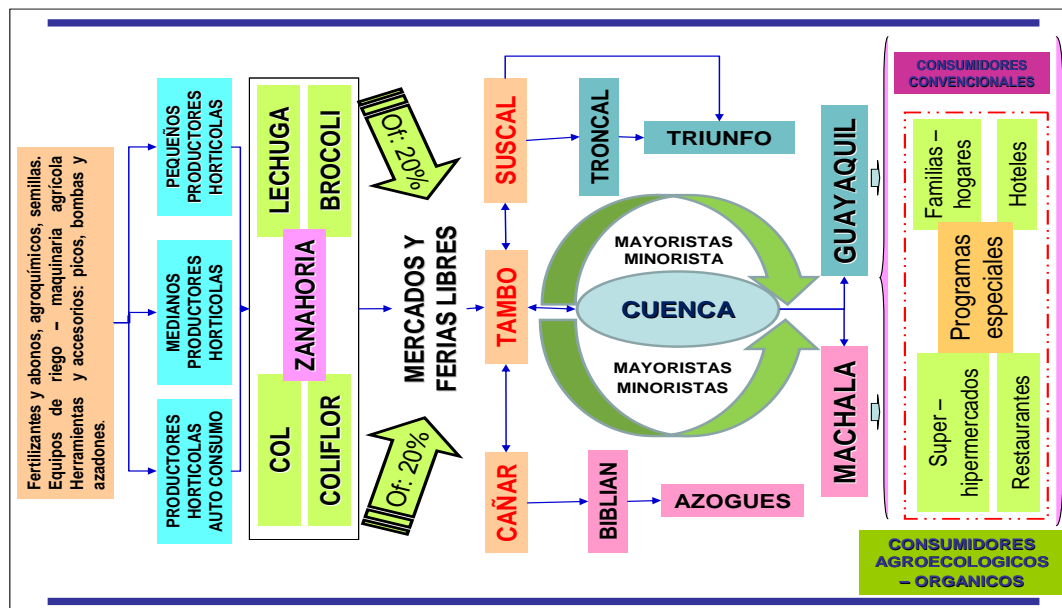
4. Bloque relaciones y organización de los actores

En este eslabón se analiza las relaciones entre los actores de los diferentes eslabones y de un mismo eslabón. Conceptualmente se explica que la cadena es competitiva cuando sus diferentes actores desarrollan relaciones eficientes y equitativas entre ellos, coordinan y comparten una visión común del desarrollo de la cadena. Las relaciones entre los actores se analizan desde dos puntos de vista: flujograma y la organización y concertación de los actores.

a. Flujograma de la cadena productiva de hortalizas

El flujo de la cadena, presenta la suma de las múltiples relaciones existentes entre todos los actores de la cadena y las rutas que sigue el producto estudiado desde la producción hasta el consumo. Se puede complementar el flujo indicando las distancias entre los eslabones, los volúmenes transados, los servicios de apoyo, el número de actores y las relaciones que establecen entre sí.

FIGURA 6. FLUJOGRAMA DE LA CADENA PRODUCTIVA DE HORTALIZAS



Fuente: Investigación de campo.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

El flujo de la cadena recorre desde provisión de insumos, entra en procesos de producción, para luego de obtener el producto final (hortalizas), se traspa a la transformación, y entra a la comercialización, con lo cual llega el producto al consumidor final. Tal como se puede observar en el esquema, los productos en estudio pasan por diferentes segmentos, generando diferentes niveles de relación en cada una de las fases así como también a nivel global de la cadena. En la siguiente sección se aborda estos niveles de relación y concertación de los actores.

b. Grado de organización y concertación entre actores

Referida a la Asociatividad de los actores, o sea el grado de organización de los actores. En términos práctico se mide los niveles de coordinación entre los actores directos e indirectos que intervienen en cada segmento económico, recordemos que el grado de coordinación favorece o desfavorece los niveles de competitividad de la cadena productiva: una buena coordinación favorece y mala coordinación bloquea la competitividad.

La alianza productiva es la variable utilizada para medir los niveles de coordinación de la cadena de producción en estudio.

En nivel de la globalidad de la cadena no existe integración entre actores. Sin embargo, los productores han intentado organizar, por el momento están agrupados en pre-asociaciones de productores de hortalizas agroecológicas y orgánicas. En caso del El Tambo los productores se encuentran bajo paraguas de asociación de productores agroecológicos y en el Suscal están en el entorno de una Agroempresa de producción y comercialización de productores agroecológicos de Suscal llamado bajo la marca “Chuya Mikuna”; estos dos últimos están bajo los lineamientos de la Red Agroecológica del Austro; pero existen también productores de hortalizas independientes, particularmente de producción convencional, que no están aglutinados a ningún de los sectores.

Como conclusiones generales del análisis del bloque de relaciones y organizaciones de actores podemos ratificar lo siguiente:

- Hay una inequidad imperante en el desarrollo de la cadena de hortalizas, en donde el sector más desaventajado son los pequeños productores locales individuales; ellos deben asumir y obedecer las reglas del juego que imponen los comerciantes mayoristas y minoristas.
- Los actores que dominan e impone las reglas de juego son los agentes comerciales: comerciantes mayoristas, detallistas y minoristas.
- Hay un grado intermedio de asociatividad de los horticultores del Cañar, articulados fuertemente a dos agroempresas (Chuya Mikuna y Sol Supermercado) que oferta productos al mercado local y regional, que según su equipo gerencial tiene fuerte demanda insatisfecha.
- Entre las principales fortalezas que encontramos en la relación de actores, es la de existencia de un **primer nivel de asociatividad** de los productores hortícolas y la presencia de dos agroempresas dedicadas a la comercialización de productos agropecuarios. Igualmente los productores sienten y tienen una **alta y fuerte sensibilidad** y necesidad de agruparse y de formar acuerdos de cooperación.

5. Bloque mercado

Este bloque del análisis se parte de la caracterización de la demanda y análisis de la oferta; un análisis de cadenas productivas no es una investigación de mercado; pero se toma de referencia estudios de mercados y sus conclusiones para las afirmaciones respectivas.

a. Análisis demanda

El conocimiento de la demanda es fundamental para orientar la producción; por eso se propone identificar y describir componentes de la demanda para los productos de la cadena, en caso del estudio de cadena de hortalizas se refiere a los productos: brócoli, coliflor, lechuga, zanahoria y col.

Las principales variables que se ha tomado en consideración para el análisis tienen que ver con la caracterización socioeconómica de la población local, perfil de consumidor y la demanda potencial, efectiva e insatisfecha.

El análisis de la demanda local incluye familias y hogares del área del proyecto y del entorno cercano; esto es las poblaciones de las ciudades de Troncal, Suscal, Tambo, Cañar, Biblían y Azogues, como también a nivel regional.

1) Caracterización socio económica de los demandantes

En esta sección se centra en el análisis N° de hogares existentes en cada una de los cantones involucrados en el estudio. Así, el universo total de hogares de área de influencia y de la cercanía del proyecto asciende a 44.366 familias. En el siguiente cuadro se sintetiza el número total de hogares por cada cantón – ciudad.

CUADRO 20. DEMANDA LOCAL Y REGIONAL: NUMERO DE HOGARES EXISTENTES POR CANTÓN – CIUDAD.

AMBITO	ZONAS	N° HABITANTES			N° HOGARES		
		URBANO	RURAL	TOTAL	URBANO	RURAL	TOTAL
LOCAL	Troncal	39.516	9.367	48.883	7903,2	1873,4	9.777
	Suscal	1.183	3.697	4.880	236,6	739,4	976
	Tambo	4.091	5.020	9.111	818,2	1004	1.822
	Cañar	15.771	48.480	64.251	3154,2	9696	12.850
	Biblían	6.205	16.683	22.888	1241	3336,6	4.578
	Azogues	39.543	32.276	71.819	7908,6	6455,2	14.364
REGIONAL	Cuenca	374.242	105.372	479.614	74848,4	21074	95.923
	Guayaquil	2.223.246	29.481	2.252.727	444649	5896,2	450.545
	Machala	241.300	15.473	256.773	48260	3094,6	51.355

Fuente: Censo de la Población y Vivienda, 2001.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

Tal como se puede observar en el cuadro anterior, en Azogues, Cañar y la Troncal se concentra cerca de 80% de hogares – familias. Bajo este panorama, las orientaciones del mercadeo de hortalizas, en una primera instancia, se deberían concentrarse en estas ciudades.

a) Perfil del consumidor.

En este segmento se analiza tipos de consumidores de hortalizas que prevalecen, siendo los consumidores convencionales y agroecológicos/ orgánicos, la cual es extraído de varios estudios realizados a nivel local, regional y nacional.

i) Consumidores de hortalizas convencionales en los mercados de Cañar, Azuay y nivel regional.- Se refiere a los consumidores que proveen de productos hortícolas, sin tomar en cuenta, la tecnología de producción, procedencia.

CUADRO 21. PERFIL DEL CONSUMIDOR DE LOS MERCADOS CONVENCIONALES: CAÑAR-TAMBO-SUSCAL –CUENCA.

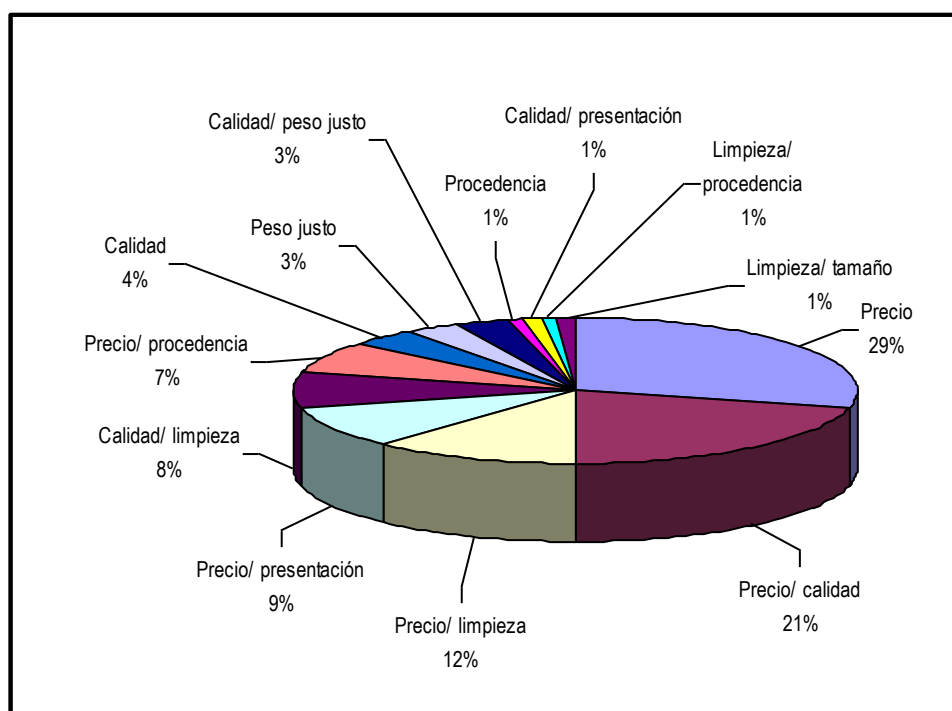
CONSUMO DE HORTALIZAS CONVENCIONALES: CAÑAR-TAMBO-SUSCAL –CUENCA.	
CARACTERÍSTICAS	SISNTESIS DE LOS RESULTADOS
Gasto efectivo	Representa el 9 % (\$ 7,9) del IMX, alta demandada existente
Preferencias de puntos de compra	Mercados y feria libres son sitios preferidos
Frecuencia de compra	Establecida una vez por semana
Motivaciones para la acción de compra	Se moviliza x comodidad y precios
Preferencia por productos con Marca	Baja apreciación de marcas
Atributos esperados en los productos	Consumidor espera un producto sano, atención cordial y el variable de precio no es revante
Propensión a la compra de productos agroecologicos	Alto % (87%) de consumidores potenciales PAE, especialmente en los extractos jóvenes.
Motivación fundamentales para la compra PAE	Aprecian productos sanos
Razones por no comprar PAE	No es tan alta la resitencia
Percepción del nivel de Precios a productos convencionales	Hay aceptación de nivel de precios
Comportamiento y variación de precios	Adecuada estabilidad de precios
Interes de compra de PAE en el futuro	Alta propensión al consumo de PAE, en especial población < 30 años
Medios de comunicación que se informa de los productos	Prevalece medios de promoción e información de boca a boca
Nivel de calidad de promoción	Las estrategias de promoción que se aplica tiene una mediana aceptación
Medio de comunicación que utiliza el consumidor	El nivel de penetración de la televisión y la radio es muy alta. Los extractos jóvenes prefieren medios audiovisuales y los adultos medios escritos.

Fuente: RAA, FIALLOS, F, 2006.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

El consumo de hortalizas en Cañar y Azuay representa el 9% de gasto efectivo (GE) (equivalente a 7.90 USD) del ingreso mensual promedio (IMX), que acuden una vez por la semana a las ferias libres y mercados municipales o populares de las ciudades, que la preferencia es conseguir producto sano y la atención cordial.

Así mismo (MANRIQUE, E. 2008), hace un análisis minucioso de los factores que inciden en el momento de la compra, siendo el precio, calidad, la limpieza y la presentación los criterios predominantes que inciden en la compra. Ver el siguiente gráfico.

GRÁFICO 1. FACTORES INCIDENTES EN LA COMPRA.



Fuente: MANRIQUE, E. 2008.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

En los siguientes cuadros se hace una descripción muy sintética del perfil del consumidor de los mercados regionales, particularmente de las ciudades de Guayaquil y Cuenca.

CUADRO 22. CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL DE CONSUMIDOR DE MERCADOS CONVENCIONALES REGIONAL: GUAYAQUIL.

VARIABLES	TIPO DE CONSUMIDORES	
	HOGARES	REASTAURANTES
Consumo de hortalizas	Consumo promedio 11 lb./ semana	Consumo promedio 365 lb./semana
Gasto semanal	La mitad de hogares invierten entre \$ 3 a 10 dólares/ semana.	La mitad de consumidores invierten entre \$ 10 a 50 dólares/ semana.
Lugar de abastecimiento	Proveen de mercados (78%)	Proveen de mercados (66%)
Formas de consumo	Prevalece el consumo en fresco	Prevalece el consumo en fresco
Factores que determinan la compra	Compran por buen sabor, económico y nutritivo.	Compra por aseo, frescura y precio
Frecuencia de compra	Prevalece adquisición semanal y diario	Prevalece la compra semanal y diaria.

Fuente: IICA – MCCH, 2003.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

CUADRO 23. CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL DE CONSUMIDOR DE MERCADOS CONVENCIONALES REGIONAL: CUENCA.

VARIABLES	TIPO DE CONSUMIDORES	
	HOGARES	REASTAURANTES
Consumo de hortalizas	Consumo promedio 13 lb./ semana	Consumo promedio 114 lb./semana
Gasto semanal	Más de la mitad de consumidores invierten entre \$ 3 a 10 dólares/ semana en compra de hortalizas.	Cerca de 45% de restaurantes invierten más de \$ 50 dólares/ semana en la adquisición de las hortalizas.
Lugar de abastecimiento	Proveen de mercados (96%)	Proveen de mercados y ferias libres (80%)
Formas de consumo	Prevalece el consumo en fresco	Prevalece el consumo en fresco
Factores que determinan la compra	Predomina la preferencia de compra por el sabor, económico y nutritivo.	Predomina la compra por aseo, frescura y precio. Un cuarto de hogares prefieren la adquisición por calidad.
Frecuencia de compra	Prevalece la frecuencia semanal y diaria.	Prevalece la compra semanal, aunque 1/3 de la población prefiere hacer la compra diaria.

Fuente: IICA – MCCH, 2003.

Elaboración: ZARUMA F. 2008.

Tal como podemos observar en los cuadros anteriores, el consumidor convencional regional se ha vuelto más exigente a la hora de comprar las hortalizas y esta tendencia va en aumento. Exigencias que están relacionadas particularmente en atributos de calidad (productos sanos y nutritivos), precio (económicos) y exigencias en una mejor calidad de servicio.

Con todo este análisis, podemos concluir que este tipo de productores tienen una alta prospección hacia el consumo de productos agroecológicos, esto significa que un futuro cercano, la demanda por este tipo de producto (agroecológicos) va a ser alto tanto en el mercado local como en el mercado regional. Este escenario, desde la oferta implica la búsqueda adicional de atributos superiores y mayor diversificación en la oferta en el mercado, además, de las necesidades de seguridad, higiene y calidad de servicio.

ii) Consumidores de hortalizas agroecológicas u orgánicas.- Preferentemente son familias consientes que cuidan la salud a través de la alimentación preferentemente, se caracterizan por estratos de clase media alta de las áreas urbanas de las ciudades de Cañar, Cuenca, siendo empresarios, profesionales. A continuación se describe las principales características:

CUADRO 24. PERFIL DEL CONSUMIDOR DE LOS MERCADOS AGROECOLÓGICOS CAÑAR - AZUAY

CONSUMO DE HORTALIZAS AGROECOLOGICOS CAÑAR - AZUAY	
CARACTERÍSTICAS	SINTESIS DE RESULTADOS
Gasto efectivo	Representa el 8 % (\$5,9) del IXM, gasto efectivo atractivo
Preferencias de puntos de compra	Los mercados y ferias libres son sitios preferidos
Frecuencia de compra	Dominada una vez por semana
Motivaciones para la acción de compra	Se moviliza x precios y costumbre
Preferencia por productos con Marca	Baja apreciación de marcas
Motivación específicas para la compra PAE	Aprecia el principal atributo: higiene y salud

Fuente: FIALLOS, F. 2006.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

En este nivel de consumidores el gasto efectivo (GE) representa el 8% (5.9 USD) del ingreso mensual promedio (IMX), proveen de mercados y ferias libres, principalmente se prefieren por higiene y salud.

CUADRO 25. CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL DE CONSUMIDOR DE MERCADO AGRO ECOLÓGICO Y ORGÁNICO DEL MERCADO REGIONAL: CUENCA – GUAYAQUIL.

VARIABLES	DESCRIPCIÓN	
	Hogares de Cuenca	Hogares de Guayaquil
Conocimiento de productos	Solo el 9,5% de hogares conoce los productos orgánicos y el 7,4% de hogares saben de productos agroecológicos.	Solo el 3,4% de hogares conoce los productos orgánicos y el 1,8% de hogares saben de productos agroecológicos.
Consumo efectivo y consumo potencial.	El consumo efectivo asciende a 11,8% del total de hogares. El consumo potencial podría llegar a 56,6%.	El consumo efectivo asciende a 4,3% del total de hogares. El consumo potencial podría llegar a 53,3%.
	Consumidores actuales	Consumidores potenciales
Nivel de instrucción	En ambas ciudades el nivel de instrucción predominante es de superior y universitario.	En ambos casos el nivel de instrucción predominante sería la formación secundaria y primaria.
Lugar de compra	A nivel nacional el lugar de mercado preferido es supermercados y ferias libres	A nivel nacional el lugar de compra preferida son los Supermercados, seguido por mercados o ferias libres.
Atributos de los productos orgánicos	Los atributos como saludables, buen sabor, productos frescos, no tiene químicos, naturales, de calidad son los más priorizados por los consumidores tanto de Cuenca como de Guayaquil.	Los atributos como saludables y nutritivos, económicos, buen sabor, sin químicos, frescos y de calidad son la que predomina como atributos para este tipo de consumidores.
Gasto según tipo de producto	El gasto promedio mensual nacional asciende a \$ 20,82 dólares.	El gasto promedio mensual nacional asciende a \$ 23,07 dólares.
Producto orgánico o agroecológico que gustaría consumir	Lechuga, zanahoria, cebolla blanca, col, brócoli, acelga, rábano, tomate, yuca, melloco, camote.	Lechugas, brócoli, pepinillo, nabo, col y coliflor.
Inconvenientes de los productos orgánicos	La dificultad de encontrar, son costosos, solo se encuentra en los supermercados o existe pocos lugares específicos para la oferta de estos productos son los inconvenientes más citados por este tipo de consumidores.	
Frecuencia de compra	Predomina la compra semanal, incluso 1/4 de la población hacen las compras cada 15 días. La compra diaria es muy infima.	
Disposición al pago	A nivel nacional estarían dispuestos a pagar 38% más del precio convencional.	

Fuente: FIALLOS, F. 2006; RAL, VECHO, BCS, IMPULSO ECUADOR, 2008.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

El cuadro anterior nos muestra que el nivel de conocimiento y consumo actual de hortalizas orgánicas y agroecológicas en las dos mercados de estudios es ínfimo, pero que su consumo potencial es muy significativo. Uno de las particularidades importantes que hay que recalcar en este tipo de consumidores es el reconocimiento a los atributos e inconvenientes que tiene para adquirir los productos: ellos reconocen los beneficios, exigen higiene y limpieza en los productos.

Para el caso del mercado local, los estudios efectuados por (FIALLOS, F. 2006) concluyen claramente que este tipo de consumidor todavía es insignificante en la zona, sin embargo, ratifica que su tendencia a crecer es alta. Entre las características más influyentes identificadas en este tipo de consumidores es el gasto promedio semanal, que asciende a \$ 5,9 dólares. Además, prefieren comprar en mercados y ferias libres, se moviliza más por precios antes que por calidad. En el siguiente cuadro se sintetiza estas características.

b) Características de consumo de hortalizas a nivel de las principales ciudades

En este segmento se prioriza el análisis a los hogares y restaurantes que son principales demandantes de hortalizas en dos principales ciudades.

CUADRO 26. CARACTERÍSTICAS DE CONSUMO DE HORTALIZAS EN PRINCIPALES CIUDADES REGIONALES.

CONSUMO DE HORTALIZAS CONVENCIONALES		
CARACTERISTICAS	CIUDADES	
	GUAYAQUIL	CUENCA
HOGARES		
Consumo de hortalizas	Consumo promedio 11 lb/ semana	Consumo promedio 13 lb/ semana
Gasto semanal	55% invierten entre \$ 3 a 10.	56% invierten entre \$ 3 a 10.
Lugar de abastecimiento	Proveen de mercados (78%)	Proveen de mercados (96%)
Formas de consumo	Prevalece el consumen en fresco	Prevalece el consumen en fresco
RESTAURANTES		
Consumo de hortalizas	Consumo promedio 365 lb/semana	Consumo promedio 114 lb/semana
Gasto semanal	55% invierten entre \$ 10 a 50.	45% invierten entre \$ + 50.
Lugar de abastecimiento	Proveen de mercados (66%)	Proveen de mercados y ferias libras (80%)
Factores que determinan la compra	81% compra por aseo, frescura y precio	75 % compra por aseo, frescura y precio, 20% calidad
Frecuencia de compra	1/3 hacen la compra diario.	1/3 hacen la compra diario

Fuente: IICA – MCCH, 2003.

Elaboración: ZARUMA F. 2008.

La comparación de matriz, indica que cada hogar de la ciudad de cuenca consume el 13 lb./semana (5.9Kg/semana) de hortalizas, el 56% afirma de un gasto desde 3 hasta 10 USD por semana, el 96% acceden a los mercados para adquisición de hortalizas frescas.

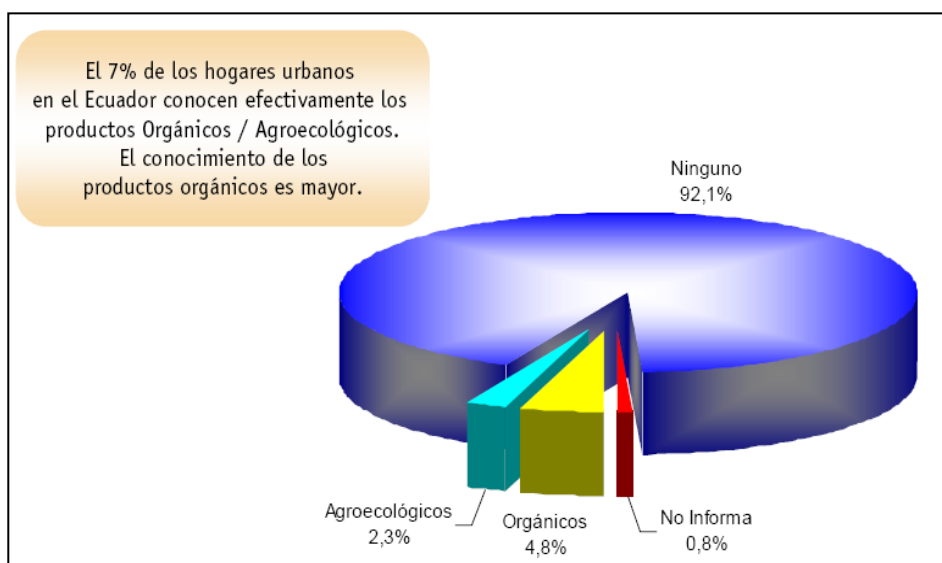
Mientras que en Guayaquil (5 Kg.) 11 lb./semana se consume de hortalizas, e la adquisición el 55% de hogares realizan un gasto que varía de 3 a 10 dólares americanos, los mercados son los principales abastecedores de hortalizas para el 78% de los hogares.

En la caracterización del consumo de hortalizas de los restaurantes en la ciudad de Guayaquil, es de 365 lb./semana (165.9 Kg.), el 55% invierten desde 10 hasta 50 dólares americanos, la provisión de hortalizas frescas es de mercados que afirma el 66% de consumidor de este estrato, el 81% de los factores que interviene en la compra es el aseo, frescura y precio del producto, tanto en la ciudad de cuenca y guayaquil sobre el 33% de las compras se realizan a diario.

c) Análisis de conocimiento de productos orgánicas/ agroecológicas a nivel nacional

Mediante los gráficos se describe las características de conocimiento de los consumidores de productos, tanto a nivel de hogares y ciudades, también se detalla el análisis de consumo efectivo y potencial por ingreso a nivel nacional y ciudades.

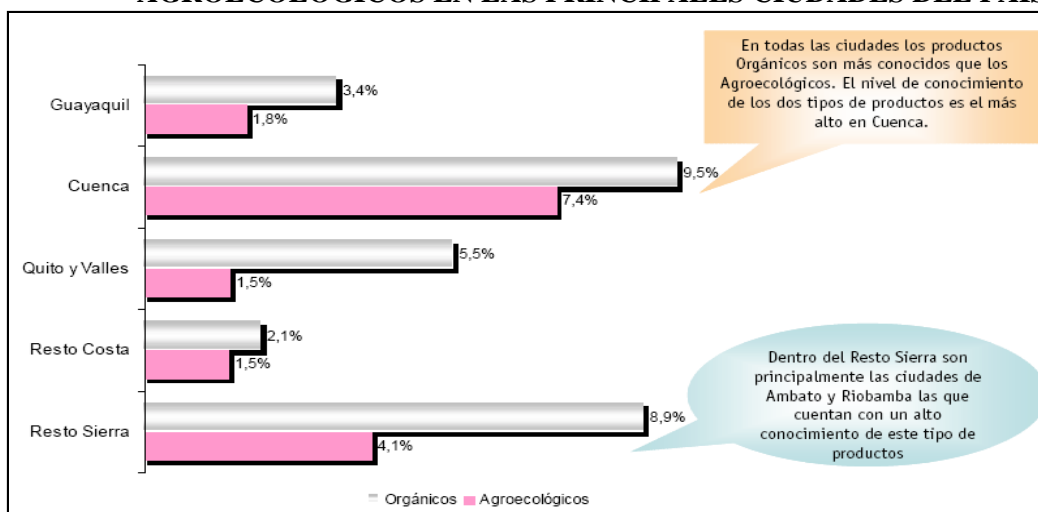
GRÁFICO 2. ANÁLISIS DE CONOCIMIENTO DE CONSUMO DE PRODUCTOS ORGÁNICAS/ AGROECOLÓGICAS EN LOS HOGARES ECUATORIANOS.



Fuente: Red Agroecológica de Loja, VECO, 2008.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

En los hogares ecuatorianos el 4.8% de los hogares conocen los productos orgánicos, seguido de 2.3% de los hogares afirman de conocer los productos agroecológicos, que en total el 7.1% son concientes de que conocen de este tipo de productos, esta muestra se da en los hogares urbanos de las principales ciudades.

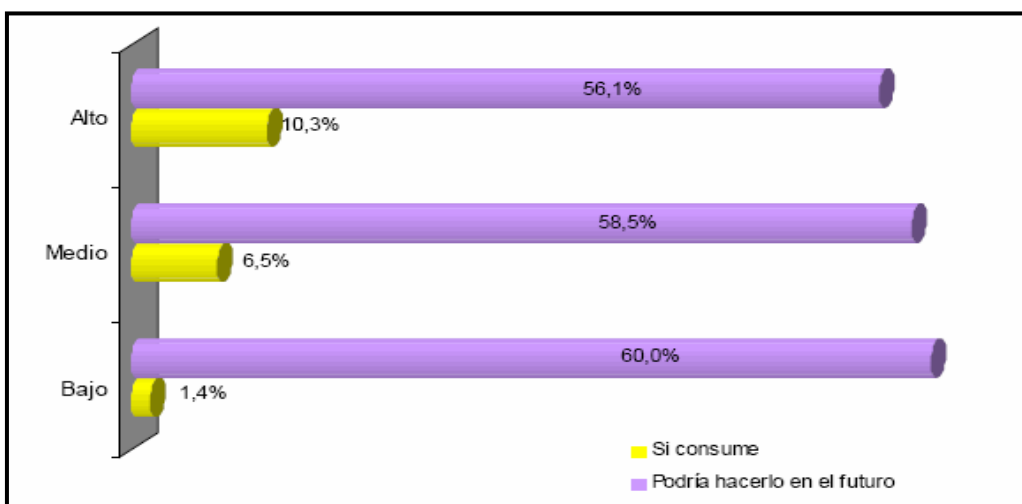
GRÁFICO 3. ANÁLISIS DE CONOCIMIENTO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS/ AGROECOLÓGICOS EN LAS PRINCIPALES CIUDADES DEL PAÍS.



Fuente: Red Agroecológica de Loja, VECO, 2008.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

Los consumidores a nivel nacional conocen en su mayoría a los productos orgánicos, principalmente en los hogares de la ciudad de Cuenca el 9.5% es el porcentaje que conocen el tipo de productos, en la misma ciudad el 7.4% de hogares ratifican el conocimiento a productos agroecológicos. Seguidamente los consumidores de la ciudad de Quito demuestran el conocimiento de productos; pero que por las características de estos productos orgánicos los habitantes de ciudades de Ambato y Riobamba también conocen, este análisis permite concluir que en las principales ciudades del país en áreas urbanas demuestran el interés de consumo, en los hogares de la región de sierra predomina que en los consumidores de costa especialmente en la ciudad de Guayaquil que representa el apenas el 2.1% de los hogares que conocen sobre los productos orgánicos.

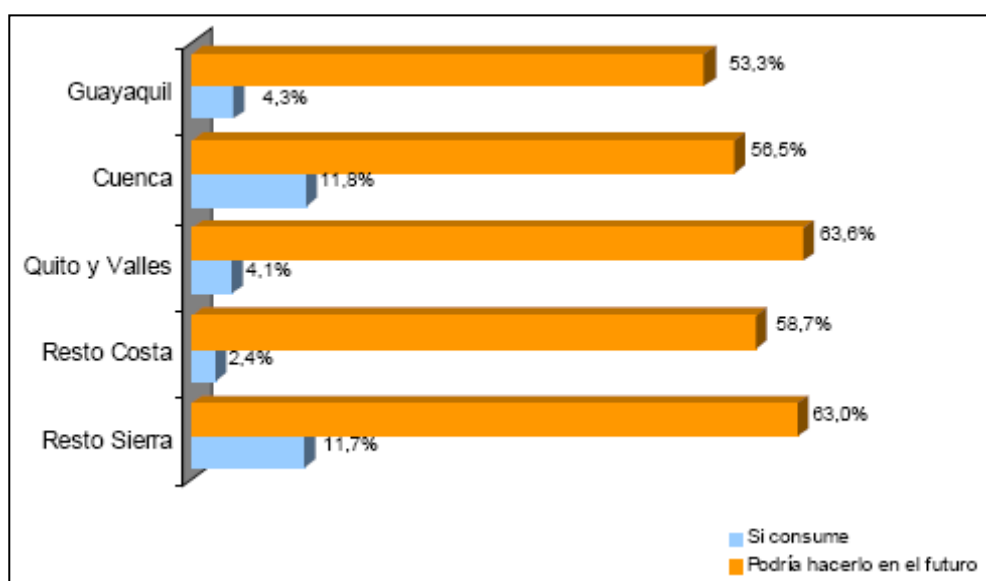
GRÁFICO 4. CONSUMO EFECTIVO Y POTENCIAL DE PRODUCTOS ORGÁNICOS/ AGROECOLÓGICOS, SEGÚN EL NIVEL DE INGRESO A NIVEL NACIONAL.



Fuente: Red Agroecológica de Loja, VECO, 2008.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

Según el gráfico anterior (Red Agroecológica de Loja, VECO Ecuador, 2008), el número de hogares de consumidores disminuye mientras disminuye el nivel de ingreso del hogar, esta variación va de 10.3% en el nivel de ingreso alto al 1.4% de nivel bajo que consumen este tipo de productos; y los consumidores de nivel medio equivale a 6.5% de los hogares. También existe un mercado potencial interesante de hogares que no son consumidores actuales pero que podrían hacerlo en el futuro en todos los niveles de ingreso, incluso el nivel de ingreso bajo estaría dispuesto en consumir, que la tendencia es de 3.9% superior a lo de nivel de ingreso alto de los hogares 56.1%.

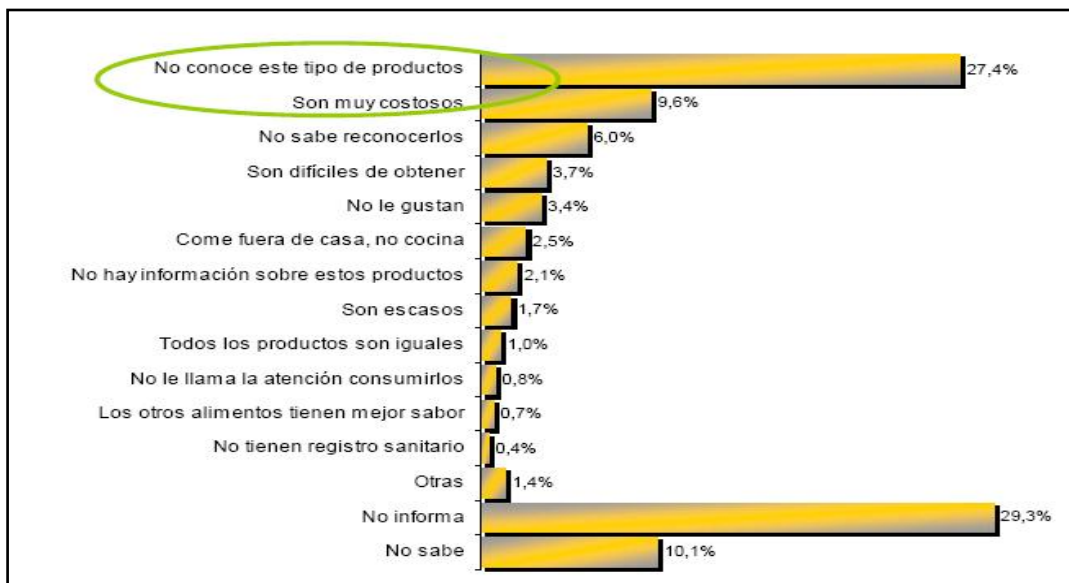
GRÁFICO 5. ANÁLISIS DE CONSUMO EFECTIVO Y POTENCIAL POR CIUDAD DE PRODUCTOS ORGÁNICOS Y AGROECOLÓGICOS.



Fuente: Red Agroecológica de Loja, VECO, 2008.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

En todas las ciudades el porcentaje de hogares que son consumidores potenciales supera el 50% del mercado. Pero la ciudad de Cuenca es con el mayor número de hogares consumidores de productos con 11.6%. Igualmente en la misma ciudad existe un potencial de 56.5% de hogares que podrían consumir en el futuro. Las características de consumo en la ciudad de Guayaquil es de 4.3% con una proyección de consumo a futuro de 53.3% de los hogares, seguidamente el 4.1% de los hogares en la ciudad de Quito y los Valles son consumidores con una potencialidad proyectada estimada de 63.6%. En un balance general los hogares de la Sierra es principal consumidor de igual forma con un interés de sobre el 63% de los hogares que están dispuestos a acceder en el futuro frente a los intereses de la Costa que es de 2.4% de consumidores efectivos y 58.7% potenciales a consumir. Gráfico 5.

GRÁFICO 6. RAZONES POR LAS QUE NO CONSUMEN PRODUCTOS ORGÁNICOS O AGROECOLÓGICOS EN LOS HOGARES A NIVEL NACIONAL.



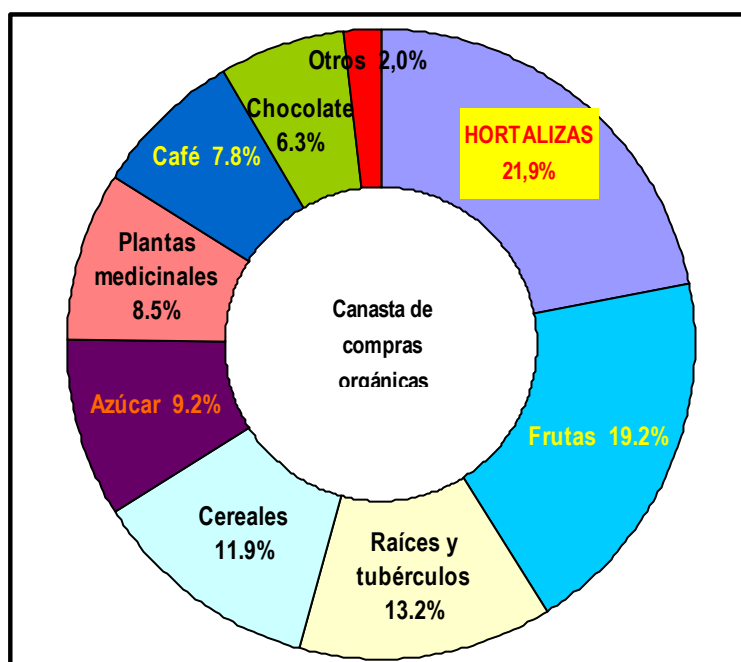
Fuente: Red Agroecológica de Loja, VECO, 2008.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

Según, estudios realizados por, VECO, 2008. Afirma que el 27.4% de los hogares no consumen productos orgánicos/ agroecológicos, dan razón de no conocer este tipo de productos y son muy costosos o no saben reconocer el producto, pero también existe la tendencia de 29.3% que no son informados de la existencia y de las características de estos productos e incluso el 10.1% de hogares no saben de la existencia. Esta tendencia de razones predominantes en los hogares de consumidores a nivel nacional, motiva la existencia de un mercado potencial para ofertar principalmente hortalizas orgánicas o agroecológicas, con estrategias de marketing para inducir el consumo de estos productos.

2) Demanda potencial efectiva e insatisfecha

Este análisis se realizó en base a la composición de la canasta básica de compras, un gasto mensual promedio entre los consumidores actuales y potenciales a nivel nacional; referencias de consumo de hortalizas a nivel local y regional que permiten determinar la demanda potencial efectiva e insatisfecha, en los gráficos se detallan los correspondientes análisis.

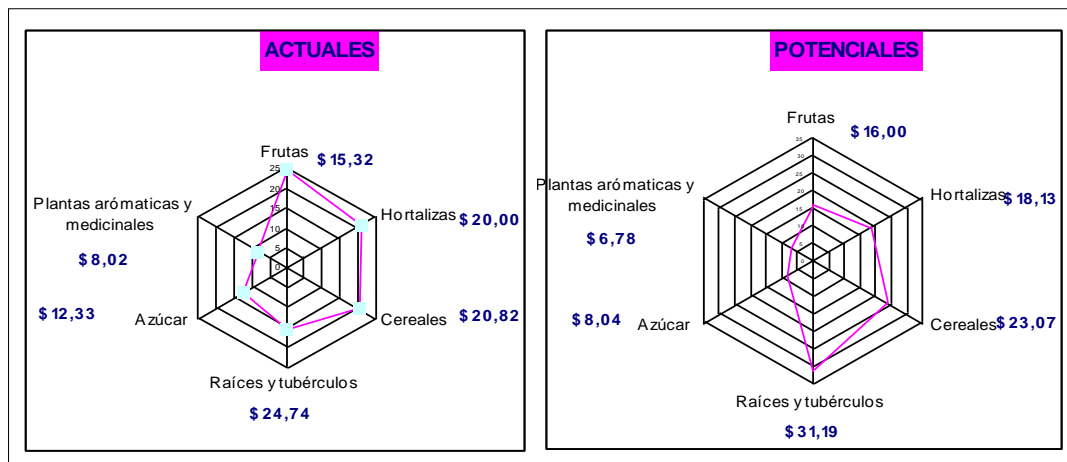
GRÁFICO 7. COMPOSICIÓN DE LA CANASTA BÁSICA DE COMPRAS A NIVEL NACIONAL.



Fuente: Red agroecológica de Loja, VECO, 2008.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

En una canasta de compras de productos de primera necesidad de los hogares consumidores de productos orgánicos, el 21,9% de productos corresponde a las hortalizas entre los nueve productos, esto significa el consumo de los alimentos en las familias el rubro más alto son las hortalizas.

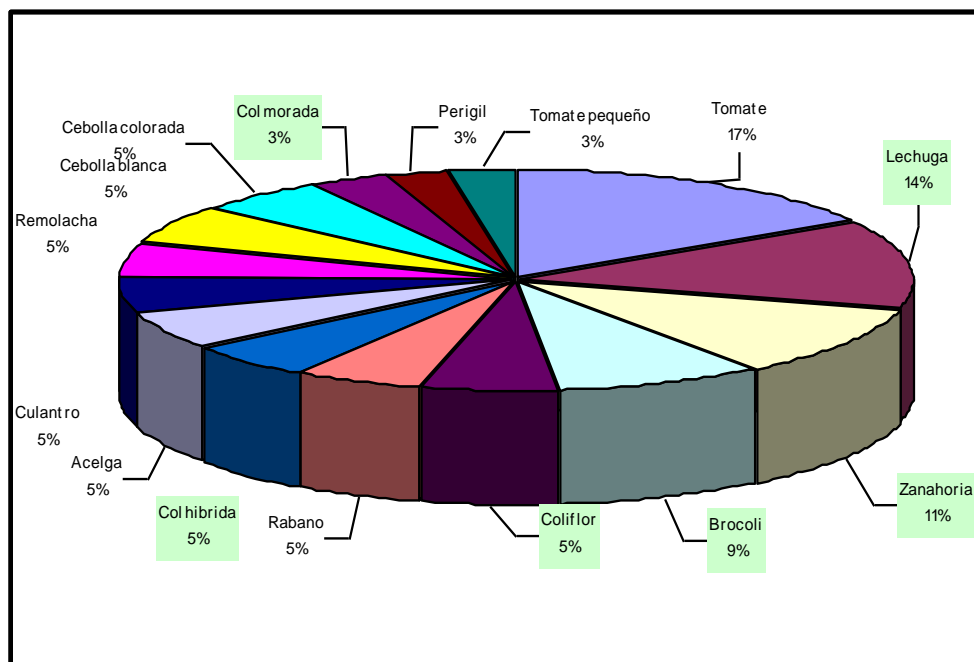
GRÁFICO 8. ANÁLISIS DE GASTO MENSUAL PROMEDIO ENTRE LOS CONSUMIDORES ACTUALES Y POTENCIALES A NIVEL NACIONAL



Fuente: Red agroecológica de Loja, VECO, 2008.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

A nivel nacional, el 21.9% de las compras que corresponde a las hortalizas en los hogares, no obstante el gasto monetario promedio mensual en la compra de hortalizas esta en alrededor de 20.82 dólares 20.6% de de los gastos de una canasta de compras en los consumidores actuales, con una proyección potencial de 9.75% que corresponde a un gasto de 23.07 dólares en el futuro, que será el 22.2% de gasto en la canasta de compras de los hogares.

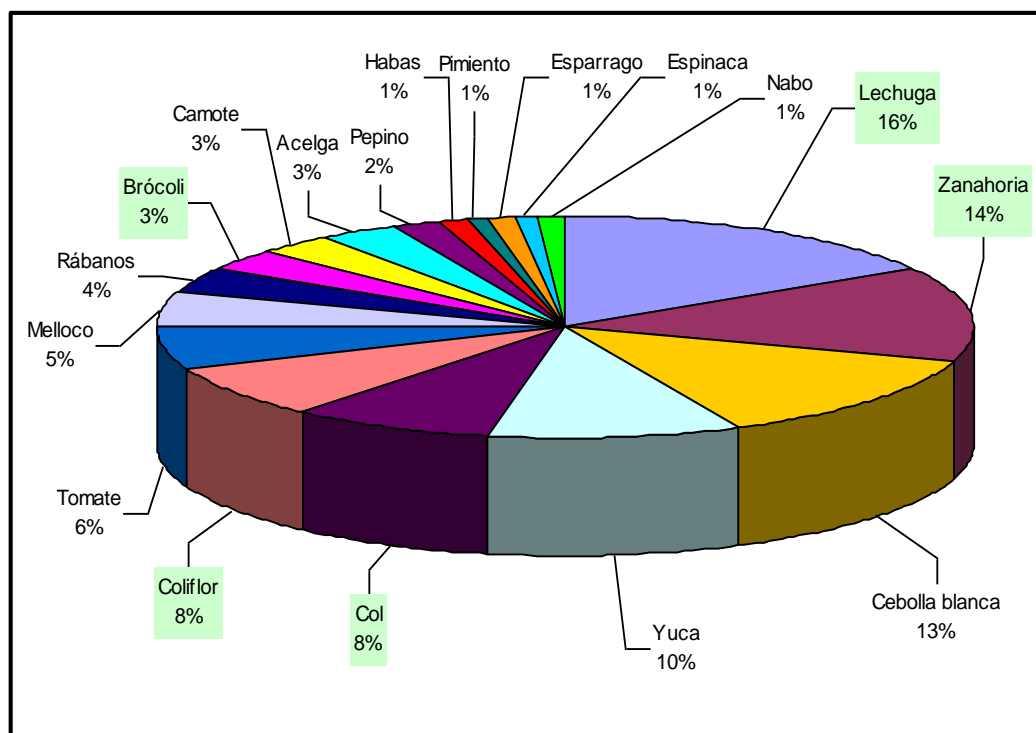
GRÁFICO 9. CONSUMO DE HORTALIZAS CONVENCIONALES POR HOGARES EN CAÑAR.



Fuente: Investigación de campo
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

Las hortalizas que se comercializan y que se consumen en Cañar son productos convencionales, del total de 15 productos importantes, cinco productos prioridad de estudio en la cadena productiva de hortalizas de los cuales son: el 13% lechuga, 11% y 9% está la zanahoria y brócoli, el 5% la coliflor y col híbrida respectivamente. Gráfico 9.

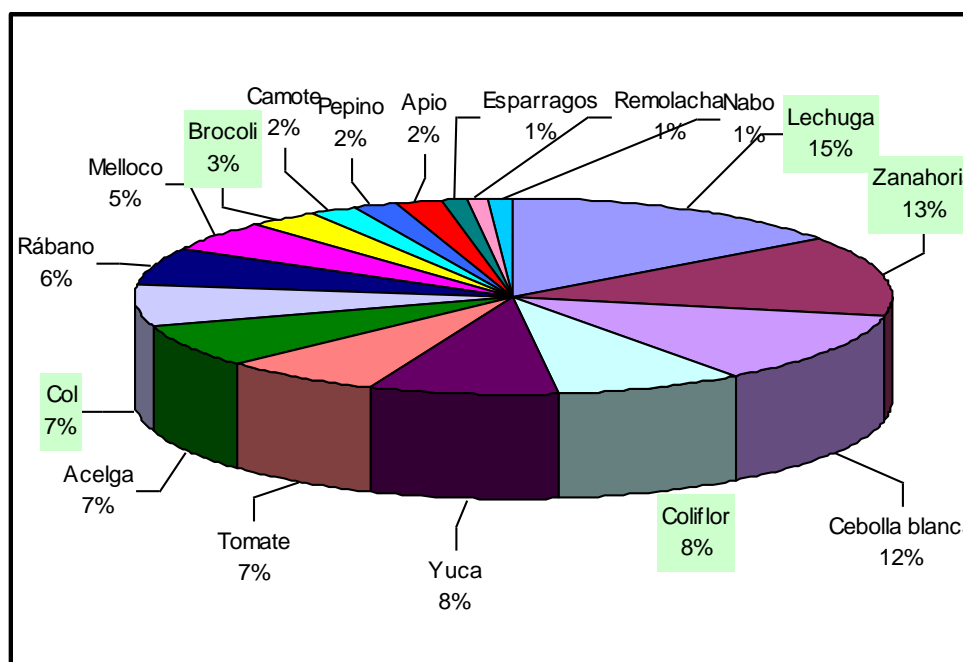
GRÁFICO 10. CONSUMO DE HORTALIZAS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.



Fuente: TORRES, C. VECO, 2004
 Elaboración: ZARUMA F. 2008.

En los hogares de la ciudad de Guayaquil se identifica el consumo de los siguientes productos 16% de lechuga, 14% zanahoria, 8% col y coliflor, 3% brócoli sucesivamente, de los 18 productos frescos de la canasta.

GRÁFICO 11. CONSUMO DE HORTALIZAS ORGÁNICA EN LOS HOGARES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.



Fuente: TORRES, C. VECO, 2004
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

A diferencia del consumo convencional de las hortalizas, los productos orgánicos se consideran en los siguientes porcentajes 15% de lechuga, 13% de zanahoria, 8% de coliflor, 7% col y 3% de brócoli, es decir hay muy poca variación en este segmento de consumidores de productos orgánicos, que los cinco productos son principales en el consumo diario.

a) Consumo efectivo y potencial de hortalizas a nivel local.

Consumo efectivo referido a la cantidad de real de consumo de hortalizas que realiza una familia u hogar/ semana. Con respecto a este dato, las investigaciones efectuadas en el campo coinciden plenamente con las investigaciones efectuadas por MANRIQUE, E. (2008) y MARTÍNEZ, J. (2007). En el cuadro que preside se detalla el consumo unitario de hortalizas por familia/semana tanto en el mercado local como regional.

CUADRO 27. CONSUMO SEMANAL DE HORTALIZAS/ FAMILIA – HOGAR.

DETALLE	CAÑAR	CUENCA	GUAYAQUIL	MACHALA
Col (unidad)	1	1	1,08	0,76
Lechuga (unidad)	2	3	1,17	0,96
Brócoli (unidad)	1	1	1,23	1,01
Coliflor (unidad)	1	1	1,1	0,86
Zanahoria (unidad)	8	12	4,21	3,99

Fuente: MARTÍNEZ, J. 2007.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

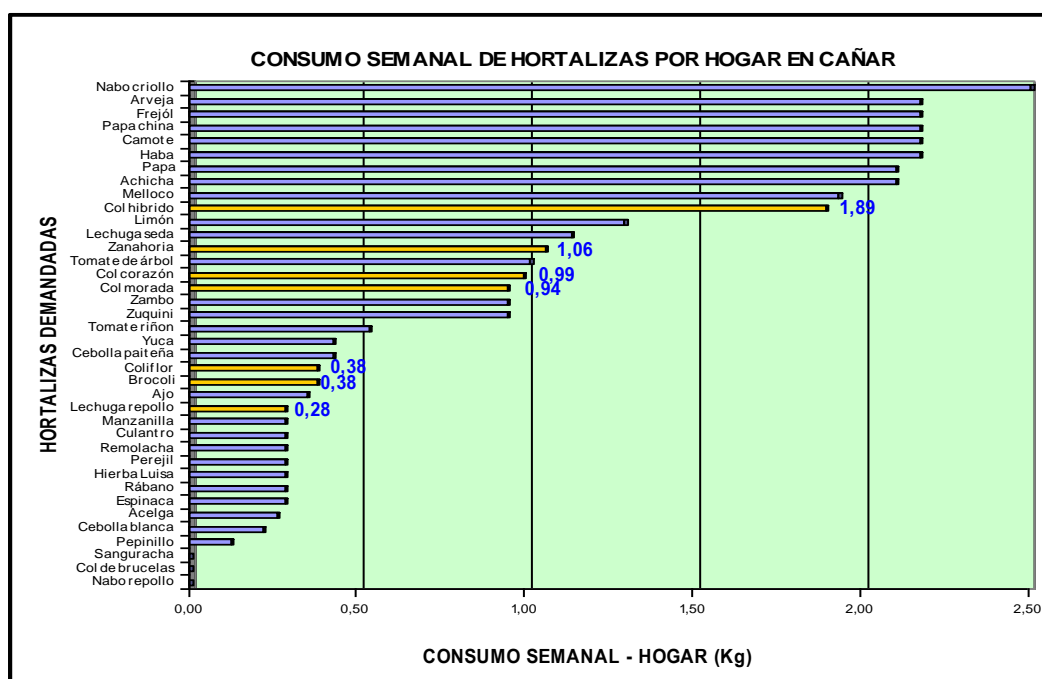
Como se puede observar en el cuadro, el consumo de hortalizas por los hogares de las zonas de estudio es considerable, en términos promedios semanalmente consumen un repollo de col, un

repollo de brócoli y un repollo de coliflor; siendo la lechuga y zanahoria de mayor consumo, esto es de 1 a 3 lechugas y de 4 hasta 12 unidades de zanahoria.

Con estos datos, es decir, con el consumo promedio semanal/ hogar se ha estimado el consumo real y potencial para cada uno de las ciudades o zonas de estudio. Para el cálculo del consumo real y potencial, se valida en la premisa de que el 99% de los hogares estudiados consume las hortalizas (AAIC; 2004); mientras que para determinar la demanda insatisfecha se toma valores estipulados por Martínez, J (2007), que varía entre 3 a 8 % de la demanda efectiva.

A continuación se refiere a la demanda de hortalizas en los cantones de Cañar, el Tambo y Suscal, en los siguientes gráficos se describe los principales productos consumidos en los hogares de la zona del estudio.

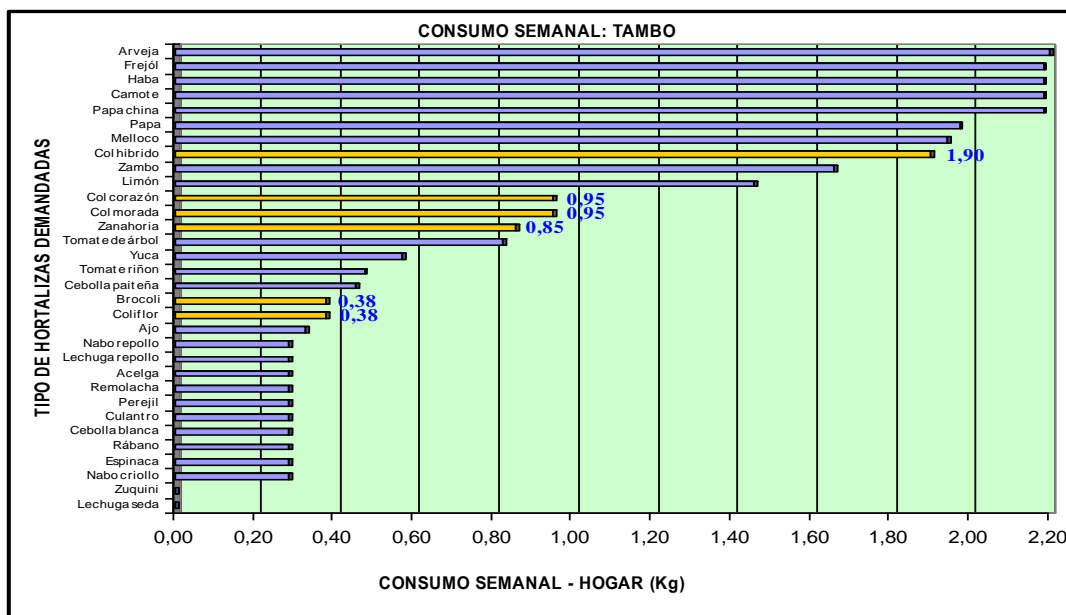
GRAFICO 12. CONSUMO SEMANAL DE HORTALIZAS POR HOGARES EN CAÑAR.



Fuente: MANRIQUE, E. 2008.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

La demanda de las hortalizas en el cantón Cañar es principalmente de col híbrida, col morada y col corazón, semanalmente, de estos tres cultivares una de ellas es consumida pero principalmente col híbrida, la demanda de zanahoria es de 1.06 Kg./hogar semanalmente, la coliflor y brócoli esta en 0.38 Kg./hogar semanalmente, la lechuga es consumido alrededor de 0.28 Kg./hogar cada semana.

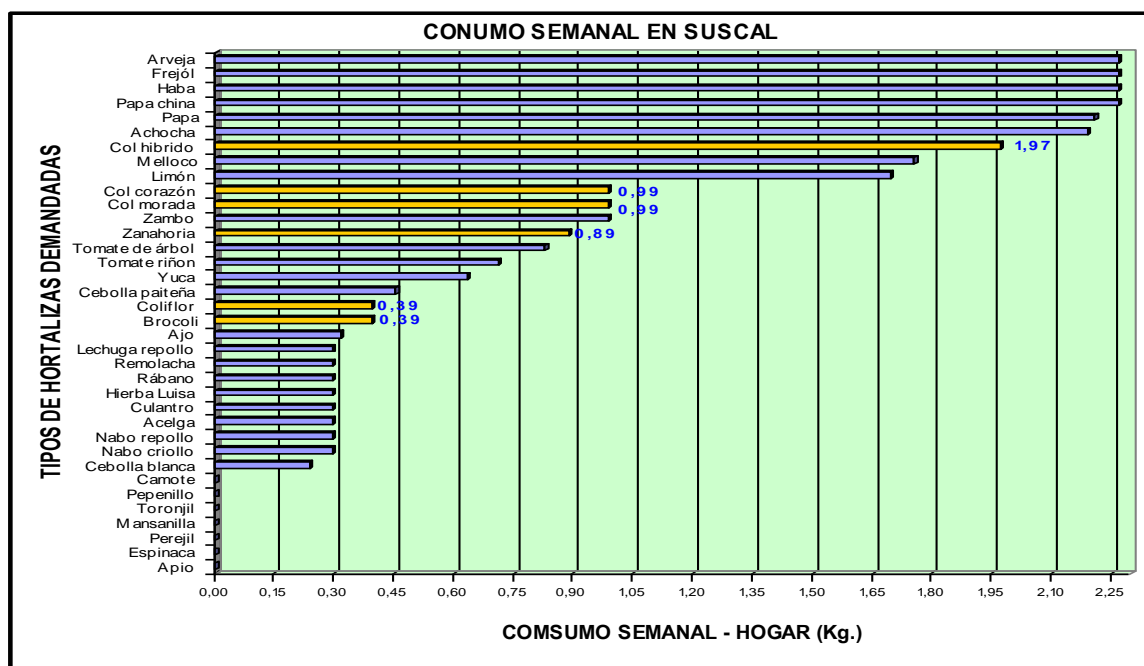
GRÁFICA 13. CONSUMO SEMANAL DE HORTALIZAS POR HOGARES EN TAMBO.



Fuente: MANRIQUE, E. 2008.
 Elaboración: ZARUMA F. 2008.

En el mercado de cantón El Tambo la demanda de la col es mayor que en Cañar, seguido de zanahoria que es consumida en 0.85 Kg. En los hogares durante un semana, 0.38 Kg. De coliflor y brócoli es necesario en una canasta de compras, caso de lechuga es mínimo que no demuestra un indicador en el estudio que reporta, MANRIQUE, E. 2008.

GRÁFICO 14. CONSUMO SEMANAL DE HORTALIZAS POR HOGARES EN SUSCAL.



Fuente: MANRIQUE, E. 2008.
 Elaboración: ZARUMA F. 2008.

Los hogares del cantón Suscal, demuestran el consumo más alto de hortalizas, en relación al resto de población, que en una familia se estima una demanda de 1.97 Kg. de col híbrida y otras variedades de col, igualmente las variedades de coliflor y brócoli son demandados 0.39 Kg./hogar, habitualmente la zanahoria tal como se describe en el cuadro asciende a una demanda de 0.89 Kg.

b) Demanda efectiva de hortalizas a nivel local: cantón Cañar, El Tambo y Suscal

Se realizó un análisis de la demanda efectiva en base requerimiento demandados de la población actual de las ciudades.

CUADRO 28. DEMANDA EFECTIVA SEMANAL DE HORTALIZAS EN EL MERCADO LOCAL

PRODUCTO	REQUERIMIENTO SEMANAL DE HORTALIZAS						TOTAL Kg.	TOTAL UNIDADES
	CAÑAR		EL TAMBO		SUSCAL			
	Kg	Unidades	Kg	Unidades	Kg	Unidades		
Col Híbrido (repollo)	24269,23	12134,62	3461,54	1730,77	1923,08	961,54	29653,85	14826,92
Col corazón (repollo)	12711,54	12711,54	1730,77	1730,77	961,54	961,54	15403,85	15403,85
Col morada (repollo)	12134,62	12134,62	1730,77	1730,77	961,54	961,54	14826,92	14826,92
Zanahoria (atado)	13596,15	15106,84	1557,69	1730,77	865,38	961,54	16019,23	17799,15
Coliflor (repollo)	4846,15	12115,38	384,62	961,54	384,62	961,54	5615,38	14038,46
Brocoli (repollo)	4846,15	12115,38	692,31	1730,77	384,62	961,54	5923,08	14807,69
Lechuga repollo (repollo)	3634,62	12115,38	519,23	1730,77	288,46	961,54	4442,31	14807,69
TOTAL	76038,46	88433,76	10076,92	11346,15	5769,23	6730,77		

Fuente: MANRIQUE, E. 2008.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

El gráfico anterior, se refiere a la demanda efectiva actual de las hortalizas en cada uno de los cantones, en cantidades expresada en unidades de producto y en volumen (Kg.), este análisis se realizó en función de la población meta actual de cada uno de los cantones de la Cuenca Alta del río Cañar. Tal como se describe en el cuadro, en Cañar se observa más alta demanda efectiva por cubrir, seguidamente El Tambo y Suscal

c) Demanda insatisfecha de hortalizas a nivel regional

Respecto a demanda insatisfecha a nivel regional, se realizó el análisis en base a: demandas de productos en las diferentes ciudades y productos comercializados en diferentes puntos de venta, que se detalla en los siguientes cuadros respectivos.

CUADRO 29. DEMANDA POTENCIAL E INSATISFECHA DESDE EL PUNTO DE VISTA DE CONSUMIDOR, MERCADO REGIONAL Y LOCA.

PRODUCTOS	VALORES MENSUALES											
	Guayaquil (509.947 hogares)			Machala (54.492 hogares)			Provincia de Cañar (51.745 hogares)			Provincia de Azuay (837.823 hogares)		
	Total	Total % Inst.	Total Inst.	Total	Total % Inst.	Total Inst.	Total	Total % INEF	Total Inst.	Total	Total % Inst.	Total Inst.
Col (unidad)	1889	8%	151	65	8%	5	210	3%	6	608	3%	18
Lechuga (unidad)	2041	8%	163	180	8%	14	219	3%	7	636	3%	19
Brócoli (unidad)	2150	8%	172	188	8%	15	184	3%	6	532	3%	16
Coliflor (unidad)	1916	8%	153	161	8%	13	173	3%	5	502	3%	15
Zanahoria (unidad)	7356	8%	588	744	8%	60	1526	3%	46	4420	3%	133
Total			1228			107			69			201

Fuente: MARTÍNEZ. J. 2007.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

En el cuadro 29, se demuestra la demanda insatisfecha de los cinco productos objetivo del estudio, en las principales ciudades, especialmente en la parte sur del país, en las provincias de Cañar y Azuay se demuestra el 3% de demanda insatisfecha de hortalizas, los mercados de Machala (217696 habitantes) y Guayaquil (2039789 habitantes) demuestran una demanda insatisfecha de 8% en los productos frescos como las hortalizas.

CUADRO 30. ANÁLISIS DE PRODUCTOS QUE SE COMERCIALIZAN EN DIVERSOS PUNTOS DE VENTA A NIVEL REGIONAL

PRODUCTOS	AMBATO	GUAYAQUIL	MACHALA	TOTAL
COL (unidades)	6.5	2.5	1.7	2.3
LECHUGA (unidades)	9.9	5.9	2.3	5.2
BRÓCOLI(unidades)	10.6	5.6	2.3	4.6
COLIFLOPR (unidades)	11.4	3.4	1.6	2.5
ZANAHORIA(unidades)	56.5	46.5	16.4	32.2
REMOLACHA (unidades)	9.5	6.5	14.6	12.2
TOMATE RIÑON (kilos)	18.8	15.8	12.2	14.6

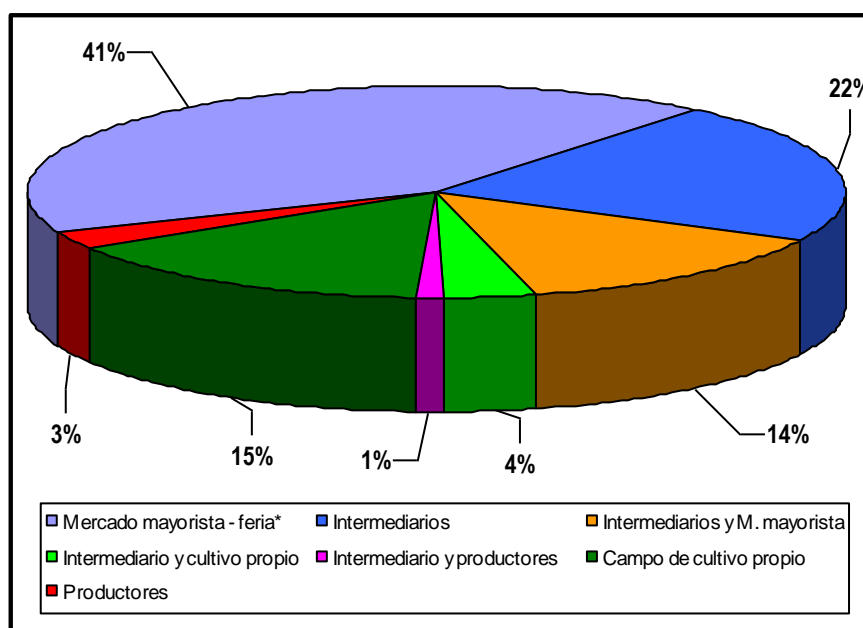
Fuente: MARTÍNEZ. J. 2007.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

En cuanto a los productos comercializados en los principales puntos de ventas en las ciudades de Guayaquil y Machala, el cuadro demuestra que en la ciudad de Guayaquil se comercializa en mayor cantidad los productos que en la ciudad de Machala. Cuadro 30.

b. Análisis de la oferta de hortalizas.

Oferta entendida como, la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) esta dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. Con el analisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición de un mercado el producto, es necesario el análisis cuantitativo y cualitativo que influye. En los siguientes gráficos y cuadros se demuestra cada uno de los análisis.

GRÁFICO 15. ABASTECIMIENTO DE LAS HORTALIZAS A LOS MERCADOS LOCALES DE LA ZONA DE CAÑAR.



Fuente: MANRIQUE, E. 2008.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

Los mercados locales de Cañar se abastece de hortalizas en un 77.27% de la producción proveniente de la Provincia de Azuay zona San Joaquín cantón Cuenca y de los productos de la sierra centro del país del mercado mayorista de Riobamba a través de intermediarios se abastece. El 22.73% de producto se abastece de la producción local.

CUADRO 31. PRESENTACIÓN DE PRODUCTOS EN LOS MERCADOS DE CAÑAR, EL TAMBO Y SUSCAL.

PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO POR MERCADOS (%)			
Formas de presentación	Cañar	Tambo	Suscal
Lavadas	31,71	32,35	34,29
Lavadas y frescas	39,02	14,71	34,29
Lavadas y golpeadas	4,88	14,71	2,86
Lavadas y pasadas	2,44	8,82	5,71
Frescas	0	0	2,86
Sucias	9,76	8,82	5,7
Golpeadas	9,76	20,59	14,29
Pasadas	2,43	0	0
Total	100	100	100

Fuente: MANRIQUE, E. 2008.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

En el cuadro anterior se compara las formas de oferta de productos para la venta en los mercados locales, hortalizas con cualidades de lavadas y frescas se predomina en mercados de Cañar con una equivalencias a 39.02% seguida de Suscal con 34.29%; en productos lavados se determina el 34.29% en mercados de Suscal, en cuanto a productos frescos se estima entre 2.86% en Suscal, en El Tambo se exhiben productos golpeados de 20.59% y se vende productos por peso en Cañar; en conclusión demuestra que existe una mala presentación de productos especialmente en parámetros de higiene, la cual permite que se pierda calidad y esto incide en precio que paga el consumidor.

CUADRO 32. PRODUCCIÓN DE HORTALIZAS A NIVEL LOCAL, EN SUPERFICIE Y NÚMERO DE PRODUCTORES

Cañar	N° PRODUCTORES				SUPERFICIE (Ha)			
	PP	MP	PAC	TOTAL N°	PP	MP	PAC	TOTAL Ha.
Cañar	9	2	22	33	2,53125	3		5,5
Tambo	15	1	25	41	2,25	1,5		3,8
Suscal	25		20	45	6,5625			6,6
TOTAL	49	3	67	119	11,34375	4,5		15,8

Fuente: Investigación de campo.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

PP: pequeño productor, MP: mediano productor, PAC: productor de autoconsumo o esporádica

En este análisis se refiere a producción de hortalizas en los tres cantones, para el efecto se ha caracterizado en tres topologías de productores de 49 pequeños, 3 medianos, y 67 productores para el autoconsumo, que suman una superficie de 15.8 Ha. prevalece el mayor concentración de productores en Suscal, esto refleja por la presencia de agroempresa Chuya Mikuna que impulsa este encadenamiento, y proveen a los mercados de Suscal y mercados regionales de Cuenca y costa; los productores de Cañar y El tambo ofertan sus productos en las ferias de Cañar y El Tambo.

CUADRO 33. ANÁLISIS DE VOLUMEN DE PRODUCCIÓN ESTIMADA DE HORTALIZAS, EN KG./ SEMANA, ZONA CAÑAR, TAMBO Y SUSCAL.

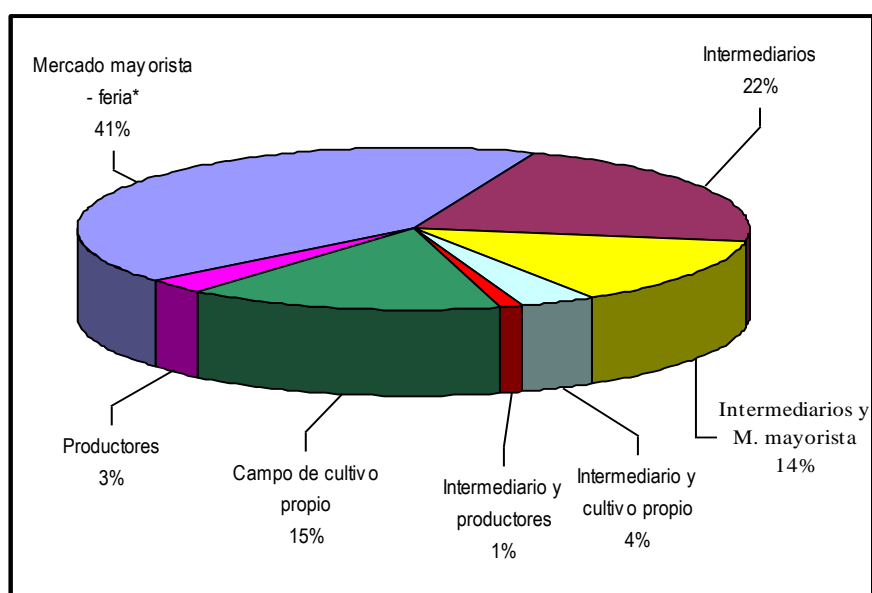
PRODUCTO	Cañar (5,5 Ha.)	Tambo (3,73 Ha.)	Suscal (6,56 Ha.)	TOTAL (Kg.)
Lechuga	885	603,4	1055,6	2544
Brócoli	1048	714,5	1250,0	3012,5
Coliflor	860	586,4	1025,7	2472,1
Col	3340	2277,3	3983,7	9601
Zanahoria	4900	3340,9	5844,4	14085
TOTAL (Ha.)	11033	7522,5	13159,36	31715

Fuente: ZARUMA, F. y PICHAZACM, M. 2008.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

En términos de volumen, significa una oferta semanal de 31.715 Kg. de 5 variedades de hortalizas en estudio. En función de estos datos podemos estimar la relación oferta/ demanda, siendo su valor apenas el 34%.

En efecto, un análisis de la oferta local frente a la demanda, nos data que la producción local solo provee el 34% de la demanda, el resto es cubierto por la provisión externa, abastecimiento dado principalmente del norte (Riobamba) y sur (Cuenca) del país. Similar conclusión llega Manrique, E (2008) cuando estudia el abastecimiento de hortalizas para los mercados de Cañar, Tambo y Suscal, el estudio concluye que solo el 18,18% provee de cultivo propio y del productor, el resto lo adquieren de mercados mayoristas e intermediarios.

GRÁFICO 16. ABASTECIMIENTO DE HORTALIZAS EN CAÑAR, TAMBO Y SUSCAL.



Fuente: ZARUMA, F. y PICHAZACM, M. 2008.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

1) Oferta potencial.

Esta oferta se refiere a la capacidad productiva que existe en la cuenca alta del Río Cañar, los suelos eminentemente agrícolas ubicados en los cantones de Cañar, El Tambo y Suscal suman 14.853.72 Ha. que son destinadas para la agricultura intensiva mecanizada, con pendientes inferiores a 12%, con características aptas para la producción de hortalizas, se encuentra en el contorno de la vía panamericana Cuenca – Quito y Guayaquil, bajo canales de riego. (Fuente: procesamiento topográfico de cartas del IGM); Anexo mapa de zonas destinadas para la agricultura.

c. Análisis de la competencia

Se compara la oferta local de los actores de la cadena estudiada con la de oferta de los competidores. Este análisis permite detectar las ventajas comparativas que presentan los actores de la cadena estudiada frente a sus competidores.

1) Competencia local

Se refiere a la competencia de Cantones de Tambo y Suscal, en los siguientes cuadros se describe las características actuales.

CUADRO 34. COMPARACIÓN ENTRE OFERTA DE GRUPO META Y COMPETIDORES.

CANTON	DETALLE	TIPOLOGIA			TOTAL
		PP	MP	PAC	
TAMBO	Número de productores	15	1	25	41
	Superficie (Ha.)	2.25	1.5	0	3.75
SUSCAL	Número de productores	25	0	20	45
	Superficie (Ha.)	6.56	0	0	6.56

Fuente: Investigación de campo.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

PP: pequeño productor
MP: mediano productor
PAC: productor de auto consumo

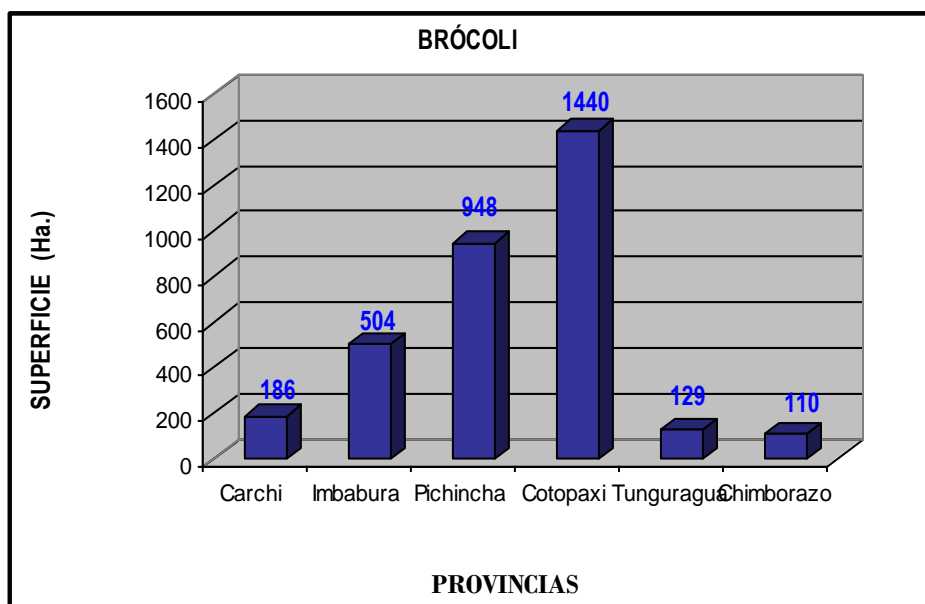
A nivel local de acuerdo los datos que se describe en el cuadro se considera una competencia notable en los cantones de Tambo y Suscal frente a la producción y oferta de cantón Cañar, esto se enmarca que en la actualidad en el primero existe la asociación de productores agroecológicos establecidos y en proceso de fortalecimiento que pueden organizar y encadenar la cadena; en Suscal se ha conformado los productores en asociación y de esto se a creado la agroempresa Chuya Mikuna que su fuerte es comercializar y organizar a los productores agroecológicos para

planificar la producción y fortalecer las capacidades tecnológicas; en Cañar los productores de hortalizas esta en fase inicial de conformar preasociaciones de productores orgánicos y agroecológicos, precisamente en la parroquia Cañar y Honorato Vásquez, donde existe mejor potencialidades de factores para la producción de hortalizas.

2) Competencia regional

El analisis de la competencia regional se ha basado en comparación de las superficies cultivadas y rendimientos de cada una de los productos objeto del estudio, centrado en las diferentes provincias de la sierra centro del país, a continuación se describe mediante los respectivos gráficos:

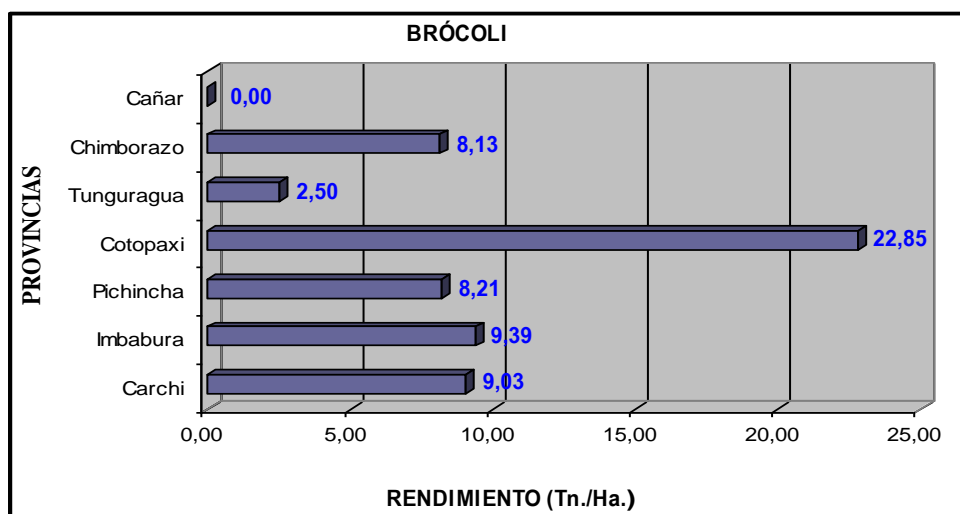
GRAFICO 17. COMPARACIÓN DE LAS SUPERFICIES CULTIVADAS DE BRÓCOLI EN DIFERENTES ZONAS.



Fuente: SICA 2005
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

El cultivo de brócoli se ha determinado en las seis provincias del norte del país, de los cuales zonas de mayor producción se ubica en Cotopaxi con 1440 Ha., Pichincha 948 Ha., seguida de Imbabura con 504 Ha.

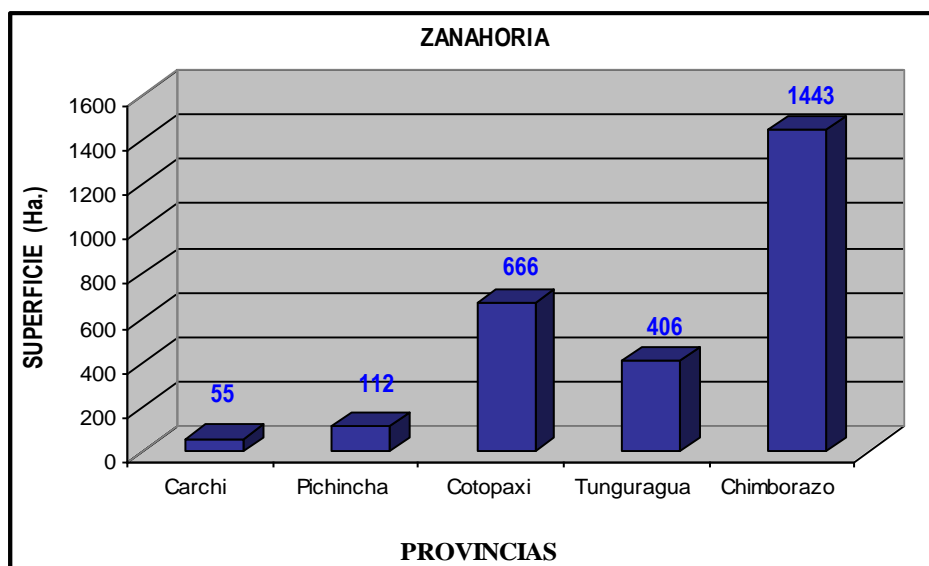
GRÁFICO 18. RENDIMIENTO PRODUCTIVO DE BRÓCOLI, EN Tn./Ha.



Fuente: SICA 2005
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

En lo referente a los niveles de rendimiento/Ha., en donde ya se incluye a la producción local, es decir la zona de Cañar, Cotopaxi sigue liderando, y en segundo lugar se encuentra la zona de Cañar; mientras tanto las otras provincias, excepto Tungurahua, compiten por mismo niveles de productividad. Ver el gráfico anterior.

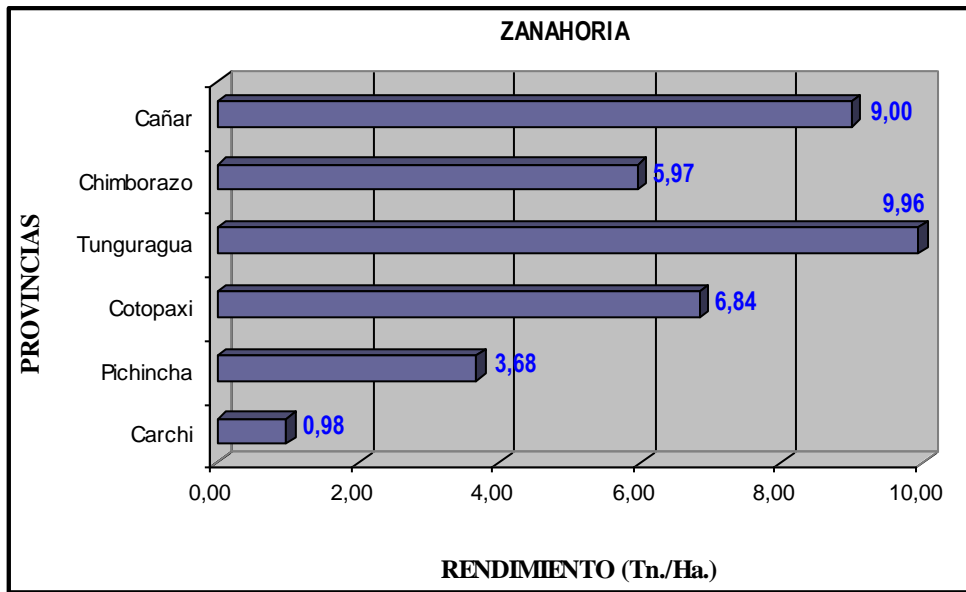
GRÁFICO 19. COMPARACIÓN DE LAS SUPERFICIES CULTIVADAS DE ZANAHORIA EN DIFERENTES ZONAS.



Fuente: SICA 2005
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

La superficie más alta para el cultivo de zanahoria esta en la provincia de Chimborazo con 1443Ha. seguido de Cotopaxi 666Ha. y Tungurahua 406Ha. Respectivamente, en total son cinco provincias que cultivan la zanahoria tal como demuestra en el gráfico.

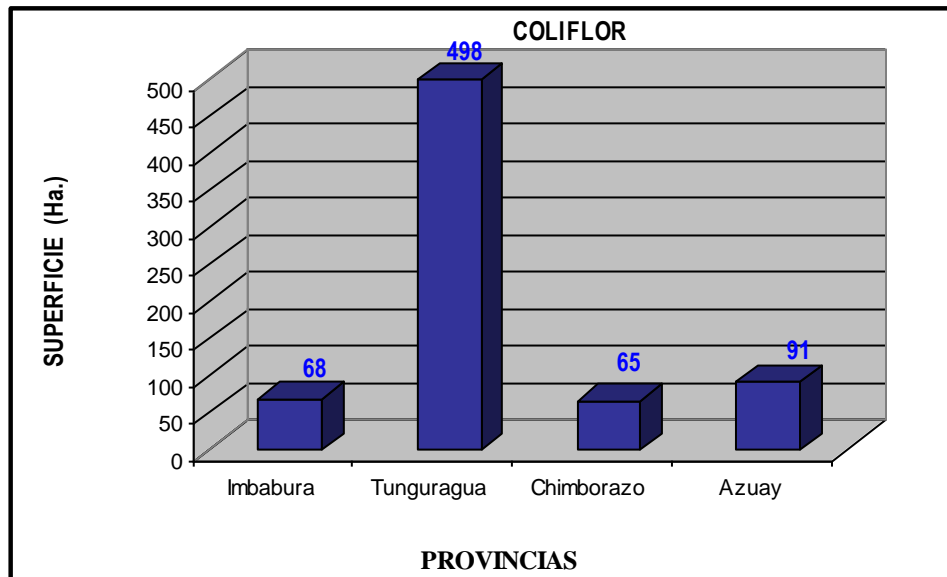
GRÁFICO 20. NIVELES DE RENDIMIENTO DE ZANAHORIA, EN Tn./Ha.



Fuente: SICA 2005
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

En el caso de los niveles de rendimiento productivo/Ha. de zanahoria, Tungurahua es el que tiene mejores niveles de rendimiento, alcanza a 9,96 Tn./Ha. Cañar compite con esta provincia; resto de provincias tienen rendimientos inferiores. Igual que para el brócoli, aquí hay otra fortaleza que es necesario reforzarla.

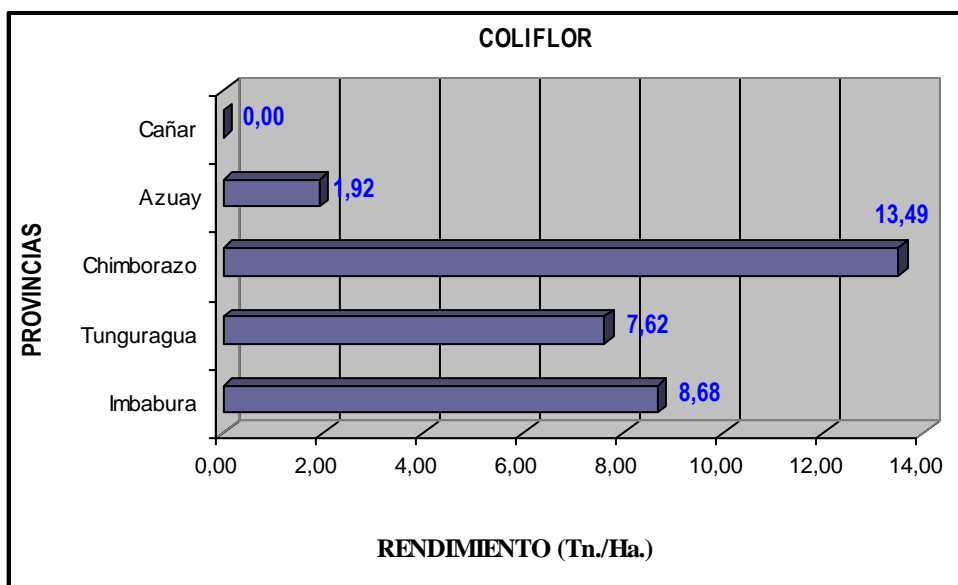
GRÁFICO 21. COMPARACIÓN DE LAS SUPERFICIES CULTIVADAS DE COLIFLOR EN DIFERENTES ZONAS.



Fuente: SICA 2005
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

De las cuatro provincias Tungurahua es la provincia que cuenta con 498 Ha. de cultivo de coliflor seguido de Azuay, Imbabura y Chimborazo.

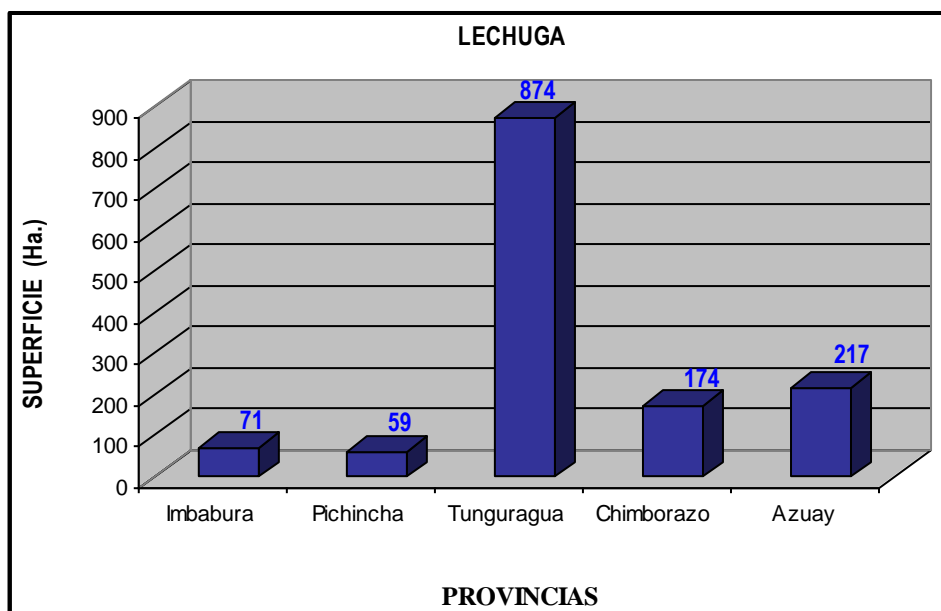
GRÁFICO 22. NIVELES DE RENDIMIENTO PRODUCTIVO DE COLIFLOR, EN Tn./Ha.



Fuente: SICA 2005
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

En cambio, Chimborazo lidera en la productividad de coliflor/unidad de superficie con 13.49 Tn./Ha. y Cañar comparten el mismo rango con las provincia del centro norte del país. Azuay es la que tiene menor rendimiento por unidad de producción.

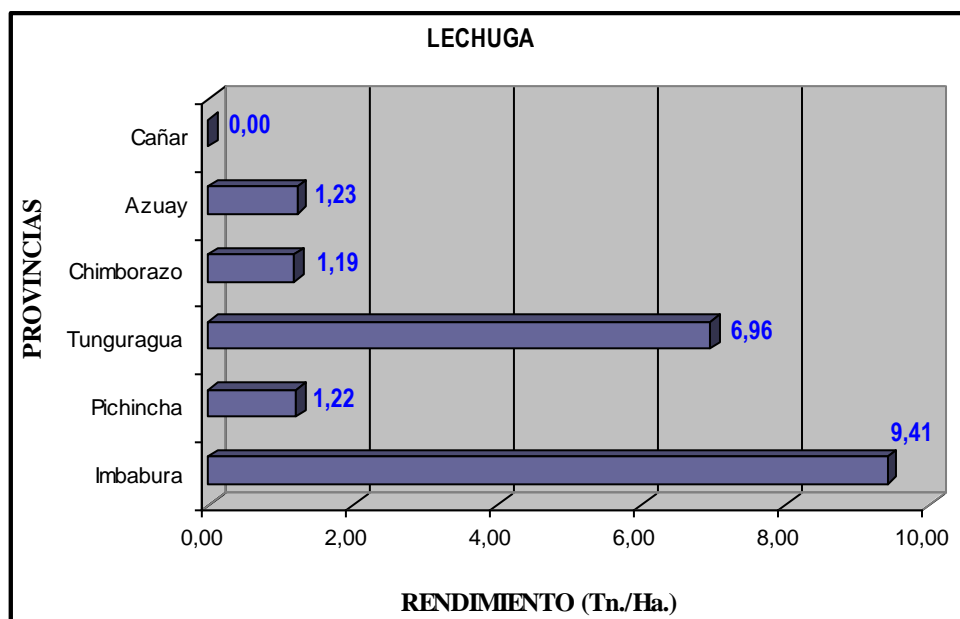
GRÁFICO 23. COMPARACIÓN DE LAS SUPERFICIES CULTIVADAS DE LECHUGA EN DIFERENTES ZONAS.



Fuente: SICA 2005
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

La comparación de superficies cultivadas para lechuga se encuentra en primer lugar en Tungurahua con 874 Ha. sigue Azuay con 217 Ha.

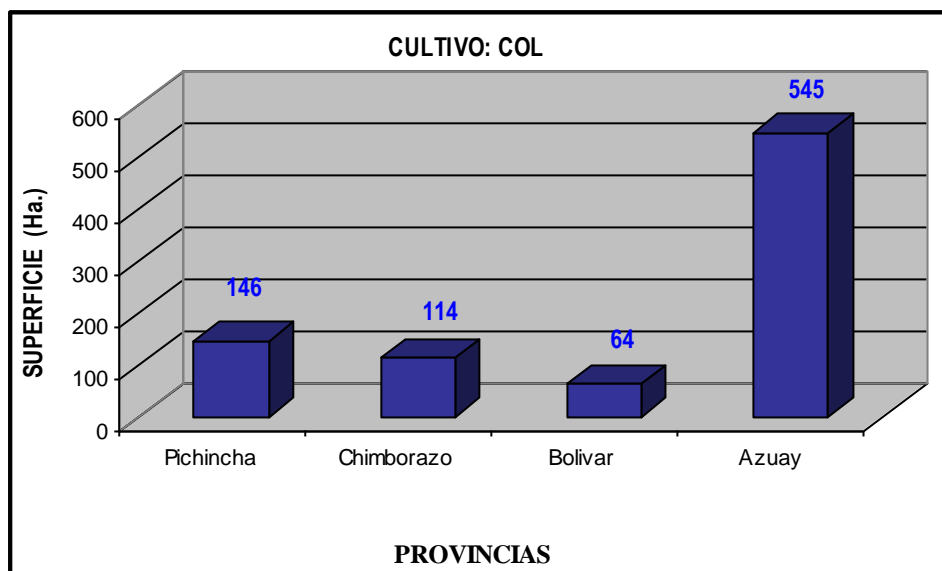
GRÁFICO 24. NIVELES DE RENDIMIENTO PRODUCTIVO DE LECHUGA, EN Tn./Ha.



Fuente: SICA 2005
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

En lo que respecta al rendimiento productivo/unidad de superficie de lechuga, en donde Imbabura y Cañar compiten, lo sigue Tungurahua, y con bajo rendimiento comparten Azuay, Chimborazo y Pichincha.

GRÁFICO 25. COMPARACIÓN DE LAS SUPERFICIES CULTIVADAS DE COL EN DIFERENTES ZONAS.

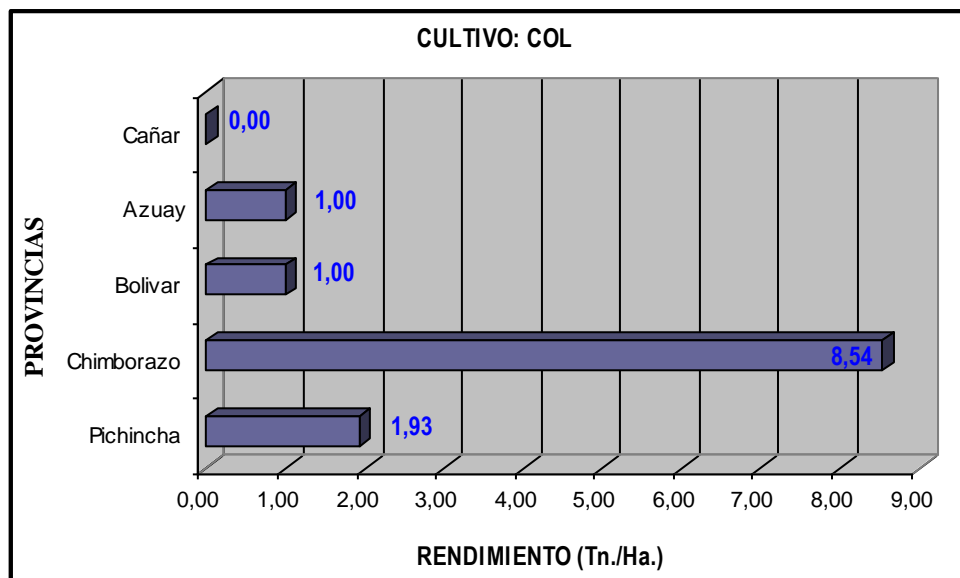


Fuente: SICA 2005
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

La provincia de Azuay es zona de mayor producción de col, desde punto de vista superficie que se encuentra entre 545Ha. de cultivo luego esta Pichincha, Chimborazo y Bolívar respectivamente.

En el siguiente grafico se realiza el análisis comparativo de rendimiento regional y local de hortalizas.

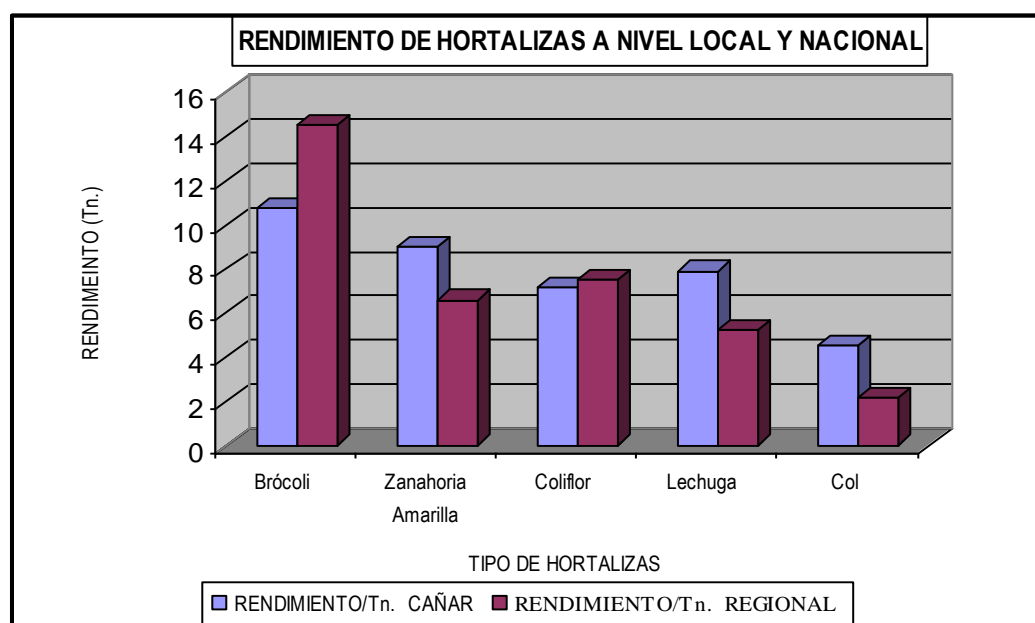
GRÁFICO 26. NIVELES DE RENDIMIENTO PRODUCTIVO DE COL POR UNIDADES DE SUPERFICIE.



Fuente: SICA 2005
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

Con respecto al rendimiento productivo por unidades de superficie de la col, Chimborazo tiene mejores rendimientos, le supera casi en un 100% en segundo lugar es Cañar, le sigue en rendimiento/ unidad productiva Pichincha, Azuay y Bolívar.

GRÁFICO 27. COMPARACIÓN DE RENDIMIENTO DE LAS HORTALIZAS ENTRE CAÑAR Y REGIONAL.



Fuente: SICA 2005
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

Respecto al comportamiento de los rendimientos de cada uno de los cultivos, el gráfico demuestra que el brócoli y coliflor supera en 3.76 Tn. y 0.33 Tn. respectivamente supera a la producción de Cañar, mientras que la producción de zanahoria y lechuga permite obtener un rendimiento superior frente a los rendimientos regionales.

Este análisis de competencia permite determinar que la competencia regional es fuerte en comparación a las superficies cultivadas a nivel local, por lo tanto las provincias de Tungurahua, Chimborazo y Cotopaxi son zonas de mayor producción y se demuestra que los rendimientos de la zanahoria y coliflor en Cañar es superior a los competidores regionales

Los consumidores se caracteriza en convencionales y agroecológicos, este ultimo con mayor tendencia, que actualmente se destina un gasto efectivo de 8% de ingreso promedio mensual, con un consumo de 5 Kg. de hortalizas por familia, los hogares con mayor consumo de hortalizas agroecológicas se denota en la ciudad de Cuenca seguido de los hogares de guayaquil. A nivel de los consumidores locales se demuestra gran demanda de hortalizas con tendencia a consumo de productos orgánicos especialmente en sector urbano, donde actualmente se encuentra productos convencionales.

Las zonas principales competidores a nivel nacional se encuentra Cotopaxi, pichincha, Tungurahua, Chimborazo y Azuay, que encuentran grandes superficies cultivadas de hortalizas, que disponen de tecnología investigación, factores que favorecen la producción.

3) Síntesis de la oferta competitiva

En esta sección se hace una breve comparación de los actores estudiados en la cadena versus los actores competidores; el fin de este análisis es de identificar las ventajas competitivas y comparativas que presentan los actores estudiados de la cadena. En el siguiente cuadro se sintetiza este análisis comparativo.

CUADRO 35. IDENTIFICACIÓN VENTAJAS COMPETITIVAS Y COMPARATIVAS

CRITERIOS	PRODUCCIÓN LOCAL	PRODUCCIÓN REGIONAL NORTE	PRODUCCIÓN REGIONAL SUR
Producción	Bajo	Alto	Medio
Rendimiento/promedio	Medio y alto	Alto y medio	Medio y bajo
Perspectivas a mediano plazo	Se restringe la producción por escasez de mano de obra por efectos de migración	Se fortalece la producción, fuerte apoyo interinstitucional	Se fortalece la producción, fuerte apoyo interinstitucional
Costo de Producción	Alto	Bajo y medio	Medio
Precio de venta mercado nacional.	Alto	Bajo	Medio
Instituciones u organismos de apoyo	VECO – ECUADOR, CEDIR, Proyecto CODESARROLLO, MIES.	Gobiernos locales, seccionales y varias ONG, proyecto PODER y proyectos de MIES.	Gobiernos locales, seccionales y varias ONG, proyecto PODER y proyectos de MIES.
Ventajas competitivas	Mediana experiencia en producción y comercio.	Excelentes costo de producción. Acceso y existencia de tecnologías y conocimiento apropiado. Presencia de organizaciones y consorcio de productores.	Presencia de organizaciones y consorcio de productores.
Ventajas comparativas	Clima, suelos y áreas propicias para la producción. Existencia de sistemas de riego e infraestructura básica. Cercanía a mercados estratégicos.	Clima, suelos y áreas propicias para la producción. Existencia de sistemas de riego e infraestructura básica. Mayor extensión y número de productores hortícolas.	Clima, suelos y áreas propicias para la producción. Existencia de sistemas de riego e infraestructura básica. Cercanía a mercados estratégicos.

Fuente: Investigación de campo.
 Elaboración: ZARUMA F. 2008.

Tal como se puede apreciar en el cuadro anterior, Cañar tiene pocas ventajas competitivas con respecto a la competencia regional, tanto del Sur como del Norte del país. Sin embargo, tiene buenas ventajas comparativas, aunque su superficie productiva es cuestionada.

6. Bloque de costos y beneficios

El análisis de los costos y beneficios se considera un estudio detallado del comportamiento del precio para cada uno de los productos descritos en el estudio

a. Análisis de precios de las hortalizas

Se ha considerado realizar el análisis de variación y comportamiento de precios de cada uno de los productos en diferentes zonas geográficas, en el siguiente cuadro y gráfica se visualiza.

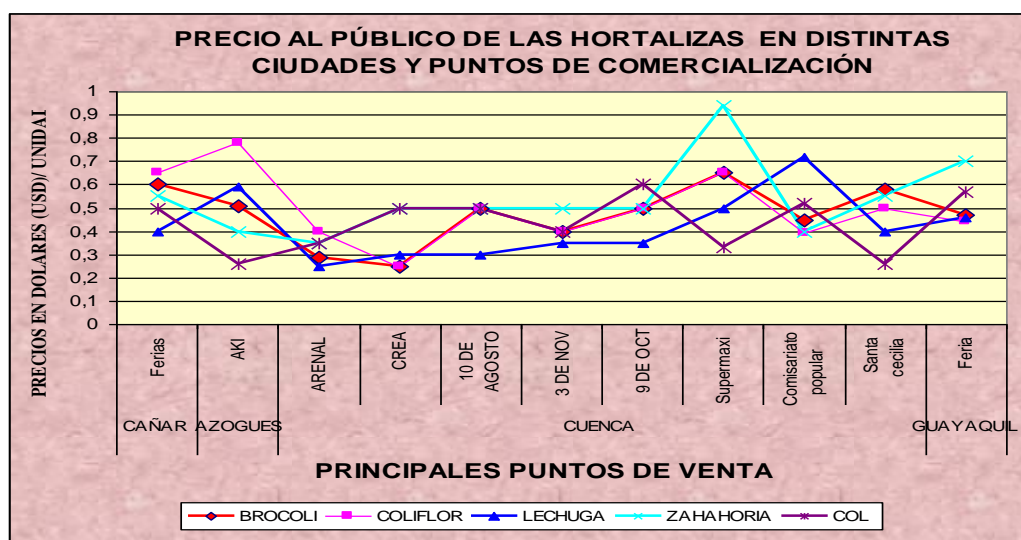
CUADRO 36. DIFERENCIA DE PRECIOS DE HORTALIZAS AL CONSUMIDOR FINAL, EN FUNCIÓN DE UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LOS PUNTOS DE VENTA DE LAS CIUDADES DE CAÑAR, AZOGUES, CUENCA Y GUAYAQUIL.

PRODUCTOS	CIUDADES										
	CAÑAR	AZOGUES	CUENCA								GUAYAQUIL
	Ferías	AKI	ARENAL	CREA	10 DE AGOSTO	3 DE NOV	9 DE OCT	Supermaxi	Comisariato popular	Sta Cecilia	Feria
BROCOLI	0,6	0,51	0,29	0,25	0,5	0,4	0,5	0,65	0,45	0,58	0,47
COLIFLOR	0,65	0,78	0,4	0,25	0,5	0,4	0,5	0,65	0,39	0,5	0,44
LECHUGA	0,4	0,59	0,25	0,3	0,3	0,35	0,35	0,5	0,72	0,4	0,46
ZAHAHORIA	0,55	0,4	0,35	0,5	0,5	0,5	0,5	0,94	0,4	0,55	0,7
COL	0,5	0,26	0,35	0,5	0,5	0,4	0,6	0,33	0,52	0,26	0,57

Fuente: Investigación de campo, mediante sondeo rápido de mercado (SRM), al noviembre 2008.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

Mediante sondeo rápido de mercado (SRM), en las cuatro principales ciudades de interés del estudio se demuestra que los precios varían significativamente, principalmente en distintos nichos de mercado de la ciudad de cuenca, se observa los precios altos en los centros comerciales formales y precios bajos para el consumidor en las ferias populares de los mercados municipales, mediante observación directa se establece que los productos en los centros comerciales se diferencia por la agregación del valor, siendo la marca, embalaje, producto fresco, higiene, incluso certificación orgánica, registros sanitarios y información nutricional del producto, son los factores que inciden en el costo del producto. Mientras que a nivel del pequeño intermediario de las ferias, mercados municipales las características de presentación del producto es incipiente.

GRÁFICO 28. MAPEO GEOGRÁFICO DE PRECIOS DE LAS HORTALIZAS AL CONSUMIDOR FINAL.



Fuente: Investigación de campo, al noviembre 2008.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

Como se observa en el gráfico 28, un mismo producto caso zanahoria tiene un costo de 0.94 dólares en supertaxi, frente a 0.35 dólares en feria popular de la ciudad de Cuenca y un análisis de precios regionales demuestra que en nichos de mercados de la ciudad de Cuenca los precios de los cinco productos en estudio son bajos que en la ciudad de Guayaquil y principalmente Cañar y Azogues, que son precios que varían geográficamente (costa y sierra), tal como se detalla en la grafica.

b. Análisis de costos de producción

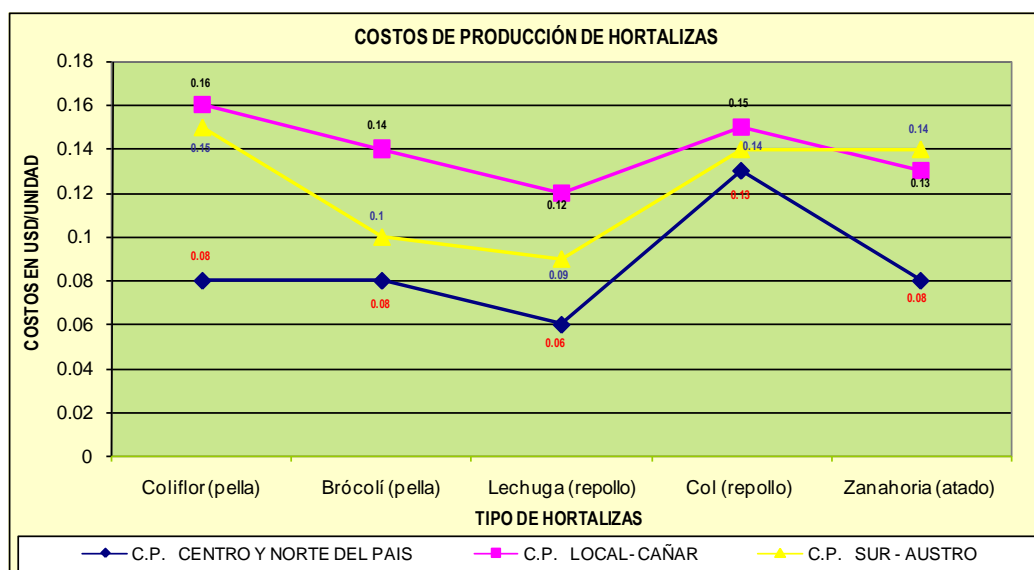
En esta sección se busca comparar los costos de producción calculados para cada producto, esta comparación permite determinar la rentabilidad estrictamente económica de la cadena, el análisis de resultados se realizó sobre el conjunto de toda la cadena.

CUADRO 37. COSTOS DE PRODUCCIÓN DE LAS HORTALIZAS EN DIFERENTES ZONAS GEOGRÁFICAS

PRODUCTO	COSTO DE PRODUCCIÓN (USD)/UNIDAD		
	C - NORTE	CAÑAR	CUENCA
Coliflor (repollo)	0,08	0,16	0,15
Brocolí (repollo)	0,08	0,14	0,1
Lechuga (repollo)	0,06	0,12	0,09
Col (repollo)	0,13	0,15	0,14
Zanahoria (atado)	0,08	0,13	0,14

Fuente: Investigación de campo.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

GRÁFICO 29. COMPARACIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN DE HORTALIZAS EN DIFERENTES ZONAS GEOGRÁFICAS.



Fuente: Investigación de campo.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

El gráfico de comparación de precios, permite visualizar las variaciones de los costos de un productos en distintas zonas geográficas en función de tipo de hortalizas a cultivar; permitiendo analizar que el costo de producción más alto se encuentra en la zona de Cañar, donde la coliflor mantiene el costo más alto, superando hasta en un 100% al costo de producción de la zona norte del país. Seguida de la col que en tres zonas de producción es relativamente alto sin mayor variación significativamente, que va desde 0.13 dólares en zona norte del país hasta 0.15 dólares en Cañar y 0.14 dólares en Azuay.

El cálculo respectivo de costos de producción para cada producto en referencia del área de investigación caso Cañar se detalla en anexo, La recolección de los datos necesarios para el cálculo se realizo mediante entrevista con los actores respectivos.

c. Beneficios y márgenes de utilidad

El fin de esta unidad es determinar los niveles de rentabilidad que genera la cadena, para ello se hace un análisis comparativo de los costos de producción versus los precios ofertados para cada producto en los diferentes eslabones de la cadena.

Dentro de conjunto de productos en estudio, en relación producto – intermediario – consumidor final, que se da particularmente en el mercado local, coliflor es la que genera una mayor rentabilidad, seguido por brócoli, mientras que los otros productos generan rentabilidad considerable.

Para el caso del mercado regional, en donde ya interviene un intermediario más (minorista) la col, zanahoria y la lechuga genera mayor rentabilidad, mientras que la coliflor y el brócoli otorgan beneficios aceptables.

En todo caso, tal como se puede apreciar en los cuadros que precede, el intermediario es la que tiene mayores y mejores utilidades, incluso alcanzan rentabilidades cerca de 200% mensuales. Ver los siguientes cuadros.

CUADRO 38. MÁRGENES COMERCIALES DEL ESLABÓN: PRODUCTOR – INTERMEDIARIO – CONSUMIDOR FINAL.

PRODUCTO	ACTOR	COSTO DE COMPRA DE MP (unidad/USD)	COSTO OPER (unidad/USD)	PVP (unidad/USD)	MÁRGEN NETO	RENTABILIDAD DE PROCESO	RENTABILIDAD MENSUAL
Coliflor	Productor	0,096	0,064	0,20	0,04	25%	4%
	Intermediario	0,20	0,05	0,31	0,06	24%	96%
	Margen P - CF	0,096	0,064	0,31	0,15	94%	13%
Brócoli	Productor	0,084	0,056	0,22	0,08	57%	8%
	Intermediario	0,22	0,055	0,37	0,10	35%	138%
	Margen P - CF	0,084	0,056	0,37	0,23	164%	23%
Lechuga	Productor	0,072	0,048	0,18	0,06	50%	10%
	Intermediario	0,18	0,045	0,30	0,08	33%	133%
	Margen P - CF	0,072	0,048	0,30	0,18	150%	30%
Col	Productor	0,09	0,06	0,25	0,10	67%	8%
	Intermediario	0,25	0,0625	0,33	0,02	6%	22%
	Margen P - CF	0,09	0,06	0,33	0,18	120%	17%
Zanahoria	Productor	0,078	0,052	0,22	0,09	69%	9%
	Intermediario	0,22	0,055	0,30	0,03	9%	36%
	Consumidor final	0,078	0,052	0,30	0,17	131%	16%

Fuente: Investigación de campo.
 Elaboración: ZARUMA F. 2008.
 P: productores.
 CF: consumidor final.

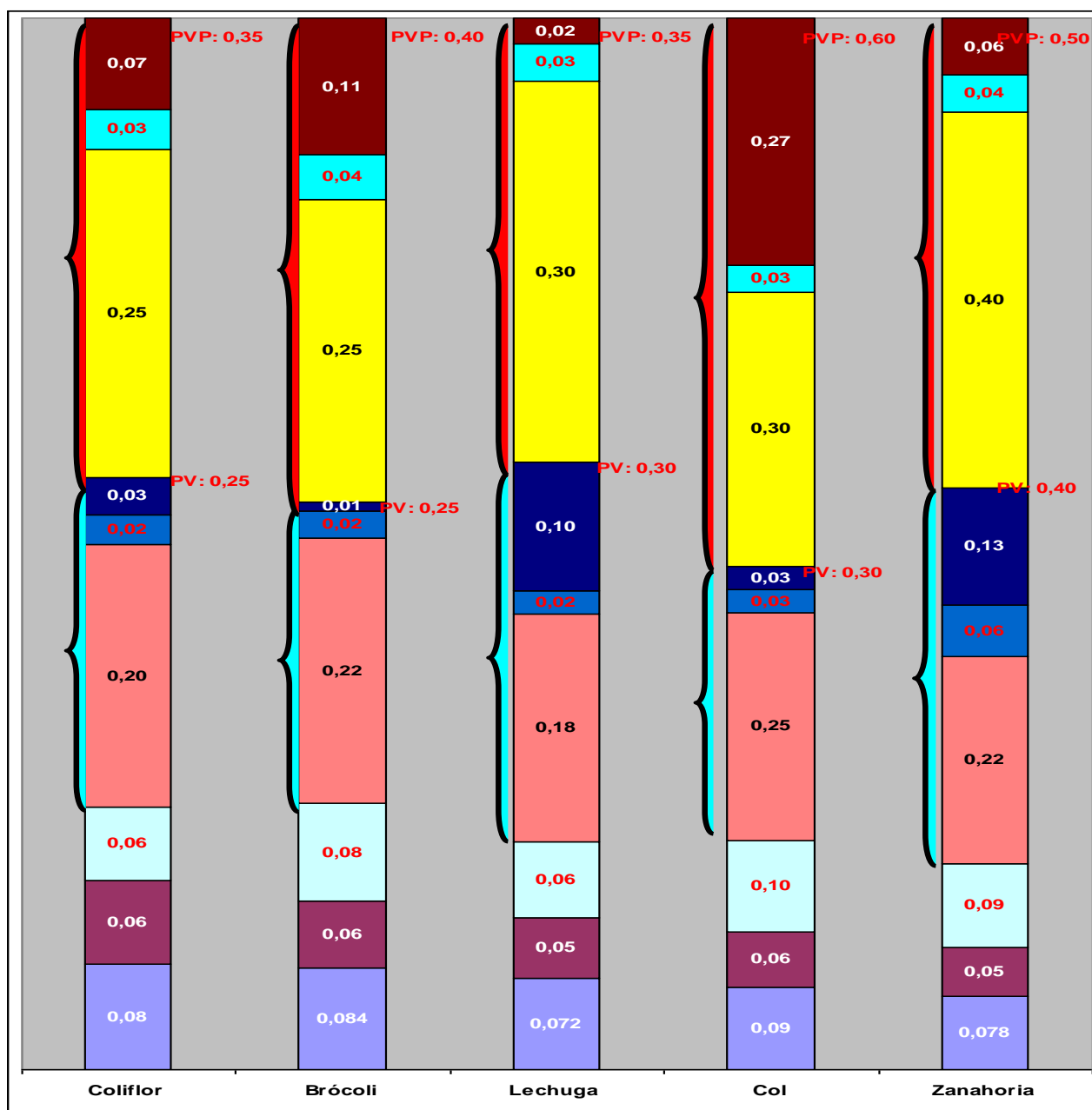
CUADRO 39. MÁRGENES COMERCIALES DEL ESLABÓN: PRODUCTOR – MAYOREO – MINORISTA - CONSUMIDOR FINAL.

PRODUCTO	ACTOR	COSTO DE COMPRA DE MP (unidad/USD)	COSTO OPER (unidad/USD)	PVP (unidad/USD)	MÁRGEN NETO	RENTABILIDAD DE PROCESO	RENTABILIDAD MENSUAL
Coliflor	Productor	0,08	0,064	0,20	0,06	39%	6%
	Mayorista	0,20	0,02	0,25	0,03	14%	55%
	Detallista	0,25	0,025	0,40	0,13	45%	182%
	Margen P - CF	0,08	0,064	0,40	0,26	178%	25%
Brócoli	Productor	0,084	0,056	0,22	0,08	57%	8%
	Mayorista	0,22	0,022	0,25	0,01	3%	13%
	Detallista	0,25	0,0375	0,40	0,11	39%	157%
	Margen P - CF	0,084	0,056	0,40	0,26	186%	27%
Lechuga	Productor	0,072	0,048	0,18	0,06	50%	10%
	Mayorista	0,18	0,018	0,30	0,10	52%	206%
	Detallista	0,30	0,03	0,35	0,02	6%	24%
	Margen P - CF	0,072	0,048	0,35	0,23	192%	38%
Col	Productor	0,09	0,06	0,25	0,10	67%	8%
	Mayorista	0,25	0,025	0,30	0,03	9%	36%
	Detallista	0,30	0,03	0,60	0,27	82%	327%
	Margen P - CF	0,09	0,06	0,60	0,45	300%	43%
Zanahoria	Productor	0,078	0,052	0,22	0,09	69%	9%
	Mayorista	0,22	0,055	0,40	0,13	45%	182%
	Detallista	0,40	0,04	0,50	0,06	14%	55%
	Consumidor final	0,078	0,052	0,50	0,37	285%	36%

Fuente: Investigación de campo.
 Elaboración: ZARUMA F. 2008.
 P: productor
 CF: consumidor final

Una mejor visualización de beneficios, utilidades, y márgenes comerciales se esquematiza en el gráfico de formación de precios.

GRÁFICO 30. FORMACIÓN DE PRECIOS Y MÁRGENES COMERCIALES, HORTALIZAS.



Fuente: Investigación de campo, 2008
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

Tal como se puede observar en el gráfico, la lechuga es la que genera mayores niveles de beneficio, seguido por la zanahorias y la col. En todo caso, desde la perspectiva de los actores, los intermediarios son los que llevan la mayor cantidad de utilidades.

En función de los análisis económicos de la cadena podemos concluir que la producción de las hortalizas es un negocio medianamente rentable con fuerte competencia local y regional. Sin embargo, con una buena optimización de los recursos es posible tener una rentabilidad aceptable,

debido a que se optimizaría los costos de producción y se tendría precios más competitivos para insertar y captar diferentes nichos de mercado.

d. Requerimiento mínimo para cubrir los costos básicos vitales

Desde una visión de fomento del bienestar/ desarrollo humano y la equidad, no solamente los costos y beneficios monetarios son relevantes. Es preciso valorar como la participación de la cadena aporta a la salud de las familias, a una seguridad alimentaría, al desarrollo de nuevas capacidades y al empoderamiento y autoestima de los actores, en este caso a los productores de hortalizas.

En el siguiente cuadro se detalla los requerimientos mínimos necesarios de producción de hortalizas a nivel de una familia productora, para cubrir los costos básicos vitales en una semana.

CUADRO 40. DETALLE DE REQUERIMIENTO MÍNIMO SUPERFICIE CULTIVABLES PARA CUBRIR LOS COSTOS BÁSICOS VITALES (CBV) DE UNA FAMILIA.

PRODUCTO	N° Plantas	m²
Coliflor (repollo)	525	264
Brocolí (repollo)	525	264
Lechuga (repollo)	525	198
Col (repollo)	455	514,8
Zanahoria (atado)	525	1750
Total	2555	2990,8

Fuente: Investigación de campo.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

Con la producción de hortalizas, expresada en unidades de superficie y cantidad de productos a comercializar en una semana, se estima la producción promedio mínima de 511 unidades comerciables de cada tipo de hortalizas, que representa a superficies mínima semanal de 200 m² para el caso de lechuga, 514.8 m² para cultivo de la col y mínima de 1750 m² para la producción de zanahoria; con un total de 2990.8 m² de superficie de cultivos semanales, permite que una familia tenga ingresos económicos que cubra los costos básicos de alimentación, educación, salud y gastos de servicios básicos.

A continuación se detallan la identificación de los puntos críticos, así como la formulación de las estrategias y planes de acción orientados a mejorar la competitividad.

7. Prospección de la cadena productiva de hortalizas

Esta sección se refiere al análisis de prospección de la cadena productiva de hortalizas, que permita la formulación de lineamientos alternativos para mejorar la cadena en el cantón Cañar, que es uno de los objetivos específicos del estudio.

a. Construcción y priorización del FODA de la cadena

Consiste en identificación de las **Fortalezas**, **Oportunidades**, **Debilidades** y **Amenazas** en la cadena productiva. Que las oportunidades y las amenazas son elementos positivos (+) y negativos (-) de entorno que no son controlables directamente por los actores de la cadena pero que influyen sobre ella, mientras que las fortalezas y debilidades son aspectos internos, propios de la cadena, sobre los cuales se puede influir para reforzar la competitividad de la cadena de hortalizas.

CUADRO 41. MATRIZ DE FODA IDENTIFICADO Y PRIORIZADO PARA LA CADENA PRODUCTIVA DE HORTALIZAS

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>Aptitud climática y natural del suelo: calidad del suelo y contexto climático favorable.</p> <p>Experiencia base del productor y presencia de las asociaciones de productores.</p> <p>Sensibilidad del horticultor hacia transición de producción agro ecológicas, y orgánicas.</p> <p>La disponibilidad de la infraestructura productiva elemental (riego, reservorios, vías de acceso, medios de comunicación) y presencia de empresas comunitarias de comercializadora.</p>	<p>Mercado potencial insatisfecho para el consumo de hortalizas agro ecológico en Guayaquil, Cuenca y Machala (incrementa el consumo de productos agro ecológicos y orgánicas).</p> <p>Apoyo y presencia de instancias locales (Asociaciones), regionales (consorcios) y traslocales (ONG y cooperación internacional) que apoyan los procesos productivos y comerciales.</p> <p>Oferta de productos financieros favorables para el desarrollo de la cadena.</p> <p>Las políticas del estado incentiva la producción y consumo de productos sanos y locales, a través de proyectos y programas sociales.</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>Incipiente nivel de asociatividad y correlación entre actores para la producción y comercialización, prevalece el individualismo.</p> <p>Fallos en la aplicabilidad y conocimiento tecnológico tanto en la producción convencional como en la agroecológica y orgánica.</p> <p>Bajos niveles de conocimiento y experiencia en gestión y gerencia empresarial.</p> <p>Poca oferta de productos hortícolas tanto en cantidad (producción de minifundio y microfundios) como en calidad (producción no estandarizada) con costos y precios altos.</p>	<p>Producción y competencia regional: Tungurahua y Chimborazo ofertan productos al mismo mercado objetivo con calidad y precios competitivos.</p> <p>Insumos agropecuarios requeridos para producción hortícola en constante alza de precios.</p> <p>Emigración de PEA, por lo tanto feminización de la agricultura y escasez de mano de obra.</p> <p>Atomización de las unidades productivas, urbanización y transición de los sistemas productivos agrícolas hacia sistemas productivos pecuarios extensivos.</p>


Fuente: Investigación de campo.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

A partir de esta matriz se hace los respectivos cruces, estos cruces permiten identificar y definir la ventaja competitiva que tiene la cadena, así como también la identificación y priorización de los factores críticos que limitan el desempeño del sistema. En las siguientes secciones abordamos estos tópicos.

b. Identificación Ventaja competitiva de la cadena

El cruce de las fortalezas con las oportunidades nos permite definir la ventaja competitiva de la cadena; es decir, identificar los elementos favorables del entorno que se pueden aprovechar para reforzar la competitividad de la cadena. Para su construcción, como producto del cruce, es necesario identificar los factores ofensivos; en el siguiente cuadro se esquematiza esta particularidad.

CUADRO 42. MATRIZ DE ÁREA OFENSIVA DE LA CADENA.

 OPORTUNIDAD FORTALEZA	Mercado potencial insatisfecho.	Apoyo y presencia de OG, ONG y CI.	Oferta de productos financieros.	Las políticas del estado favorables.
Aptitud climática y natural del suelo: calidad del suelo y contexto climático favorable.	5	3	3	3
Experiencia base del productor y presencia de las asociaciones de productores.	5	5	5	3
Sensibilidad del horticultor hacia transición de producción agro ecológicas.	5	3	5	0
La disponibilidad de la infraestructura productiva elemental (riego, reservorios, vías de acceso, medios de comunicación) y presencia de empresas comunitarias de comercialización.	3	3	3	3
TOTAL	18	14	16	9

Fuente: Investigación de campo.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

A partir de este cruce, con las oportunidades más relevantes, tenemos las siguientes ventajas competitivas para la cadena:

“Los factores como los niveles medios de asociatividad de productores, la experiencia base del productor, más la sensibilidad del productor hacia la transición de una agricultura tradicional hacia la agricultura ecológica y de precisión, permite y permitirá aprovechar y captar eficiente y


competitivamente el mercado insatisfecho existente tanto en el ámbito local como en el ámbito regional (Cuenca, Machala y Guayaquil)”.

Esta captación de demanda insatisfecha será también favorecida por la buena aptitud climática y natural del suelo, así como por la existencia de la infraestructura productiva. Igualmente, para fortalecer la capacidad productiva local, los agentes económicos locales, regionales, nacionales e internacionales cuentan con el apoyo técnico - comercial, económico y financieras en las diferentes fases de producción; esto es, apoyo de gobiernos y asociaciones locales (GPC, AAIC), de las ONG (CEDIR, VECO, FECED), agencias de financiamiento (BNF, CFN y cooperativas de Ahorro) y de la cooperación nacional e internacional (MIES, MAG, AECID, Fondo Italo - Ecuatoriano). Todo este conjunto de apoyo permitirá mejorar sustancialmente la competitividad de la cadena.

c. Identificación de los factores críticos de la cadena

El **factor crítico** es cualquier variable que afecta el desempeño de un sistema, de forma positiva o negativa, y de manera relevante. Para su identificación y priorización se ha utilizado la matriz defensiva de la cadena derivada del FODA. Efectivamente, para su construcción se parte de las debilidades que obtuvieron el puntaje más alto en la matriz (ya que son las más peligrosas para la competitividad de la cadena) las mismas que se contrasta con las principales amenazas identificadas en la cadena. Ver el cuadro 43.

CUADRO 43. MATRIZ DEFENSIVA DE LA CADENA PRODUCTIVA.

 DEBILIDADES	Incipiente nivel de asociatividad y correlación entre actores.	Fallos en la aplicabilidad y conocimiento tecnológico.	Bajos niveles de conocimiento en gerencia empresarial.	Poca oferta de productos hortícolas tanto en cantidad como en calidad.
AMANAZAS				
Producción y competencia regional en calidad y precios.	5	5	5	5
Alto costo de Insumos agropecuarios.	5	3	5	0
Emigración de PEA, escasez de mano de obra.	5	3	3	3
Atomización de las unidades productivas, urbanización.	3	3	3	3
TOTAL	18	14	16	11

Fuente: Investigación de campo.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

En base al cuadro anterior, esto es del contraste de las amenazas versus las debilidades, se ha identificado los siguientes factores críticos: 1) Incipientes niveles de asociatividad y correlación entre actores, 2) Poca oferta de productos hortícola, tanto en cantidad como en calidad, 3) Fallos en la aplicabilidad y conocimiento tecnológico y 4) Limitado conocimiento de los productores en gestión y gerencia empresarial. Una descripción y análisis más detallado de estos factores críticos se detalla a continuación.

d. Descripción de los factores críticos

1) Nivel de asociatividad y correlación entre actores.

Efectivamente, prevalece “Incipiente nivel de asociatividad y correlación entre actores para la producción y comercialización”. Particularmente, en los eslabones iniciales y finales de la cadena productiva prevalece un **nivel primario de asociatividad**, mientras que con los actores del bloque de comercio e intermediación se acentúa en los mejores niveles de asociatividad.

Estos niveles de asociatividad, afectan negativamente a los productores, intermediarios y a los consumidores finales; por el lado de los productores no permite acceder fácil, oportuna y competitivamente a los insumos, asistencia técnica, capacitación, educación, servicios financieros, a los nichos de mercado, y a otras necesidades u oportunidades que surjan en los negocios; para el caso de los intermediarios, aunque ellos llevan el porcentaje más alto de utilidad, el nivel de asociatividad permite apenas demandar pocos productos y de pésima calidad. En el caso de los consumidores finales, por sus incipientes niveles de asociatividad son presa fácil de los intermediarios, quienes fácilmente abusan en precios y engañan en la calidad de los productos, incluso la procedencia del producto.

Igualmente, este segmento de consumidores, además de sus formas de consumo individual y no asociativo, desconoce el valor nutricional y medicinal de las hortalizas, tampoco conoce las formas diferenciadas de uso de hortalizas, uso que se debe dar según las necesidades fisiológicas. Y, en el caso de consumidores locales, particularmente del sector rural, su nivel de consumo todavía sigue siendo ínfimo.

Todo estos niveles bajos de asociatividad, no permite enfrentar eficientemente a la competencia regional (Azuay, Chimborazo, Tungurahua), quienes ofertan y proveen productos más competitivos tanto en cantidad como en calidad.

2) Oferta de productiva.

En la zona prevalece **“Poca oferta de productos hortícola tanto en cantidad (producción de minifundios y microfundios) como en calidad (producción no estandarizada) con costos y precios altos”**. En efecto, existe una producción minifundista e incluso microfundio de hortalizas y hay un número reducido de productores, quienes disponen en promedio 2500 m² y apenas oferta un 30% de la demanda total semanal requerida para los mercados locales.

A pesar de existir bastas zonas o áreas potenciales para la producción hortícola en el área del proyecto con una buena infraestructura productiva, se ve limitado o frenado su desarrollo, debido principalmente por las políticas de urbanización y por las políticas de fraccionamiento y minifundización de las unidades productivas. Así mismo, la carencia de las políticas públicas locales para el ordenamiento territorial no ha permitido optimizar el uso del suelo.

Cabe recordar que el total de extensión potencial para la agricultura intensiva, en donde incluye la producción de hortalizas, el cantón Cañar disponen aproximadamente de 14,800 Ha.

Así mismo, los costos de producción local son altos por sus elevados costos en insumos y en mano de obra, poseen elevados costos de producción, por lo tanto sus precios de venta también es elevado; es decir, la producción local no es competitiva ni en precios ni en costos frente a la competencia regional. Además, hay que ratificar que la adquisición de los insumos lo hacen en forma individual y al por menor, ello también influye en el incremento de los costos de producción.

Otro punto importante que condiciona a este factor crítico es lo referente a la normativa para la producción y comercialización de las hortalizas, en efecto los productores de Cañar no poseen normativa ni para la producción ni para la comercialización, por lo tanto, cada productor produce y comercializa en forma aislada y de manera individual o privada.

3) Aplicabilidad y conocimiento tecnológico.

Claramente se puede notar que los productores tienen **“Fallos en la aplicabilidad y conocimiento tecnológico tanto en el esquema convencional como agroecológico y orgánico”**. En la zona de Cañar prevalece la producción hortícola convencional y la tecnología agroecológica y orgánica es muy incipiente. Ya en su aplicabilidad tecnológica, tanto en el esquema convencional como en el agro ecológico existe serie de fallos, falencias relacionadas a la adquisición de semillas o de las plántulas; en la siembra y manejo de semilleros, en la fase de la preparación del suelo, en la fase trasplante, en manejo y control fitosanitarios de plagas y

enfermedades, en la aplicación de riego, en las técnicas de manejo de nutrición de cultivos, en la fase de cosecha y poscosecha, termina con errores en la comercialización.

Un caso particular que sucede en la producción agroecológica es el desconocimiento en la gestión de fertilidad, en los esquemas de asociación y rotación de cultivos, y en la gestión de manejo integrado de plagas y enfermedades. Situación muy similar sucede con la producción orgánica, hay que ratificar que en Cañar la producción netamente orgánica es muy incipiente.

En esas circunstancias, la adaptación y transferencia de tecnologías de producción agroecológica y orgánica en la producción de las hortalizas es muy ínfimo, por lo que es necesario incursionar acciones en pos de transferir, adaptar y generar tecnologías locales de producción agroecológica y orgánica para la producción de las hortalizas.

4) Capacidad de gestión y gerencia empresarial.

Los productores poseen bajos niveles de conocimiento y experiencia en la gestión y gerencia empresarial, particularmente relacionada en el gestión de las empresas rurales, por lo que sus niveles de gestión y negociación son limitadas. A su vez los niveles de planificación, organización, dirección y control son incipientes, tampoco tienen ni conocen el plan de negocio agrícola, no acceden o tiene un acceso muy restringido a los servicios de asistencia técnica, a los servicios de capacitación y formación, a los servicios de investigación y transferencia de tecnología, a los servicios de crédito y sobre todo tienen limitaciones fuertes en el acceso y contacto comercial. Ante ello, también es necesario reforzar estos niveles de ineficiencia.

Igualmente, a nivel local, no existe instancias o organismos especializadas que otorguen este tipo de servicio; lamentablemente las instancias gubernamentales no están especializadas para estas necesidades, por lo que los agentes que ofertan este servicio se encuentran fuera de área de contexto del proyecto no coordinan entre ONGs.

8. Orientación Prospectiva de la cadena.

El objeto del análisis prospectivo de cadenas productivas es para mirar el comportamiento futuro de los factores críticos y la comprensión de este comportamiento posibilitará la discriminación de las variables que persistirán como determinantes del desempeño del sistema (cadena productiva) objeto de análisis.

Este análisis prospectivo, requiere por un lado, tener un conocimiento sólido sobre el comportamiento del pasado y presente de los factores críticos que afecta a la cadena, por otro

lado, estar contextualizado en un escenario de agronegocios. Esto significa que las variables que actúan sobre la cadena y, por consecuencia, que también impactan a los ecosistemas, tendrán su comportamiento establecido como premisas de futuro (De CASTRO, A. et al., 2001).

a. Juicio cualitativo de los factores críticos.

A continuación se hace un alcance y aproximación del comportamiento y la antvisión de los factores críticos que afecta la cadena producción de las hortalizas para los próximos 5 años venideros. En el siguiente cuadro se sintetiza los resultados emitidos. Tal como se observa en el cuadro, la antvisión de los factores críticos se hace para rango de 5 años, esto es hasta el 2013. Ver el cuadro 44.

CUADRO 44. RESUMEN SINTÉTICO DE JUICIOS CUALITATIVOS DE LA ANTIVISIÓN DE LOS FACTORES CRÍTICOS DE LA CADENA.

Factores críticos	Situación actual 2009	Situación 2013
<p>Incipiente nivel de asociatividad y correlación entre actores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Productores con niveles primarios de asociatividad, prevalece la producción y venta individual, y generan menor rentabilidad. Ofertan para el mercado local - Abundan los intermediarios, estos tienen un nivel de asociatividad solvente, y capta > utilidad. - Los consumidores locales no están asociados, hay poco consumo de hortalizas y desconocen el valor nutritivo de las hortalizas. - Los consumidores regionales tiene cierto nivel de asociatividad y conocen elementos básicos del valor de las hortalizas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Productores organizados en asociaciones, prevalece la producción y venta asociativa, y generan mayor rentabilidad. Posicionan en el mercado local e inician a posicionar en los mercados regionales - Hay menor presencia de los intermediarios, mantiene un nivel de asociatividad solvente, y capta una utilidad significativa. - Los consumidores no están asociados, hay poco consumo y desconocen el valor nutritivo y medicinal de las hortalizas. - Los consumidores regionales tiene cierto nivel de asociatividad y conocen elementos básicos del valor de las hortalizas.
<p>Poca oferta de productos hortícola tanto en cantidad como en calidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Prevalece la producción a < escala (2500 m²). - Ofertan apenas el 30% de la demanda total local, solo dispone de 15 ha de hortalizas. - Existen pocos productores dedicados a hortalizas. - Carece de normativa para la producción y comercialización de hortalizas. - Elevados costos de producción y de PVP. - Carecen de políticas de ordenamiento territorial. 	<ul style="list-style-type: none"> - Fortalece la producción a > escala (10000 m²). - Ofertan cerca de 50% de la demanda total local. - Aumentan el número de productores dedicados a hortalizas. - Disponen de normativa para la producción y comercialización asociativa de las hortalizas. - Los costos de producción y de PVP vuelven a ser competitivos con la competencia regional. - La producción se basa en las políticas de ordenamiento territorial.
<p>Fallos en la aplicabilidad y conocimiento tecnológico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Prevalece la tecnología de producción convencional. - Hay incipiente nivel de desarrollo de tecnología de producción agroecológica y orgánica. - Existe serie de fallos en la aplicación de la tecnología en el proceso productivo y post productivo. - La transferencia y generación de tecnología apropiadas para la producción de las hortalizas en muy limitada. 	<ul style="list-style-type: none"> - Existe fuerte transición desde la producción convencional hacia la producción agroecológica. - Inicia una fuerte incursión en la producción orgánica de las hortalizas. - Optimizan el uso de la tecnología en el proceso productivo y post productivo de las hortalizas. - Existe fuerte transferencia y generación de tecnología apropiadas para la producción de las hortalizas.
<p>Bajos niveles de conocimiento en gerencia empresarial.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Existe niveles incipientes de gestión y gerencia empresarial. - Carecen de planes de negocio - No hay instancias locales especializadas que otorguen este tipo de servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> - Existe niveles apropiados de gestión y gerencia empresarial. - Disponen y accionan su empresa en función del planes de negocio - Se inicia conformar instancias locales especializadas para otorgar servicios de este tipo.

Fuente: Investigación de campo.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

Del análisis de los resultados sintetizados en el cuadro anterior, nos permite concluir que la tendencia de los factores críticos, para lo próximos 5 años es favorable para desarrollar la cadena productiva de las hortalizas. En primera instancia sería captar y posicionar el mercado local, para luego inmiscuir en el mercado regional.

b. Estrategia y plan de acción

Es necesario concretizar el análisis prospectivo de la cadena, en la que se concluye que las tendencias son favorables para el desarrollo del agronegocio de las hortalizas, ahora es necesario definir estrategias, y para cada estrategia su plan de acción.

1) Definición de objetivos estratégicos de la cadena productiva

Los objetivos estratégicos determinan el rumbo de las acciones que se pretende emprender para mejorar y potenciar la competitividad de los actores y la equidad de la cadena. Estos objetivos estratégicos surgen de las ventajas competitivas y de los puntos críticos identificados anteriormente; estos objetivos son:

a) Objetivo General:

Aprovechar y captar eficiente y competitivamente el mercado insatisfecho existente tanto en el ámbito local (Tambo, Cañar y Azogues) como en el ámbito regional (Cuenca, Machala y Guayaquil)", mediante el fortalecimiento de los niveles de asociatividad primaria existentes en los agentes económicos de la cadena. Igual, esta captación será fortalecida aprovechando y reforzando las experiencias y la sensibilidad adquiridas del productor en transitar de una agricultura tradicional hacia una agricultura agroecológica y orgánica, y captando oportuna y eficientemente los apoyos técnicos, económicos y financieros otorgados por varias instancias de cooperación local y regional, tanto públicas como privadas.

i. Objetivos específicos

En función de los puntos críticos identificado en la sección anterior se ha planteado cuatro objetivos específicos para mejorar la competitividad de la cadena:

- Fortalecer los niveles de asociatividad y correlación entre actores o agentes económicos involucrados en la cadena.

- Ampliar la oferta de productos hortícola tanto en cantidad como en calidad y a precios competitivos.
- Otorgar asistencia técnica especializada y diferenciada, y generar e innovar tecnologías de producción apropiada.
- Fortalecer la capacidad de los productores en gestión y gerencia empresarial.

2) Construcción del plan de Acción

Los planes de acción son acciones concretas que se debe desarrollar por cada objetivo estratégico, estas acciones específicas permite efectivamente mejorar la competitividad y la equidad de la cadena.

Las acciones construidas para el caso de la cadena de hortalizas, han sido divisadas desde dos perspectivas: tipo de demanda y plazos de atención. La primera, clasificada en Tipo I (demandas tecnológicas ya disponibles), II (demanda tecnológica por generar) y III (demanda no tecnológica); en cambio la segunda, por los plazos de atención: a corto plazo, mediano plazo y largo plazo. En el cuadro 35 se ilustra los planes de acción a desarrollar en Cañar.

CUADRO 45. PLAN DE ACCIÓN DE LA CADENA PRODUCTIVA DE HORTALIZAS, CASO CAÑAR.

OBJETIVO ESTRATEGICO	LINEAS DE ACCIÓN	NIVELES DE ATENCIÓN			RESPONSABLES
		Corto plazo	Mediano plazo	Largo plazo	
1) Fortalecer los niveles de asociatividad y correlación entre actores o agentes económicos involucrados en la cadena.	Fortalecimiento de la organización económica de los productores	X			Comité de gestión, proyectos e instituciones de apoyo.
	Regulación de la intervención y asociatividad de los intermediarios		X		Comité de gestión, proyectos e instituciones de apoyo.
	Organización de los consumidores locales y apoyo al fortalecimiento de la asociatividad de los consumidores regionales		X	X	Comité de gestión, proyectos e instituciones de apoyo.
2) Ampliar la oferta de productos hortícola tanto en cantidad como en calidad y a precios competitivos.	Organización y ampliación de la oferta productiva.	X			Comité de gestión, proyectos e instituciones de apoyo.
	Inserción, captación y posicionamiento en el mercado local.	X			Comité de gestión, proyectos e instituciones de apoyo.
	Inserción, captación y posicionamiento en el mercado regional.		X	X	Comité de gestión, proyectos e instituciones de apoyo.
	Establecimiento e inserción en las normativas de producción y comercialización asociativa.	X	X		Comité de gestión, proyectos e instituciones de apoyo.
3) Otorgar asistencia técnica especializada y diferenciada, y generar e innovar tecnologías de producción apropiada.	Asistencia técnica especializada y diferenciada en tecnologías de producción agroecológica y orgánica.	X			Comité de gestión, proyectos e instituciones de apoyo.
	Formación y capacitación integral en tecnologías de producción agroecológica, orgánica y agricultura de precisión.	X	X		Comité de gestión, proyectos e instituciones de apoyo.
	Transferencia y generación de tecnología		X		Comité de gestión, proyectos e instituciones de apoyo.
4) Fortalecer la capacidad de los productores en gestión y gerencia empresarial.	Formación y capacitación en gestión y gerencia empresarial rural	X			Comité de gestión, proyectos e instituciones de apoyo.
	Asesoría en la gestión estratégica de los planes de negocios agrícolas.	X	X		Comité de gestión, proyectos e instituciones de apoyo.
	Creación de centros especializados de servicio y apoyo empresarial local.			X	Comité de gestión, proyectos e instituciones de apoyo.

Fuente: Investigación de campo.
Elaboración: ZARUMA F. 2008.

VI. CONCLUSIONES

A. El grupo de hortalizas en estudio, esto es Lechuga, Coliflor, Col, Zanahoria y Brócoli, son consideradas como productos indispensables y estratégicos de la canasta básica familiar. Y, su productividad constituye un negocio medianamente rentable con fuerte competencia regional. Sin embargo, con una buena optimización de los recursos es posible tener una rentabilidad aceptable, debido a que se optimizaría los costos de producción y se tendrían precios más competitivos para insertar y captar diferentes nichos de mercado. A nivel individual, coliflor, col y zanahoria genera una mayor rentabilidad. Además, estas cinco hortalizas poseen alto valor nutricional, incluso algunas de ellas ostenta como un producto anticancerígeno (brócoli), (PANADÉS, E. 1995.)

B. El negocio de las hortalizas en el área del proyecto es reciente. En efecto, su explotación inicia con la fase final de la reforma agraria, y a partir de ello inicia su expansión, sin embargo no se ha desarrollado eficientemente; hoy por hoy, apenas se cuenta con no más de 15 Ha. de terreno dedicadas a este cultivo. En estas circunstancias, si se aprovecha eficientemente la ventaja competitiva y comparativa de la producción de las hortalizas esta se puede convertir en una actividad altamente rentable y socialmente más productiva debido al uso intensivo de mano de obra, insumos, tecnología y capital.

C. La cadena de producción de las hortalizas está integrada básicamente por cinco segmentos económicos: proveedor de insumos, productores hortícolas, segmentos de transformación, segmento de comercialización y el eslabón de los consumidores finales. El primer segmento está constituido por los almacenes agrícolas y agroindustriales; el segmento de productores involucra a tres tipos de horticultores; el tercer segmento que insta la transformación y poscosecha de hortalizas; en el segmento de comercialización está dos tipos de actores (comercialización directa y comercialización bajo intermediación) y en la sección de los consumidores finales prevalecen el segmento de consumidores convencionales, consumidores agroecológicos y consumidores orgánicos.

D. En el área de proyecto de intervención rige la cadena completa, integrada por: almacenes agrícolas (proveedores de insumos) - tres tipos de productores - segmento de transformadores - comercializadores directos - comercializadores bajo intermediación - consumidores finales (convencionales, agroecológicos y orgánicos). Igualmente, hay una diversidad de actores que brinda los servicios de apoyo para el desarrollo hortícola, entre las representativas tenemos a los organismos gubernamentales, seccionales, las ONG, la cooperación internacional y las empresas privadas.

E. Con respecto a la equidad de la cadena, concluimos que se ha gestado la iniquidad en la cadena. En efecto, los sectores más aventajados tanto en las formas de relación, niveles de utilidad, forma de

pago y negociación es el eslabón de los intermediarios - comercializadores; en cambio, el sector más perjudicado son los eslabones de los productores y consumidores, o sea los extremos de la cadena.

F. En lo referente a la preferencia de la demanda, la tendencia mundial de “Volver a lo natural y consumir productos limpios, orgánicos y frescos” ya es un tópico muy característico no solo en los países del norte sino en ciertos segmentos sociales (clase media y alta) de los países en desarrollo como del Ecuador; esta caracterización estimula el consumo de hortalizas agroecológicas y orgánicas. En efecto, en el país se estima que cerca de 5% de la población consumen productos agroecológicos y orgánicos, sin embargo, los estudios concluyen que el 58,6% de hogares estarían dispuestos a consumir, lo que permite estipular que a corto y mediano plazo el nivel de consumo se va a incrementar sustancialmente, situación muy similar ocurre a nivel local.

G. Para los productores hortícolas del Cañar, la captación y posicionamiento en el mercado local es imprescindible, debido básicamente por la demanda creciente y sostenida de consumo de hortalizas, y por su baja capacidad productiva. En lo posterior y a mediano plazo se debería pensar en la captación y posicionamiento del mercado regional. Los mercados locales de interés sería Cañar, Azogues y Cuenca, por su cercanía, a mediano plazo se debería pensar en los nichos de mercados de Guayaquil.

H. La preferencia de consumo de hortalizas, en el mercado local, se centra en el tomate, lechuga, zanahoria, brócoli, coliflor seguido por col híbrida, rábano, acelga, culantro. En cambio, en el mercado regional, la preferencia de consumo se concentra en la lechuga, zanahoria, cebolla blanca, yuca, col, coliflor, tomate, melloco, rábano, brócoli. En este marco, el bloque de 5 hortalizas en estudio (brócoli, lechuga, coliflor, col y zanahoria), están ubicadas dentro de la canasta básica primordial.

I. El principal competidor a nivel nacional en ofertas de productos hortícola tenemos a los productores del centro del país (Chimborazo, Cotopaxi y Tungurahua), seguido por los productores del norte (Pichincha) y sur (Azuay) del país. Por rubros, el Cotopaxi y Pichincha, es el principal competidor en Brócoli, en zanahoria Chimborazo y Cotopaxi vuelven a ser los principales competidores; en coliflor y lechuga, Tungurahua y Azuay son los principales competidores, y en la col, Azuay es el principal competidor.

J. La extensión económicamente viables, esto es generar utilidades netas a partir de una unidad productiva que permita cubrir los gastos elementales de la alimentación, salud y educación, asciende a 3000m² de terreno cultivadas/semana; lo que significa sembrar semanalmente 550 repollos de coliflor, brócoli, lechuga y zanahoria, y 455 repollos de col.

K. Los puntos críticos identificados que afectan la competitividad de la cadena, la mismas que se sugieren ser corregidas, tiene que ver con los “Niveles de Asociatividad y correlación de actores”, con la “Oferta productiva”, con la “Aplicabilidad y conocimiento tecnológico” y con la “Capacidad de Gestión y Gerencia Empresarial”.

L. Los objetivos estratégicos y por ende los planes de acción están orientadas para ampliar la oferta productiva del negocio de las hortalizas y fortalecer la competitividad de las unidades de producción existentes en la Cuenca alta de río Cañar.

VII. RECOMENDACIONES

Las recomendaciones esta orientado básicamente para viabilizar los objetivos estratégicos y el plan de acción construida y definida en el presente estudio:

A. Motivación para el cambio, acciones orientada a la (i) “Creación de insatisfacción con el estado actual”, que consiste en persuadir a los diferentes grupos involucrados con la intervención de que el estado actual del sistema agropecuario, particularmente hortícola, es insatisfactorio; en el ámbito práctico estas acciones se refieren a la divulgación de los estudios prospectivos por diferentes medios (documentos, conferencias, charlas, discusiones, etc.); (ii) Creación del compromiso mediante la participación en la planificación y ejecución del cambio, factor considerada decisiva para su éxito.

B. Orientación de la dinámica de las políticas del sistema hacia las necesidades del cambio, consiste básicamente en la (i) “Gestión de los beneficios del cambio”, es decir, acciones que permitan la discusión y la aclaración sobre los beneficios que recibiría cada uno de los actores involucrados; (ii) “Construcción de apoyo político de grupos claves de poder”, que consiste en identificar los grupos o personas cuya actuación política puede influenciar en el proceso de intervención, ya sea impidiéndola o aprobándola, estos grupos políticos deben estar convencidos de que las intervenciones son necesarias y de que deben contar con su apoyo; (iii) “Uso de los grandes liderazgos para generar apoyo a la intervención”.

C. Administración de la transición del cambio, esta fase consiste básicamente en el (i) “Uso de los puntos de equilibrio durante la implementación”, aquí es importante que se entienda bien el antiguo funcionamiento del sistema y dirigir la intervención no hacia un foco único, sino considerar también otros cambios que deben ser implementados para garantizar la intervención central; (ii) “Gestión de la intervención”, que consiste esencialmente en determinar cómo y cuándo se realizará la intervención, también es relevante definir los recursos financieros y los materiales para la intervención y el responsable de proveerlos; y finalmente el (iii) “Seguimiento de la intervención”, como una forma de mantener el apoyo o compromiso y también corregir el rumbo de la intervención, en este sentido a todos los involucrados se les debe comunicar periódicamente cómo se está ejecutando la intervención, quienes deben brindar su opinión en los casos en que la intervención no se está ejecutando según lo programado.

D. Fomentar a los actores de la cadena, el entorno institucional, que asuman las responsabilidades en la articulación eficiente de los eslabones de producción, especialmente referido a la productividad y el incremento de la producción, acompañado de programas de investigación, generación de

tecnología e innovación, con el involucramiento de los actores directos , mediante metodologías interactivas y agroecológicas.

E. Organizar a nivel de la Cuenca del río Cañar un sistema de encadenamiento de producción y comercialización de hortalizas a través de integración, fortalecimiento de asociatividad y de agroempresas especializadas, que permita la inserción en el mercado local y regional; implementando programas de capacitación y formación en agronegocios, gestión y gerencia agroempresarial, a los pequeños agricultores y técnicos locales.

VIII. RESUMEN

En la presente investigación se propuso: determinar la incidencia de las cadenas productivas de hortalizas en la dinamización de las empresas asociativas rurales del proyecto codesarrollo Cañar – Murcia; realizada mediante metodologías interactivas y dinámica con la recolección de información primaria a través de encuestas estructuradas y secundaria a nivel local y regional; el cultivo de hortalizas en Cañar es reciente en los últimos cinco años, con incidencia de factores críticos principalmente en fase de producción y comercialización, con tendencia de expansión, la cadena está integrada por segmentos económicos: proveedor de insumos, productores, comercialización y consumidores finales, actualmente, existe no más de 15 Ha. de hortalizas; su oferta productiva local apenas cubre el 30% de la demanda; la tendencia de consumir productos limpios, orgánicos, frescos y natural estimula el consumo de hortalizas agroecológicas y orgánicas, en el país solo el 5% de la población consumen estos productos, pero su tendencia indica que el 58,6% de hogares están dispuestos a consumir este tipo de producto. Para los productores de Cañar, la captación y posicionamiento en el mercado local es imprescindible, por la demanda creciente y sostenida de consumo, y por su baja oferta productiva, los puntos críticos que afectan la competitividad, que deben ser corregidas, tiene que ver con niveles de asociatividad y correlación de actores, oferta productiva, aplicabilidad y conocimiento tecnológico y con la capacidad de gestión y gerencia empresarial agrícola, los objetivos estratégicos y planes de acción están orientadas para mejorar la oferta productiva de las hortalizas y fortalecer la competitividad existentes en la Cuenca Alta de Río Cañar, mediante encadenamiento de producción y comercialización.

IX. SUMMARY

In the current research was suggested: to determine the incidence of the productive chains of vegetables and the dynamization of the associates rural companies of the Project Cañar-Murcia: done through interactive and dynamic methods with the collection of primary information through of organized surveys and secondary to local level and regional; the cultivation of vegetables in Cañar is recently in the last five years, with incidence of critical factors mainly on the productive and marketing phase, toward to the expansion, the chain is integrated for economic sectors: supplier of consumables, marketing and final consumers, nowadays there are no more of 15 Ha. Of vegetables: its productive local offer covers the 30% of demand: the tendency to consume clean, organic, fresh and natural products encourage to the consumption of vegetables and organic, in the country only the 5% of population consume these products, but Its tendency shows that 58,6% of homes are ready to consume this kind of product. For the producer of Cañar, the training an the placement in the local market is essential, for the increasing demand and supported consumption, and for its be corrected, are involved with the correlation of actors, productive offer, applicability and technological knowledge and with the capacity of negotiation and business agricultural management, the strategic objectives and action plans are guided to improve the productive offer of the vegetables and fortify the existing competitiveness, in the high are of the Cañar river, through mass production and marketing

X. BIBLIOGRAFÍA

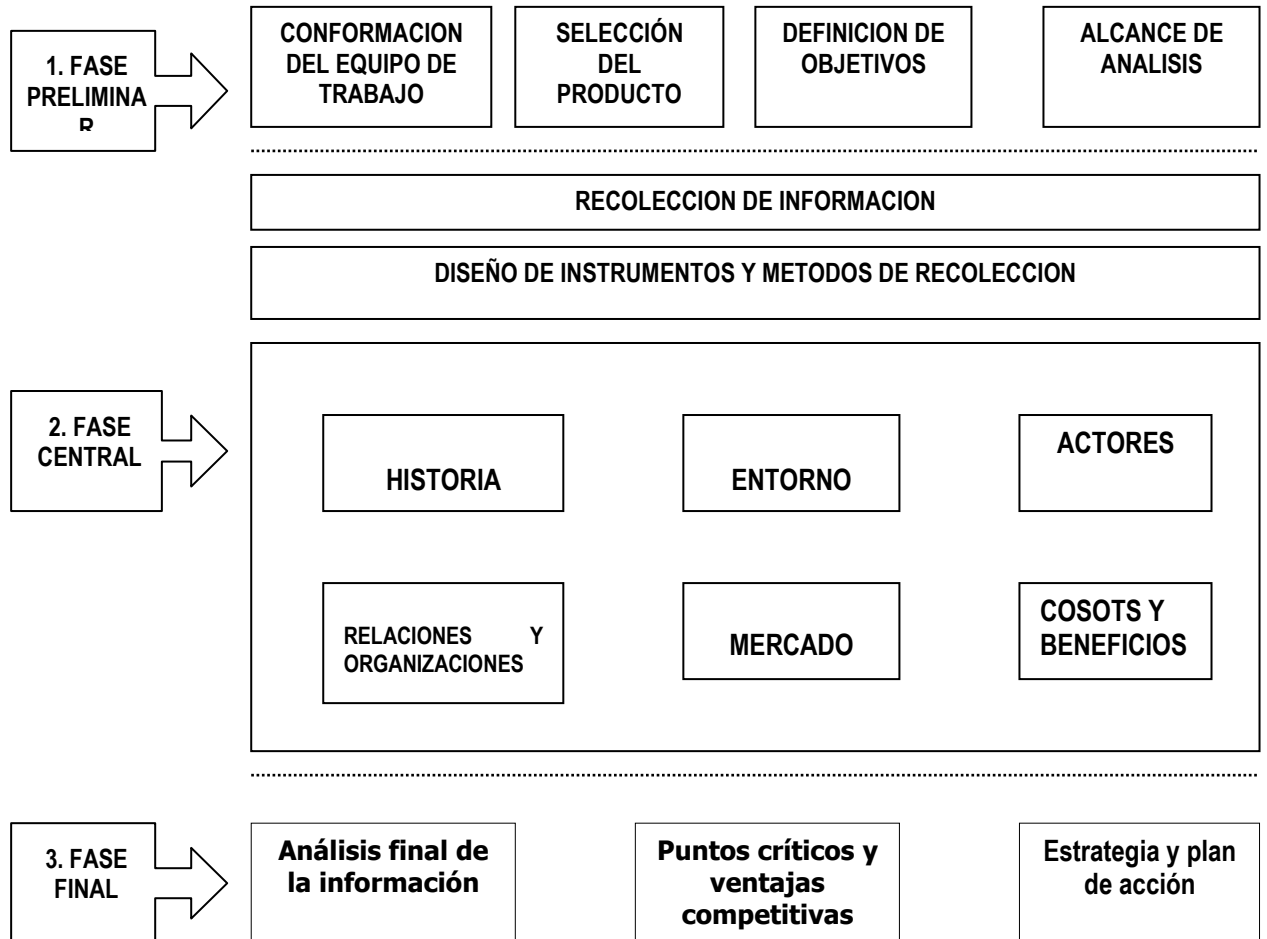
1. AAIC, 2006. Propuesta: cartera de proyectos de investigación y sistematización agroproductiva para el cantón Cañar, septiembre, Cañar – Ecuador. Varias páginas.
2. ASOCAM, 2004. ¿Cómo hacer análisis de cadenas? Metodologías y casos, 23 p.
3. ASOCAM, 2005, Prácticas de emprendimiento, VIII Seminario Latinoamericano, 35 p.
4. ASOCAM, 2007. ¿Cómo actores sociales inciden en políticas públicas? Serie reflexiones y aprendizajes, 33 p.
5. ASOCAM, 2007. Memoria de X Seminario Latinoamericano de “Políticas públicas para la promoción del desarrollo económico local”, Honduras, 70 p.
6. BARRERA, V, et al. 2004. Manejo de Sistemas de Producción Papa – Leche, en la Sierra Ecuatoriana. Alternativas tecnológicas. INIAP – CIP – PROMSA. Edit ABYA YALA. Quito – Ecuador, pp. 196.
7. CHIRIBOGA, M. et. al., 2007. "Diagnostico de la comercialización agropecuaria en Ecuador implicaciones para la pequeña economía campesina y propuesta para una agenda nacional de comercialización agropecuaria", VECO Ecuador, CESA, IC. 60 p.
8. CESA, 2008. "Matriz análisis de volúmenes de producción de Tpequeños productores" EXCEL, Quito - Ecuador.
9. CONSORCIO IICA-MCCH-COSUDE, 2001. "Estudio de mercado de hortalizas y quesos" I parte, 92p.
10. CONSORCIO IICCA - INTERCOOPERACIÓN IC, 2002. "La comunidad de Gatazo Zambrano en su entorno económico" Un acceso privilegiado a mercados complementarios: entre lógicas de mercado y lógicas de organización". 16 p.
11. CONSORCIO IICCA - INTERCOOPERACIÓN IC, 2003. "Estudio de la cadena del brócoli congelado para exportación" Proyecto Apoyo a la Transformación y Comercialización de Productos Agrícolas, 17 p.
12. CONSORCIO IICCA - INTERCOOPERACIÓN IC, 2003."Estudio de la cadena de la zanahoria de Gatazo Zambrano" Un circuito comercial más eficiente de segunda calidad con menor nivel de competencia, 18 p.

13. CONSORCIO IICCA - MCCH, COSUDE, 2003. "Sistematización estudio de mercado de Leguminosas" Proyecto Apoyo a la Transformación y Comercialización de Productos Agrícolas, 28 p.
14. DE CASTRO, A., 2005. Estudio de futuro: fundamentos metodológicos, técnicas, Memoria taller sobre prospectiva de cadenas productivas-Colciencias, EMBRAPA, Brasil.
15. DE CASTRO, A., et al., 2001. Análisis prospectivo de cadenas productivas agropecuarias. Taller Puno, Perú.
16. DHV CONSULTANTS BV., 1995. Economía Campesina y Sistemas de Producción. Estudio base en la Sierra Andina. Edit. Patricia Gálvez. Quito – Ecuador. pp. 264.
17. EMPRENDER, 2006, "Identificación de oportunidad de mercado" memoria de taller, metodología, Quito - Ecuador.
18. FIALLOS, F. y URRUTIA, V. 2006. Estudio para la caracterización de los consumidores actuales y potenciales de los productos agroecológicos en los mercados locales del Azuay y Cañar. Red Agroecológica del Austro. Cuenca, 52 p.
19. GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, Constitución de la Republica del Ecuador, texto integral sometida a referéndum el día 28 de septiembre de 2008.
20. GTZ, 2007. "Agricultura orgánica", Ecuador, 63 p.
21. HEYDEN, D. Y CAMACHO, P., 2006. Guía Metodológica para el análisis de Cadenas Productivas 2da. edición, Quito-Ecuador, mayo de 2006, 124 p.
22. IICCA, 2003, "Sistematización Estudio de Mercado de Hortalizas" Proyecto Apoyo a la Transformación y Comercialización de Productos Agrícolas", 31 p.
23. IICCA, 2003, Viabilidad económica para los pequeños productores de brócoli y estrategias comerciales, 56 p.
24. IICA, 2005. Gestión de agronegocios en empresas asociativas rurales en América latina, Módulos: Sistema Agroproductivo, cadenas y competitividad, unidad 2 de, La cadena agroproductiva, expresión y enfoque del sistema agroproductivo. 43 p.
25. INTERCOOPERATION, 2003. "Levantamiento de demandas", varios documentos, guía metodología, fotos, etc.

26. LIMA, S., et al, 2001. La dimensión de entorno en la construcción de la sostenibilidad institucional. Serie Innovación para la Sostenibilidad Institucional, San José, Costa Rica: Proyecto ISNAR “Nuevo Paradigma”.
27. LOPEZ, P. 2007. Foro: Estrategias de asociatividad y cooperación interempresarial, las cadenas productivas y la asociatividad, Memoria, Quito – Ecuador, 20 de septiembre del 2007.
28. MANRIQUE, E. 2008. Estudio de los mercados locales en los cantones Cañar, El Tambo y Suscal. Agroempresa CHUYA MIKUNA. Proyecto MISHKI YAKU. Consorcio SENDAS – PROTOS – VECO. abril del 2007/ febrero del 2008. Suscal – Cañar. 48 p.
29. MARTINEZ, J., 2007. "Estudio de mercado de hortalizas" a nivel comerciantes mayorista, minorista y consumidor final", BID-FEEP-FOMIN-CORPEI.
30. Memoria "Planes de negocios" metodología, informe, formato plan de negocio, plan de mercadeo, plan de estrategias, modelo de rentabilidad financiera, varios documentos.
31. PARSONS, D. 2003. Sondeo rápido de mercado (SRM). Metodología y uso. INTERCOOPERACIÓN. Primera edición. Quito. 50 p.
32. PANADES, E. 1995, El cáncer: Influencia dietética sobre su incidencia y prevención, instituto de investigaciones para la industria alimenticia, La Habana, Cuba.
33. PICHAZACA, M., 2005. El cuy en la cadena de producción-comercialización, caso ecuatoriano. “Estudio de la cadena productiva del cuy, una alternativa para insertar en los mercados formales y alternativos”, Estudio de campo, diploma desarrollo y mundialización, entre crecimiento y exclusión. Cañar – Ecuador.
34. PIZARRO, S., 2008. Costos de producción referencial (bases de datos) de Huerto Agroecológico La Laguna, San Joaquín, Cuenca, información digital.
35. PORTER, M. 1990. Estrategia competitiva, Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia, 1ra.edición. Ed. Continental. Traducción Ma. Elena Rosas Sánchez, México,
36. Red Agroecológica del Austro, VECO, BCS, Pulso Ecuador, 2008. "Consumo de productos orgánicos / agroecológicos en los hogares ecuatorianos" 34 p.

37. SALAZAR, L., et al., 2001. La dimensión de “Entorno” en la construcción de la Sostenibilidad Institucional. San José, Costa Rica, Proyecto ISNAR “Nuevo Paradigma”.
38. SIPAE, 2007. "Hacia una agenda para las economías campesinas en el Ecuador", 97 p.
39. SIPAE, 2008. ¿Reforma agraria en el Ecuador? Viejos temas, nuevos argumentos, 248 p.
40. THIELE, G. y BERNET, T. (edits). 2005. Conceptos, Pautas y Herramientas: Enfoque Participativo en Cadenas Productivas y Plataformas de concentración, Perú. 171 p.
41. TORRES, C. y TORRES B. 2004. Estudio de mercado de hortalizas orgánicas en la ciudad de Guayaquil. Consorcio SENDAS – PROTOS – VECO – PROYECTO MISHKI YAKU. Suscal – Cañar. 55 p.
42. VARELA, C, 2001. "Sistematización de experiencias sobre el proyecto de comercialización fase piloto", Agencia Suiza para el desarrollo y la cooperación COSUDE, Versión final, 47 p.
43. VECO Ecuador, 2002. "Agricultura sostenible en Ecuador", 23 p
44. ZAMORA, M. 2004. "La rápida expansión de los Supermercados en Ecuador y sus efectos sobre las cadenas de lácteos y de papa" 35 p.
45. ZARUMA, F. y PICHAZACA, M., 2008. “Diagnóstico y Pronóstico de la Cadena Productiva de las Hortalizas”, Informe del estudio de la cadena productiva de las hortalizas en el cantón Cañar, PROYECTO CODESARROLLO CAÑAR – MURCIA, “Eje de apoyo al tejido productivo”; SENAMI, Embajada de España en Ecuador, Agencia Española de Cooperación Internacional de Desarrollo “AECID”, Cañar – Ecuador.

ANEXO 1. SINTESIS DE METODOS PARTICIPATIVOS DE RECOLECCION DE INFORMACION



Fuente: HEYDEN, D. Y CAMACHO P. 2006.
Elaboración: ZARUMA, F. 2008.

ANEXO # 3. MATRIZ DE ENCUESTA

ESTUDIO DE CADENA PRODUCTIVA DE HORTALIZAS ENCUESTA AL PRODUCTOR Análisis de la cadena de valor

Lugar de la encuesta: _____ Fecha: _____

Comunidad: _____

Organización: _____

Total de área de producción?.....

A) Lógica interna

-Qué hortalizas siembra en su parcela? y cuál es más rentable?

Cultivo	Sí	No	m ²	Nº hortalizas	Precio venta
Principales:					
Col					
Lechuga					
Coliflor					
Brócoli					
Culantro					
Cebollin					
Secundarios					
Remolacha					
Espinaca					
Nabo					
Apio					
Ajo					
Rábano					
Col morada					
Otros:					

B) . El Proceso

Planificación de la producción.

a. Cuántas siembras de hortalizas realiza al año?.....

b. En qué fechas realiza la siembra de hortalizas?.....

Nombre del producto	No. De Siembras	Mes de siembra	Por qué?
Col			Precio alto() No tienen producción otros() Disponibilidad de insumos() Costumbre() Venta segura() Otros()
Lechuga			Precio alto() No tiene producción otros() Disponibilidad de insumos() Costumbre() Venta segura() Otros()
Coliflor			Precio alto() No tiene producción otros() Disponibilidad de insumos() Costumbre() Venta segura() Otros()
Brócoli			Precio alto() No tiene producción otros() Disponibilidad de insumos() Costumbre() Venta segura() Otros()
Culantro			Precio alto() No tiene producción otros() Disponibilidad de insumos() Costumbre() Venta segura() Otros()
Cebollin			Precio alto() No tienen producción otros() Disponibilidad de insumos() Costumbre() Venta segura() Otros()
Secundarios			
Remolacha			Precio alto() No tiene producción otros() Disponibilidad de insumos() Costumbre() Venta segura() Otros()
Espinaca			Precio alto() No tiene producción otros() Disponibilidad de insumos() Costumbre() Venta segura() Otros()
Nabo			Precio alto() No tienen producción otros() Disponibilidad de insumos()

			Costumbre() Venta segura () Otros()
Apio			Precio alto() No tiene producción otros() Disponibilidad de insumos() Costumbre() Venta segura() Otros()
Ajo			Precio alto() No tiene producción otros() Disponibilidad de insumos() Costumbre() Venta segura() Otros()
Rábano			Precio alto() No tiene producción otros() Disponibilidad de insumos() Costumbre() Venta segura() Otros()
Col morada			Precio alto() No tienen producción otros() Disponibilidad de insumos() Costumbre() Venta segura () Otros()
Otros			Precio alto() No tienen producción otros() Disponibilidad de insumos() Costumbre() Venta segura () Otros()

c. Conoce usted cuáles son sus costos de producción? SI-NO () ()

d. Qué tipo de tecnologías utiliza usted para la producción?

- Convencional con agroquímicos? () ()
- Agroecológica sin certificación? () ()
- Completamente orgánica con certificación orgánica? () ()

e. Dispone usted de Riego permanente para la producción de hortalizas?

- Canal de riego para regar por inundación? ()
- Riego por aspersión ()
- Riego por goteo ()

f. La producción que realiza es:

- A campo abierto ()
- Bajo invernadero ()

g. Ha recibido CAPACITACIÓN técnica para realizar la producción agrícola

- No formal () durante que tiempo
- Formal: secundaria () que tiempo?.....
- Universidad () que tiempo?.....
- Ninguna.. ()
- Magap..... Iniap..... ONGs..... Almacenes agropecuarios..... Casas comerciales.....

h. Cuenta con financiamiento para la producción?

- Recursos propios? ()
- Crédito reembolsable ()
- Crédito no reembolsable ()

COSECHA.

a. Cuándo comienza y por cuánto tiempo realiza la cosecha?

Producto	Tiempo/ mes	Frecuencia/ meses de cosecha	Cantidad aproximada por semana. @- QQ.
Col			
Lechuga			
Coliflor			
Brócoli			
Culantro			
Cebollin			
Secundarios			
Remolacha			
Espinaca			
Nabo			
Apio			
Ajo			
Rábano			
Col morada			
Otros			

b. Cuándo realiza la cosecha de hortalizas?

- a. Repollos compactos
- b. Cosecha solamente maduros

c. En qué cosecha?

Canastas..... Sacos..... Gavetas..... Cajas..... Otros.....

Porqué.....

c. Calidad de hortalizas cosecha?

% de hortalizas de calidad	% de hortalizas con pudrición	% de hortalizas pequeños	Otros
Otros			

RENDIMIENTOS

a. Cuál fue el resultado de su última cosecha?

Buena Normal Baja

POSCOSECHA

a. Cómo prepara el producto para sacar al mercado?

Aplicación de normas:	SI	NO	
Elimina las hojas vieja			
Lava las hortalizas para eliminar impurezas			
Realiza selección por tamaño			
Realiza la separación de productos dañados			
Realiza control de calidad			
Desinfecta las hortalizas contra microbios			
Realiza el embalado/enfundado sellado/ empaquetado			
Realiza los registros de control de cosechas			
¿Cuál otra actividad adicional realiza?....			

LOGISTICA EXTERNA

a. Cómo transporta el producto al centro o puntos de venta?

Transporta en canastas gavetas cajas sacos Otros

Qué problemas y dificultades tiene en este proceso?

Se estropean cambios en color se mezclan las hortalizas

MERCADEO

d. Cómo varía el precio de hortalizas?

Precio alto		Precio bajo		Precio normal	
Mes	Precio	Mes	Precio	Mes	Precio

a. En dónde vende Usted las hortalizas?

Cañar () Tambo () Azogues () Cuenca () Biblián () otro lugar ()

b. Si es que vende en Cañar indique el nicho de mercado?

Feria libre () Mercado 25 de junio () Mercado sur ()
Supermercados () Restaurantes () puestos ambulantes () Domicilios ()

c. Cómo vende el producto?

Sacos () Gavetas () Porciones () Unidades () Peso ()

d. Tiene clientes fijos? Si.... No..... y quienes son?

Mayoristas () Negociantes () Detallistas () consumidor final () Otros ()

Si es que son negociantes a donde llevan a vender?.....

d. Cómo incorpora nuevos clientes?

Promociones() baja los precios(). Surtido de hortalizas()

e. La producción satisface la demanda del mercado ? Sí() o No()

Porqué?.....

f. Quién vende el producto?

Esposo() esposa() Hijo() hija() otros()

g. Con qué frecuencia vende las hortalizas?

Época de cosecha.....

Numero de meses al año.....

Frecuencia semanal.....

SERVICIO AL CLIENTE

a. Qué problemas ha tenido con los clientes?

.....

b. Cómo ha resuelto los problemas de los clientes?

.....

c. Qué preferencia tiene su producto entre los compradores?

.....

ACTIVIDAD DE APOYO

Desarrollo de tecnología

a. Cómo evita la contaminación del medio ambiente por uso de agroquímicos

y.....
.....

b. Qué innovaciones productivas han realizado y porque?

.....
.....

**ANALISIS DE AMBIENTE COMPETITIVO
ESTRUCTURA ESTRATEGÍA Y RIVALIDAD DE PRODUCTORES**

1. Se ha organizado con otros productores para realizar la producción? Sí... No....

Por qué?

No es necesario() No funciona() no sabe() Para compra de insumos() vender mejor() Fijar precios() Capacitación() localizar mercado() Otros()

2. Barreras de salida y entrada

a. Dejaría de producir hortalizas? Sí () No ()

Por qué?

.....
Sí la respuesta es SÍ:

No tiene capital() No es rentable () no tiene mercado() falta de asistencia técnica() clima desfavorable() otros()

La respuesta es NO:

Rentable() capacitado() dispone de asistencia técnica() tiene puesto de venta() Altas inversiones realizadas(). Crédito que pagar() clientes fijos()

Reacción de competidores existentes?

a. Existe alguna coordinación con proveedores comercializadores? Sí.... o No....

Compra y venta de insumos..... compra y venta de productos....

No es necesario..... difícil.....

Otros.....

Gracias por su información.

ESTUDIO DE CADENA PRODUCTIVA DE HORTALIZAS

SONDEO DE MERCADO A CONSUMIDORES FINALES

Lugar de la encuesta: _____ Fecha: _____

1. CARACTERISTICAS DE LA DEMANDA

1.1 Características del producto

a. Consume Usted hortalizas?

Sí () No ()
 Convencionales () Orgánicas ()

Por qué?.....

b. Qué atributos busca en las hortalizas para comprar?

Que las hortalizas estén en buenas condiciones	
Que estén limpias:	
Que estén frescas?	
Que las hortalizas no tenga tratamiento químico?	
Empacadas y con etiqueta	
Con marca conocida	
Colocada en frigoríficos	

c. Qué hortalizas más frecuentemente consume en su casa?

- Zanahoria () - Cebollin ()
- Col () - Coliflor ()
- Lechuga () - Arveja ()
- Culantro () - Haba ()
- Brócoli ()

d. Qué tamaño de hortalizas prefiere? Grande () medianas() Pequeñas()

e. Cómo debería empaquetarse las hortalizas que compra?

Enfundado() Suelto() con marca() registro sanitario() certificación orgánica ()

1.2. PLAZA

a. Conoce de dónde vienen las hortalizas que compra?

Riobamba- Ambato	Azogues	San Joaquín – Cuenca	Tambo	Productores de la zona	Otros
Suscal					

b. Por qué compra estas hortalizas?

Barato () buena calidad() producto fresco y limpio() Disponible todo el año() Fácil de encontrar en el mercado() Sano sin químicos() nutritivo() otros _____

c. Dónde compra las hortalizas?

Feria libre() Mercado central() mercado sur() supermercado() vendedores ambulantes() En la tienda ()

Por qué?

Más frescas() Mejor presentación() Más cerca() otros()

d. Con qué frecuencia realiza la compra de hortalizas y cantidad?

Todos los días ()

Cada dos días ()

Una vez a la semana()

Qué día compra?

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado

e. Qué hortalizas compra?

No	PRODUCTO	CANTIDAD en Unid./ Lb.	Frecuencia: D-S-Q.	Precio promedio
1	Zanahoria			
2	Col			
3	Lechuga			
4	Culantro			
5	Brócoli			
6	Cebollin			
7	Coliflor			
8	Arveja			
9	Haba			

1.3. PROMOCION

a. Cómo se decide la compra de hortalizas? Si No

-Debido a una proveedora conocida. ()

-Debido a la procedencia y presentación ()

-Debido al valor nutritivo ()

-Por recomendación del vendedor ()

b. Consumiría Ud.(s) Hortalizas sanas cultivadas sin agroquímicos?

No	PRODUCTO	Cantidad que compraría Unid./ Lb.	Frecuencia: D-S-Q.	El Precio que pagaría
1	Zanahoria			
2	Col			
3	Lechuga			
4	Culantro			
5	Brócoli			
6	Cebollin			
7	Coliflor			
8	Arveja			
9	Haba			

Gracias por su información.

SONDEO DE MERCADO A INTERMEDIARIO

Lugar de la encuesta: _____ Fecha: _____

1. OFERTA DE PRODUCTO

a. Cuál es la oferta de las hortalizas en el mercado?

Mercado May. Min.	Tipo de vendedor	Tipo hortalizas	Procedencia	Volúmenes de venta: D-S-Q.

b. Porqué compra este producto? SI - NO

- Oferta a Precios más bajos ()
- Siempre tienen un stok variado de productos ()
- Son productos que más demanda tienen en el mercado ()
- Oferta volúmenes que se requerida siempre ()
- Oferta grandes volúmenes por producto ()
- Usted Entrega crédito ()
- Entrega en domicilio ()

c. Cuáles son los productos que más vende?

No	PRODUCTO	Cantidad que Unid/ @/ QQ.	Frecuencia: D-S-Q.	El Precio que vende
1	Zanahoria			
2	Col			
3	Lechuga			
4	Culantro			
5	Brócoli			
6	Cebollin			
7	Coliflor			
8	Arveja			
9	Haba			

2. PLAZA

a. Dónde compra y vende las hortalizas?

A quién le compra	Lugar en donde compra.	Lugar de venta.	Transporte que utiliza: Propio/ alquilado

- a. Tiene problemas en la venta? ¿Qué tipo?
- b. Puede almacenar el producto..... donde.....

c. Cadena de comercialización:

Productor....acopiador....mayorista.....detallista....consumidor.....

d. Qué tipo de hortalizas necesita Usted y qué cantidad?

Producto	Cantidad	Frecuencia:	Presentación	Precio	Procedencia
----------	----------	-------------	--------------	--------	-------------

	Und. /Peso	Diar. /Sem. / Quinc.	requerida	referencial	preferida
Zanahoria					
Col					
Lechuga					
Culantro					
Brócoli					
Cebollin					
Coliflor					
Arveja					
Haba					

Precio

a. En qué meses del año baja y sube los precios?

Mercado	Producto	Precio alto		Precio bajo		Precio normal	
		Mes	precio	Mes	precio	fecha	precio
	Zanahoria						
	Col						
	Lechuga						
	Culantro						
	Brócoli						
	Cebollin						
	Coliflor						
	Arveja						
	Haba						

b. Por qué varia el precio?

Entrada de productos de zonas productivas () () que meses.....

Depende de la calidad de producto.....

- En donde usted obtiene información sobre los precios de los productores.....

c. Qué información obtiene?

- Sobre los Precios..... nuevos precios..... oportunidad de ventas..... crédito....

- **Por qué medios se informa?**

- Amigos..... Otros negociantesRadio.... Teléfono....Periódico.....otros.....

Gracias por su información.

ESTUDIO DE CADENA PRODUCTIVA DE HORTALIZAS

ENCUESTA A PROVEEDORES DE INSUMOS

1. caracterización de proveedores

a. Usted vende los insumos a los productores de hortalizas? Sí..... No.....

b. Cuáles son los principales problemas en la producción de hortalizas?

Plagas.....Cuál.....

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

Enfermedades.....Cuál.....

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

c. ¿Cuales son los principales problemas en el manejo del cultivo de hortalizas?

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

d. Qué insumos demandan los productores para el cultivo de hortalizas?

- Semillas.....
- Fungicidas.....
- Insecticidas.....
- Hormonas.....
- Materiales para el sistemas de riego.....
- Fertilizantes químicos.....
- Fertilizantes orgánicos.....
- Otros.....

DISPONIBILIDAD	RAZONES

e. Cómo se provee Usted de los insumos?

INSUMOS	DISTRIBUIDOR	PROCEDENCIA	FACILIDAD
---------	--------------	-------------	-----------

f. Existe productos sustitutos para?

PRODUCTO	NOMBRE SUSTITUTO	NUMERO SUSTITUTO	PRECIO	DISTRIBUIDOR
Abono químico sólido				
Abono hidrosoluble				
Insecticida				
Fungicidas				
Abono foliar				
Sustituto de químicos				

g. En los últimos años cuál es crecimiento o decrecimiento de demanda de insumos hortícolas?

Baja..... media..... alta.....

Gracias por su información.

ESTUDIO DE CADENA PRODUCTIVA DE HORTALIZAS

ENCUESTA A PROVEEDORES DE SERVICIOS

A) FINANCIEROS

DATOS GENERALES:

Nombre de la institución:

Fecha:.....

Nombre del Responsable:.....

Dirección:.....

Teléfono:.....

1. Tipo de servicios

Servicio que oferta	Tipo de interés			
	mensual	bimestral	Semestral	Anual
Crédito				
Depósito a plazo fijo				
Caja de ahorro				
Cuenta Corriente				
Otros				

Servicios que oferta

2. ¿Qué requisitos solicitan al prestamista para acceder a un crédito?

.....

3. ¿Cuáles son las garantías que solicita al prestatario?

.....

4. ¿Hasta cuánto son los créditos otorgados al sector agrícola?

.....

5. ¿Qué motivos indican los prestatarios para solicitar dicho préstamo?

.....

6. ¿Existe mora con este tipo de prestatarios? Sí No.....

7. ¿Cuál es la mora actual en el sector?

.....

8. ¿Cuáles son las temporadas de mayor demanda de sus servicios en este municipio?

.....
9. ¿Cuál es la cartera de crédito para el sector?

.....
10. ¿Cuál es el número de clientes en este cantón?

.....
11. ¿Cuáles son los plazos de crédito para el sector agrícola?

.....
Gracias por su información.