



1859

**UNL**

Universidad  
Nacional  
de Loja

## Universidad Nacional De Loja

**Unidad de Educación a Distancia**

**Maestría en Agronegocios Sostenibles**

**“Estrategias para potenciar los circuitos cortos de comercialización en el  
Cantón Gualaceo, provincia del Azuay”**

**Trabajo de Titulación previa a  
la obtención del título de  
Magister en Agronegocios  
Sostenibles**

**AUTORA:**

Ing. Mariela Verónica Peralta Castillo

**DIRECTOR:**

Phd. María José Valarezo Ulloa

Loja-Ecuador

2024

## Certificación



UNL

Universidad  
Nacional  
de Loja

**Sistema de Información Académico  
Administrativo y Financiero - SIAAF**

### CERTIFICADO DE CULMINACIÓN Y APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, **Valarezo Ulloa María Jose**, director del Trabajo de Titulación denominado **Estrategias para potenciar los circuitos cortos de comercialización en el Cantón Gualaceo, Provincia del Azuay**, perteneciente al estudiante **MARIELA VERONICA PERALTA CASTILLO**, con cédula de identidad N° **0104740816**. Certifico que luego de haber dirigido el Trabajo de Titulación se encuentra concluido, aprobado y está en condiciones para ser presentado ante las instancias correspondientes.

Es lo que puedo certificar en honor a la verdad, a fin de que, de así considerarlo pertinente, el/la señor/a docente de la asignatura de Titulación, proceda al registro del mismo en el Sistema de Gestión Académico como parte de los requisitos de acreditación de la Unidad de Titulación del mencionado estudiante.

Loja, 22 de Diciembre de 2023



MARIA JOSE VALAREZO  
ULLOA

F)  
DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN



Certificado TIC/TT.: UNL-2023-001075

Educamos para **Transformar** 1/1

## **Autoría**

Yo, **Mariela Verónica Peralta Castillo**, declaro ser autora del presente Trabajo de Titulación y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Titulación, en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

**Firma:**

**Cédula de Identidad:** 010474081-6

**Fecha:** 08 de febrero del 2024.

**Correo electrónico:** mariela.peralta@unl.edu.ec

**Celular:**0987679689

**Carta de autorización por parte del autor, para consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Titulación.**

Yo **Mariela Verónica Peralta Castillo** declaro ser autora del Trabajo de Titulación titulado **“Estrategias para potenciar los circuitos cortos de comercialización en el Cantón Gualaceo, provincia del Azuay”**, como requisito para optar el título de **Magister en Agronegocios Sostenibles**, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Titulación que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, suscribo, en la ciudad de Loja, a los ocho días del mes de febrero del dos mil veinte y cuatro.

**Firma:**

**Autor:** Mariela Verónica Peralta Castillo  
**Cédula:** 010474081-6  
**Dirección:** Hernando de la Cruz 4-57 y Miguel Vélez  
**Correo electrónico:** mariela.peralta@unl.edu.ec  
**Teléfono:** 0987679689

**DATOS COMPLEMENTARIOS:**

Directora del Trabajo de Investigación: Phd. María José Valarezo Ulloa

## **Dedicatoria**

Dedico este Trabajo de Titulación a Nadia Valentina, quien ha sido mi compañera en este largo camino de mi vida, donde he podido descubrirme como madre, estudiante y profesional. Me siento muy afortunada y bendecida al tenerte como hija, eres maravillosa. Siempre me dijiste que todo lo que deseara, con fe lo iba a conseguir.

*Mariela Verónica Peralta Castillo*

## **Agradecimiento**

A Dios y a mis padres por su apoyo incondicional cada día de mi vida.

Mi agradecimiento sincero a la Universidad Nacional de Loja por permitirnos tener a excelentes maestros quienes poseen un gran sentido de profesionalismo y calidad humana. Gracias también a mis compañeros de maestría de quienes aprendí mucho de sus experiencias laborales y sus anécdotas, y un agradecimiento especial a mi directora de Trabajo de Titulación, Phd. María José Valarezo Ulloa por su incondicional apoyo y dirección para culminar con éxito el presente.

*Mariela Verónica Peralta Castillo*

## Índice de Contenidos

<b>Portada.....</b>	<b>I</b>
<b>Certificación.....</b>	<b>II</b>
<b>Autoría.....</b>	<b>III</b>
<b>Carta de autorización p. ....</b>	<b>IV</b>
<b>Dedicatoria.....</b>	<b>V</b>
<b>Agradecimiento.....</b>	<b>VI</b>
<b>Índice de Contenidos.....</b>	<b>VII</b>
Índice de Tablas: .....	X
Índice de Figuras: .....	XII
Índice de Anexos:.....	XIV
<b>1. Título 1</b>	
<b>2. Resumen .....</b>	<b>2</b>
<b>3. Introducción.....</b>	<b>4</b>
3.1. Problemática .....	6
3.1.1. Factores que generan la intermediación.....	7
3.1.2 Pregunta principal .....	8
3.1.3 Preguntas secundarias .....	8
3.2. Justificación .....	8
3.3. Objetivos.....	9
3.3.1 Objetivo General.....	9
3.3.2 Objetivos Específicos.....	9
<b>4. Marco Teórico .....</b>	<b>11</b>
4.1 Comercialización .....	11
4.1.1. Características .....	11
4.1.2. Comercio justo .....	11
4.2 Estructura del sistema de comercialización.....	14
4.3. Desarrollo de Estrategias de Comercialización .....	15
4.4. Circuitos cortos de comercialización.....	16
4.4.1. Condiciones para que una iniciativa de Circuitos cortos de comercialización sea efectiva.....	17
4.5. Cadena de valor y una cadena productiva agroalimentaria .....	22
4.5.1. Cadena agroalimentaria .....	22
4.5.2. Cadena de valor.....	22
4.6. Asociaciones del Cantón Gualaceo .....	23

4.6.1 ¿Qué acciones se han tomado para potenciar la economía circular y los circuitos cortos de comercialización en la provincia del Azuay y en el Cantón Gualaceo? .....	24
<b>5. Metodología.....</b>	<b>27</b>
5.1. Metodología para el primer objetivo.. .....	27
5.1.1 Actividad 1. Consulta bibliográfica y observación directa.....	27
5.1.2 Actividad 2. Elaboración y aplicación de encuestas.....	27
5.1.3 Área de Influencia.....	28
5.1.4 Recursos.....	29
5.1.5 Población-Muestra .....	29
5.1.6 Muestra .....	30
5.2 Metodología para el segundo objetivo.....	31
5.2.1 Actividad 1. Análisis de la información .....	31
5.2.2 Actividad 2. Desarrollo de propuestas para mejorar los circuitos cortos de comercialización en las parroquias del cantón Gualaceo .....	32
5.2.2.1 Vinculación de las instituciones públicas y privadas.....	33
5.2.2.2 Vinculación de las instituciones educativas.....	33
5.2.2.3 Vinculación de las instituciones financieras .....	34
5.2.2.4 Vinculación de las asociaciones de agroproductores con miras a la expansión de su mercado .....	34
5.2.2.5 Obligaciones de las asociaciones de agro productores participantes.....	34
5.2.2.6 Vinculación de clientes .....	35
5.2.2.7 Mercados y estrategias de comercialización.....	36
5.3 Metodología para el tercer objetivo.....	38
5.3.1 Actividad 1. Desarrollo de plan de capacitación .....	38
5.3.2 Compromisos para los talleres de capacitación .....	39
5.3.3 Contenidos de aprendizaje .....	40
5.3.4 Cronograma de capacitaciones .....	40
<b>6. Resultados .....</b>	<b>42</b>
6.1 Resultado del primer objetivo.....	42
6.1.1.1 Parroquia Jadán.....	44
6.1.1.2 Parroquia Zhidmad.....	46
6.1.1.3 Parroquia Luis Cordero Vega .....	47
6.1.1.4 Parroquia Remigio Crespo.....	48
6.1.1.5 Parroquia San Juan del Cid.....	50
6.1.1.6 Parroquia Daniel Córdova Toral.....	51
6.1.1 Resultados e interpretación de las encuestas realizadas en el Cantón Gualaceo,	

preguntas de opción múltiple.....	52
6.1.2 Resumen de resultados del primer objetivo.....	71
6.2 Resultado del segundo objetivo.....	73
6.2.1 Propuesta uno para potenciar los circuitos cortos de comercialización del cantón Gualaceo .....	74
6.2.2 Propuesta dos para potenciar los circuitos cortos de comercialización en el cantón Gualaceo .....	86
6.3 Resultado del tercer objetivo. ....	102
<b>7. Discusión.....</b>	<b>104</b>
<b>8. Conclusiones .....</b>	<b>108</b>
<b>9. Recomendaciones.....</b>	<b>110</b>
<b>10. Bibliografía .....</b>	<b>113</b>
<b>11. Anexos .....</b>	<b>120</b>

## Índice de Tablas:

<b>Tabla 1.</b> Esquema del sistema de comercialización y sus características.....	<b>14</b>
<b>Tabla 2.</b> Esquema de las estrategias de comercialización y sus características .....	<b>16</b>
<b>Tabla 3.</b> Esquema de diferenciación entre una cadena productiva y una cadena de valor.....	<b>22</b>
<b>Tabla 4.</b> Lista de asociaciones de agroproductores en el Cantón Gualaceo .....	<b>23</b>
<b>Tabla 5.</b> Proyectos contemplados en el período 2022 del Gobierno Provincial del Azuay ....	<b>24</b>
<b>Tabla 6.</b> Actividades a realizarse en un centro de acopio provisional para distribución.....	<b>35</b>
<b>Tabla 7.</b> Propuesta de compromisos a establecerse para el desarrollo de los talleres de marketing.....	<b>39</b>
<b>Tabla 8.</b> Esquema de cronograma para taller realizado con los agroproductores en el cantón Gualaceo.....	<b>41</b>
<b>Tabla 9.</b> Promedio de edad de los productores encuestados .....	<b>52</b>
<b>Tabla 10.</b> Necesidades presentadas por las asociaciones del Cantón Gualaceo.....	<b>67</b>
<b>Tabla 11.</b> Opiniones vertidas sobre la intermediación en las parroquias del cantón Gualaceo.....	<b>68</b>
<b>Tabla 12.</b> Acciones propuestas de vinculación con las entidades públicas y educativas para potenciar los circuitos cortos de comercialización.....	<b>77</b>
<b>Tabla 13.</b> Actores de la propuesta y su compromiso de inversión valorada para el proyecto de circuitos cortos de comercialización .....	<b>80</b>
<b>Tabla 14.</b> Presupuesto de inversión contemplado para la implementación de espacios de comercialización en ferias de agroproductores .....	<b>81</b>
<b>Tabla 15.</b> Detalle de los factores de sostenibilidad y sus beneficios en los circuitos cortos de comercialización.....	<b>82</b>
<b>Tabla 16.</b> Cronograma de actividades para la etapa de socialización .....	<b>83</b>
<b>Tabla 17.</b> Matriz de marco lógico en el proyecto de circuitos cortos de comercialización ....	<b>84</b>
<b>Tabla 18.</b> Esquema de programa de taller de capacitación a productores independientes sobre manejo informático y marketing .....	<b>90</b>
<b>Tabla 19.</b> Modelo de negocios para circuitos cortos de comercialización.....	<b>91</b>
<b>Tabla 20.</b> Acciones propuestas de vinculación con las entidades públicas y educativas para potenciar los circuitos cortos de comercialización.....	<b>94</b>
<b>Tabla 21.</b> Actores de la propuesta y su compromiso de inversión valorada para el proyecto de circuitos cortos de comercialización .....	<b>96</b>
<b>Tabla 22.</b> Presupuesto de inversión contemplado para la ejecución del taller práctico teórico dirigido a productores del cantón Gualaceo .....	<b>97</b>
<b>Tabla 23.</b> Detalle de los factores de sostenibilidad de proyectos vinculación a la creación de nuevas estrategias de comercialización.....	<b>98</b>
<b>Tabla 24.</b> Detalle de beneficios futuros al ejecutar talleres de capacitación para productores jóvenes.....	<b>99</b>
<b>Tabla 25.</b> Cronograma de actividades contemplado desde la etapa de socialización del proyecto a las instituciones públicas, universidades, y asociaciones de agroproductores de las parroquias	

rurales de Gualaceo ..... 100

**Tabla 26.** Tabla de indicadores de actividades a realizarse en el proyecto de circuitos cortos de comercialización..... 101

## Índice de Figuras:

<b>Figura 1.</b> <i>Esquema de una cadena productiva con intermediarios</i> .....	7
<b>Figura 2.</b> Esquema de los principios del Comercio Justo a nivel mundial .....	13
<b>Figura 3.</b> <i>Esquema del sistema de comercialización</i> .....	15
<b>Figura 4.</b> Fotografía de productora de hortalizas y frutas de temporada .....	18
<b>Figura 5.</b> Fotografía de asociación de productores .....	19
<b>Figura 6.</b> Fotografía de entrega de plántulas de hortalizas mediante convenio con el Gad Parroquial de Jadán y Agroazuay GPA.....	20
<b>Figura 7.</b> Esquema de ciclos cortos de comercialización.....	21
<b>Figura 8.</b> Mapa de distribución de parroquias rurales y urbana del cantón Gualaceo .....	28
<b>Figura 9.</b> Detalle de compromisos de asociaciones para cumplimiento de los circuitos cortos de comercialización.....	32
<b>Figura 10.</b> Esquema de compromisos de clientes del sistema de circuitos cortos de comercialización.....	36
<b>Figura 11.</b> Detalle de los posibles compradores de productos agroecológicos y sus estrategias publicitarias .....	37
<b>Figura 12.</b> Sugerencia de temas de capacitación para miembros de las asociaciones interesadas en el proyecto de circuitos cortos de comercialización en Gualaceo .....	40
<b>Figura 13.</b> Iglesia matriz de la Parroquia Jadán, Gualaceo .....	45
<b>Figura 14.</b> Iglesia matriz de la Parroquia Zhidmad, Gualaceo.....	46
<b>Figura 15.</b> Iglesia matriz de la Parroquia Luis Cordero Vega, Gualaceo .....	47
<b>Figura 16.</b> Fotografía de paisaje de la Parroquia Remigio Crespo Toral, Gualaceo.....	49
<b>Figura 17.</b> Iglesia Matriz de la Parroquia San Juan del Cid, Gualaceo.....	50
<b>Figura 18.</b> Iglesia matriz de la Parroquia Daniel Córdova Toral, Gualaceo .....	51
<b>Figura 19.</b> Indicador de género de los productores del cantón Gualaceo .....	53
<b>Figura 20.</b> Indicador de estado civil de los productores del cantón Gualaceo .....	54
<b>Figura 21.</b> Nivel de instrucción educativa de los productores del cantón Gualaceo.....	55
<b>Figura 22.</b> Indicador de legalización de asociaciones productivas del cantón Gualaceo.....	55
<b>Figura 23.</b> Producción agrícola y pecuaria del cantón Gualaceo .....	56
<b>Figura 24.</b> Comercialización de productos agrícolas y pecuarios del cantón Gualaceo .....	57
<b>Figura 25.</b> Lugares de comercialización de productos agrícolas y pecuarios del cantón Gualaceo.....	58
<b>Figura 26.</b> Ingresos mensuales en ventas de productos agrícolas y pecuarios en el cantón Gualaceo, mercados parroquiales o mercados cantonales .....	59
<b>Figura 28.</b> Intermediación de productos en el cantón Gualaceo .....	61
<b>Figura 29.</b> Opinión sobre el costo ofrecido por los intermediarios en el cantón Gualaceo ....	62
<b>Figura 30.</b> Opinión sobre la comercialización directa de productos en el cantón Gualaceo ..	63
<b>Figura 31.</b> Manejo de suelos y cultivos en el cantón Gualaceo .....	64

<b>Figura 32.</b> Actividades complementarias para la obtención de ingresos económicos en el cantón Gualaceo... ..	<b>65</b>
<b>Figura 33.</b> Dificultades presentadas en las granjas de los productores del cantón Gualaceo .	<b>66</b>
<b>Figura 34.</b> Participación de productores del cantón Gualaceo en capacitaciones.....	<b>67</b>
<b>Figura 35.</b> Análisis FODA de los circuitos cortos de comercialización .....	<b>75</b>
<b>Figura 36.</b> Análisis FODA de los productores independientes .....	<b>87</b>
<b>Figura 37.</b> Modelo de creación de imagen de producto .....	<b>94</b>
<b>Figura 38.</b> Encuestas realizadas en las parroquias Jadán del cantón Gualaceo .....	<b>122</b>
<b>Figura 39.</b> Encuestas realizadas en la parroquia San Juan del Cid, cantón Gualaceo.....	<b>122</b>
<b>Figura 40.</b> Encuestas realizadas en la parroquia Daniel Córdova Toral, cantón Gualaceo ..	<b>123</b>

**Índice de anexos:**

<b>11.1 Anexo 1.</b> Ficha de levantamiento de información para los productores .....	<b>120</b>
<b>11.2 Anexo 2.</b> Fotografías del levantamiento de información realizado en las parroquias del Cantón Gualaceo .....	<b>122</b>
<b>11.3 Anexo 3.</b> Certificado de traducción del resumen.....	<b>124</b>

## **1. Título**

“Estrategias para potenciar los circuitos cortos de comercialización en el Cantón Gualaceo, provincia del Azuay”

## 2. Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo central formular dos propuestas para fortalecer los circuitos cortos de comercialización en el Cantón Gualaceo, provincia del Azuay. Las propuestas se centraron en comprender la realidad económica y social de los productores asociados o independientes en el cantón y sus parroquias rurales, utilizando un enfoque de investigación mixta que incorporó análisis documental y entrevistas a los productores.

El estudio destacó que las ferias parroquiales, el mercado central de Gualaceo y los mercados en Cuenca son los lugares más solicitados para la venta de productos. Sin embargo, la escasez de espacios en mercados y ferias ha limitado las oportunidades de los agroproductores y artesanos para presentar sus productos a posibles clientes locales y nacionales. Frecuentemente, los costos de alquiler de estos espacios no son cubiertos por las ventas de artesanías o alimentos, llevando a la comercialización de productos en espacios públicos.

Además, se observó que las mujeres se dedican principalmente a labores agrícolas y de crianza de animales, destinando la producción principalmente al consumo familiar y vendiendo el excedente. La mayoría de los productores del cantón tienen educación primaria y carecen de conocimientos en alternativas de comercialización mediante herramientas informáticas. Los ingresos generados por la venta de productos no son suficientes para cubrir los costos de vida, lo que ha causado una migración significativa de jóvenes, dejando a los adultos a cargo de las fincas.

Como estrategias desarrolladas, se propone solicitar espacios de comercialización y entrega de materiales para productores agroecológicos con el respaldo de instituciones públicas, y realizar capacitaciones dirigidas a asociaciones, organizaciones y productores independientes para introducir nuevas estrategias de comercialización mediante el uso de herramientas digitales a través de la vinculación de instituciones educativas.

**Palabras clave:** Circuitos cortos de comercialización, agroecología, herramientas informáticas.

## **Abstract**

The main objective of this research was to formulate two proposals to strengthen short marketing circuits in the Gualaceo Canton, Azuay Province. The proposals focused on understanding the economic and social reality of associated or independent producers in the canton and its rural parishes, using a mixed research approach that incorporated documentary analysis and interviews with producers.

The study highlighted that parish fairs, the central market of Gualaceo, and markets in Cuenca are the most sought-after places for selling products. However, the scarcity of spaces in markets and fairs has limited the opportunities for agro-producers and artisans to present their products to potential local and national customers. Frequently, the rental costs of these spaces are not covered by the sales of crafts or food, leading to the marketing of products in public spaces.

Furthermore, it was observed that women are mainly engaged in agricultural and animal husbandry activities, allocating production mainly for family consumption and selling the surplus. Most of the producers in the canton have primary education and lack knowledge of marketing alternatives through computer tools. The income generated from product sales is not sufficient to cover the cost of living, leading to significant youth migration, leaving adults in charge of the farms.

As developed strategies, it is proposed to request marketing spaces and delivery of materials for agroecological producers with the support of public institutions, and to conduct training sessions aimed at associations, organizations, and independent producers to introduce new marketing strategies through the use of digital tools through the collaboration of educational institutions.

***Keywords:*** *Short marketing circuits, agroecology, computer tools.*

### **3. Introducción**

Los circuitos cortos de comercialización, son esquemas de comercio basados en la venta directa de productos frescos o de temporada, sin intermediario o con una mínima intermediación entre productores y consumidores. (Catrip, et. al., 2020).

Los circuitos cortos de comercialización, pueden tener varias formas y aplicarse en diversas industrias, como la agrícola, artesanal, de alimentos con valor agregado, textil, etc. La provincia del Azuay, cuenta con alrededor de 206 asociaciones de productores legalizadas en el Ministerio de Agricultura y Ganadería y 40 Comunas Jurídicas Ancestrales destinadas a la producción y comercialización de hortalizas, frutales, granos, animales menores y mayores, a su vez, realizan tareas complementarias como la confección de artesanías en paja toquilla, lana, joyería. (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2023)

La comercialización es un elemento esencial en el éxito de cualquier producto o servicio, la eficiencia en la distribución y la reducción de los costos de producción, son factores críticos para las empresas, asociaciones o personas independientes que desean mantener su competitividad en el mercado local, nacional o extranjero. La implementación y efectividad de los circuitos cortos de comercialización, pueden variar significativamente según la región, y las necesidades que se deseen cubrir. (IICA, 2018)

Varios factores influyen para que la intermediación siga aumentando en la provincia del Azuay, destacándose entre ellos la desigualdad social y económica a la que está sometida la ruralidad, falta de transporte para acopio, falta de espacios en mercados parroquiales o municipales, vías de tercer orden, o falta de mano de obra joven, la cual, por buscar mejores oportunidades de vida, se ha visto en la necesidad de migrar. (Cabrera et al., 2014)

A lo largo del presente trabajo de investigación, buscaremos estrategias para motivar a los productores azuayos, principalmente a los pertenecientes al Cantón Gualaceo, a identificar sus fortalezas y diseñar un plan de capacitación para el manejo de tecnologías que resalten las potencialidades del sector, en el tema agropecuario, artesanal y turístico, pudiendo a su vez generar una visión de proyectos agroturísticos con el apoyo de instituciones públicas y privadas.

Cabe mencionar que los actores involucrados en este proyecto, son productores con visión agroecológica, quienes han dejado a un lado la agricultura convencional, produciendo alimentos más sanos y limpios, y quienes buscan la protección de zonas de conservación como el Bosque Aguarongo y el Collay, en el cual puede encontrarse al oso de anteojos y otros animales endémicos como venados, puerco espines, y donde existen diversidad de orquídeas y flores nativas, los cuales se han visto altamente afectados por la expansión de la frontera agrícola y los incendios forestales que se producen para dar paso a las siembras de tubérculos, maíz, o destinadas a la creación de potreros, a su vez han generado un beneficio adicional para mejorar su economía mediante la elaboración de tejidos, alfarería, cerámica, sombreros o productos a base de paja toquilla, entre otros.

### 3.1. Problemática

Los circuitos cortos de comercialización agroecológica surgen como redes alternativas de comercialización en mercados locales y configuran un modelo de circulación sostenible desde el punto de vista ecológico y social. (Contreras Díaz et al., 2017).

La agricultura familiar se beneficia al unirse a esquemas de ventas cercanos, como los circuitos cortos de comercialización, ya que puede satisfacer demandas locales con su producción limitada. Aunque muchos agricultores familiares operan de manera informal, su organización les permite ofrecer más variedad de alimentos adaptados a las necesidades locales, movilizándolos en circuitos más cercanos. (León, 2021)

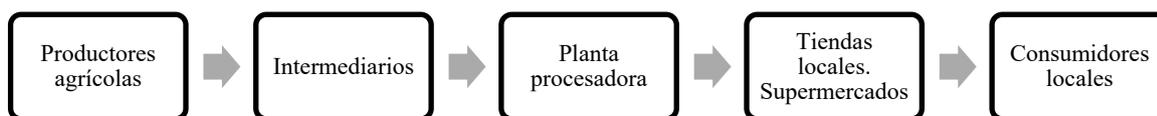
En la provincia del Azuay existe 206 asociaciones de productores legalizadas en el MAG y 40 Comunas Jurídicas Ancestrales. (*Asociaciones productivas de Azuay pueden actualizarse en el MAG – Ministerio de Agricultura y Ganadería*, 2023), las cuales se dedican mayormente a la producción de animales menores como cuyes, aves, cerdos, ovinos, y de productos agrícolas como hortalizas y frutas, o productos transformados, los cuales, en gran mayoría, se comercializan en ferias organizadas por las Juntas Parroquiales o mercados municipales.

Debido a la demanda de alimentos para las zonas urbanas como el Cantón Cuenca, los productores se ven en la necesidad de acudir a intermediarios, quienes llegan hasta sus lugares de trabajo y acopian la mayor cantidad de producto existente, lo cual es comprado a un precio muy por debajo de su costo de producción y, al momento de ser comercializado en mercados locales, los productos llegan a costar el doble o hasta el triple del precio adquirido.

No existe un número determinado de intermediarios en la provincia del Azuay, puesto que esta actividad va en incremento y se considera altamente lucrativa.

Un intermediario realiza operaciones de compra-venta de productos comestibles o artesanías; la esencia de su negocio reside en obtener beneficios económicos a partir de los márgenes derivados de la compra-venta de los productos, una vez descontados todos sus costos. En el proceso de intermediación (Figura 1) se visualiza un esquema de cadena simple de intermediación de productos alimenticios a los diferentes destinos, sean estos mercados al por mayor, menor o directamente a los consumidores.

**Figura 1.** Esquema de una cadena productiva con intermediarios



*Nota.* La Figura 1 representa el funcionamiento de la intermediación en Guatemala y a nivel mundial. Fuente: (Fundación de la Caficultura para el Desarrollo Rural, 2006)

### 3.1.1. Factores que generan la intermediación

La provincia del Azuay se ha visto afectada considerablemente en las últimas décadas por el fenómeno de la migración, ya que la mano de obra joven, parte en busca de mejores oportunidades laborales que en nuestro país no se brindan, quedando en las zonas rurales, personas que sobrepasan la edad de 50 años y únicamente pueden realizar labores agrícolas para consumo personal o familiar y su poco excedente, se destina a la comercialización en ferias organizadas los fines de semana por las Juntas Parroquiales.

“Los cultivos que se dan en esquemas como el minifundio, tienen muy bajo poder de negociación y carecen de empresarización, asociaciones y cooperativas para operar en el marco de fuertes estructuras de intermediación”. (Cárdenas, 2021)

“Los mayores costos de intermediación por la ausencia de sistemas directos de aprovisionamiento y deficiencias en la transportación de mercancías, especialmente en las reducidas o inexistentes zonas de descarga”. (Zamora, 2020)

Entre los factores que generan la intermediación en la provincia del Azuay, se encuentran:

- Preocupación de quedarse con las cosechas en gran volumen y no tener a quien vender.
- Problemas viales que impiden el traslado rápido y seguro de alimentos.
- Muchos consumidores prefieren adquirir productos empacados, con registros sanitarios.
- Falta de espacios para pequeños comerciantes en mercados municipales.
- Falta de transporte adaptado para conservar cadenas de frío y evitar la rápida marchitez y descomposición.

### **3.1.2 Pregunta principal**

¿Cuáles son las estrategias más efectivas para fortalecer el desarrollo de organizaciones, asociaciones y redes de productores, así como la comercialización y distribución de alimentos en las áreas urbanas y rurales que potencien los circuitos cortos de comercialización en el Cantón Gualaceo, provincia del Azuay?

### **3.1.3 Preguntas secundarias**

¿Cuáles son los problemas que atraviesan los productores para comercializar?

¿Qué tipo de canales de comercialización se manejan en el Cantón Gualaceo?

¿Cuántas asociaciones u organizaciones del Cantón Gualaceo manejan circuitos cortos de comercialización?

## **3.2. Justificación**

El presente trabajo, pertenece a la línea de investigación “Innovación en los encadenamientos productivos”, referido a mejorar las oportunidades de los agricultores relacionadas con acceso a mercados y cadenas de valor para la comercialización de sus productos a precios justos.

La Federación Nacional de Organizaciones Campesinas, Indígenas y Negras (FENOCIN), la Federación NC-Eloy Alfaro constituyeron una alianza enfocada en la soberanía alimentaria. Esta coalición, llamada La Mesa Agraria, trabajó con la Asamblea Constitucional de Ecuador y redactó propuestas en torno a la soberanía alimentaria que fueron incluidas en la Constitución. (Giunta, 2018)

El 28 de septiembre de 2008, se aprobó la nueva Constitución, que, en su título VII, establece un Régimen de Soberanía Alimentaria para incorporar la asistencia técnica a la agricultura ecológica y sostenible, para fortalecer los recursos para los/as campesinos/as y para prohibir la biotecnología dañina y las semillas genéticamente modificadas.

En el artículo 281, se establecen responsabilidades del Estado hacia la implementación de la soberanía alimentaria:

- Fortalecer el desarrollo de organizaciones de consumidores y productores y redes, así como la comercialización y distribución de alimentos para promocionar la equidad en áreas urbanas y rurales.

- Generar sistemas justos de distribución y comercialización, reducir el monopolio y la especulación alimentaria. (León, 2017)

La implementación de estrategias destinadas a potenciar los circuitos cortos de comercialización en el Cantón Gualaceo se presenta como una medida crucial para promover el desarrollo económico local, fomentar la sostenibilidad ambiental y fortalecer los lazos comunitarios en la región azuaya.

Esta justificación se sustenta en los siguientes puntos:

1. Desarrollo económico local
2. Impulsar los circuitos cortos de comercialización permite que los productos locales lleguen directamente del productor al consumidor, eliminando intermediarios necesarios. Esto genera un aumento en los ingresos de los agricultores y productores locales al recibir un mayor porcentaje de los beneficios, lo que a su vez incentiva la producción y contribuye a la dinamización de la economía cantonal.

### **3.3. Objetivos**

#### **3.3.1 Objetivo General**

- Plantear estrategias destinadas a potenciar los circuitos cortos de comercialización en el Cantón Gualaceo, provincia del Azuay.

#### **3.3.2 Objetivos Específicos**

- Conocer la realidad social y económica de los productores de las parroquias Jadán, Zhidmad, Remigio Crespo, Daniel Córdova Toral, Luis Cordero Vega, San Juan del Cid del Cantón Gualaceo.
- Diseñar estrategias de promoción y marketing que resalten los beneficios de los circuitos cortos de comercialización de los productores del Cantón Gualaceo.

- Elaborar un plan de capacitación para los agricultores sobre promoción y estrategias de marketing para los circuitos cortos de comercialización.

## **4. Marco Teórico**

### **4.1 Comercialización**

Es el conjunto de actividades desarrolladas para facilitar la venta y/o conseguir que el producto llegue finalmente al consumidor. (Westreicher, 2020)

#### **4.1.1. Características**

Una empresa utiliza múltiples acciones para llevar a cabo una estrategia comercial exitosa:

- Desarrollo global de estrategias para producción, distribución, promoción y ventas.
- Implementación de estas estrategias, donde la táctica es parte esencial.
- Supervisión y análisis de los resultados obtenidos. (Burin, 2017)

#### **4.1.2. Comercio justo**

El comercio justo se fundamenta en el diálogo, la transparencia y el respeto, con el propósito de promover una distribución más justa en el comercio global, enfocándose en criterios sociales y medioambientales. (WFTO-LA, 2023)

##### **4.1.2.1. Los 10 Principios del comercio justo**

A continuación, se describen los 10 principios del comercio justo a nivel mundial y sus principales características, además de destacar en la Figura 2, el esquema de los mismos.

#### **1. Oportunidades para productores desfavorecidos**

Buscan que puedan salir de la pobreza y la inestabilidad financiera para lograr independencia económica. La entidad tiene un plan definido para alcanzar este objetivo. (WFTO-LA, 2023)

## **2. Transparencia y responsabilidad**

La organización se destaca por su transparencia en la gestión y relaciones comerciales. Emplea métodos participativos para involucrar a empleados, miembros y productores en la toma de decisiones, manteniendo canales de comunicación abiertos en la cadena de suministro. (WFTO-LA, 2023)

## **3. Prácticas comerciales justas**

La organización comercializa con preocupación por el bienestar social, económico y ambiental de los pequeños productores marginados y no maximizan sus ganancias a expensas de ellos. Es responsable y profesional en el cumplimiento de sus compromisos de una manera puntual. (WFTO-LA, 2023)

## **4. Pago justo**

Implica proporcionar una compensación que sea socialmente aceptable en el entorno local, considerada como equitativa por los propios productores, y que respete la premisa de igual remuneración por labores equivalentes entre hombres y mujeres. (WFTO-LA, 2023)

## **5. No al trabajo infantil, no al trabajo forzoso**

Las entidades que adquieren productos de Comercio Justo garantizan la ausencia de trabajo forzoso, asegurando que los productores cumplen con la Convención de la ONU sobre Derechos del Niño y leyes locales sobre empleo infantil. Principio del formulario (WFTO-LA, 2023)

## **6. Compromiso con la no discriminación, equidad de género y libertad de asociación**

La organización asegura la igualdad en la contratación, salario, formación, ascensos, retiro y otras áreas, sin discriminar por raza, origen, religión, discapacidad, género, orientación sexual, afiliación sindical, política, estado de salud o edad. (WFTO-LA, 2023)

## **7. Asegurar buenas condiciones de trabajo**

La organización garantiza un ambiente laboral seguro y saludable para su personal o miembros, cumpliendo al menos con las regulaciones locales y nacionales y los acuerdos de la

OIT sobre salud y seguridad laboral. (WFTO-LA, 2023)

## 9. Facilitar el desarrollo de capacidades

Las entidades colaboran directamente con pequeños productores emprenden acciones concretas para fortalecer sus destrezas gerenciales, capacidades de producción y su acceso a mercados locales, regionales o globales, incluyendo el Comercio Justo y otros principales según corresponda. (WFTO-LA, 2023)

## 10. Promoción del comercio justo

La entidad provee a sus clientes datos sobre su identidad, los productos que vende y las asociaciones de productores involucradas en la elaboración o cosecha de dichos productos. Se emplean estrategias publicitarias y de comercialización basadas en la honestidad (WFTO-LA, 2023)

## 11. Respeto por el medio ambiente

Aplican tecnologías de producción que buscan disminuir el consumo de energía y prefieren el uso de energías renovables para reducir las emisiones de gases contaminantes. Asimismo, minimizan el impacto ambiental usando plaguicidas orgánicos o de baja utilización. (WFTO-LA, 2023)

**Figura 2.** Esquema de los principios del Comercio Justo a nivel mundial



*Nota.* La Figura 2 representa los 10 principios de comercio justo planteados por la Organización Mundial de Comercio, fundada en 1995 en Ginebra, Suiza. Fuente: (WFTO-LA, 2023)

## 4.2 Estructura del sistema de comercialización

La estructura del sistema de comercialización cuenta con los siguientes enfoques: mercancía, institucional, funcional, decisional, de intercambio como se muestra en la Tabla 1.

**Tabla 1.** Esquema del sistema de comercialización y sus características

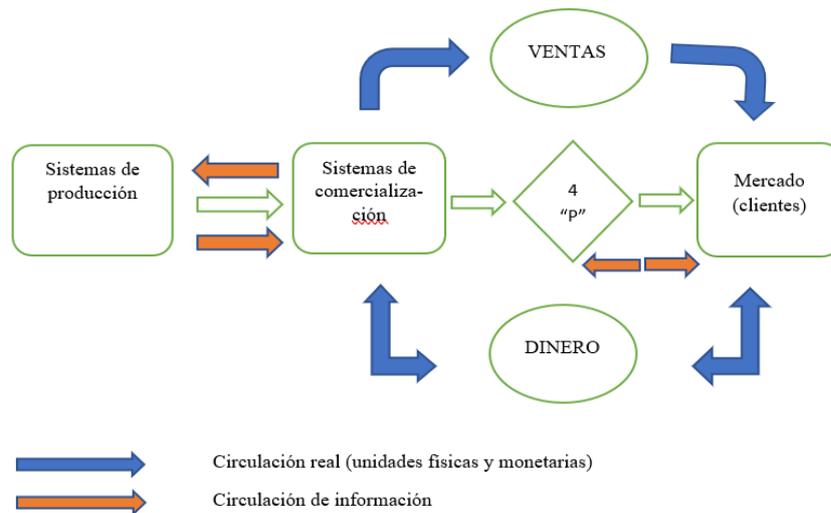
<b>Enfoque</b>	<b>Características</b>
<b>Mercancía</b>	Característico de la etapa inicial, hasta 1930, basado en el estudio de cómo distribuir los productos.
<b>Institucional</b>	El centro de atención es el estudio de las instituciones comerciales: productor, consumidor, mayorista, detallista, etc. Enfoque característico del periodo 1930-1940.
<b>Funcional</b>	Desarrollado en los años cincuenta de la mano del «enfoque de sistemas» y que profundiza en las funciones o partes del sistema (compra, logística, almacenamiento, transporte, promoción, fijación del precio, venta, etc.).
<b>Decisional</b>	Propio de los sesenta y en el que tiene gran incidencia el «programa de investigación decisional» de la economía de la empresa, basado en el comportamiento administrativo y en la toma de decisiones.
<b>Intercambio</b>	Perspectiva iniciada en los setenta y que considera que es la relación de intercambio entre los agentes del mercado lo que representa el objeto de estudio.

*Nota:* La Tabla 1 representa el esquema de comercialización y sus características. Fuente: (UDIMA, 2023)

El enfoque del marketing de Kotler, se basa en la idea de que las empresas deben tener un profundo conocimiento de sus clientes y diseñar estrategias para satisfacer sus necesidades y deseos. Se centra en los cuatro P del marketing: producto, punto de venta, precio y promoción. (Ridge, 2023)

En la Figura 3, se presenta un esquema del sistema de comercialización que se maneja a nivel mundial.

**Figura 3.** Esquema del sistema de comercialización



*Nota.* Este sistema va encaminado a planificar, fijar precios, promover y distribuir productos y servicios que satisfacen necesidades de los consumidores actuales y potenciales. Fuente: (Villegas, 2019)

En definitiva, la estructura de este sistema viene generalmente interpretada por los siguientes componentes, basados en las 4 p del marketing según Kotler:

- Identificación del producto o servicio
- Evaluación del producto para saber si satisface las necesidades del cliente.
- Estudio de mercado del público objetivo.
- Definición del precio del producto o servicio.
- Estrategias de publicidad y promoción.
- Análisis de las estrategias de marketing utilizadas con el fin de mejorar y mantener la fidelidad del cliente. (Carranza,2022)

### 4.3. Desarrollo de Estrategias de Comercialización

El desarrollo de una estrategia de mercado suele dividirse en 5 aspectos esenciales visualizados en la Tabla 2.

**Tabla 2.** Esquema de las estrategias de comercialización y sus características

<b>Aspectos</b>	<b>Características</b>
<b>Análisis del consumidor</b>	Una vez identificado el mercado, se analiza el mercado objetivo, se precisa de datos y segmentación del mercado para determinar necesidades del consumidor.
<b>Desarrollo del producto</b>	Para mantenerse en el mercado, una empresa necesita constantemente mejorar los productos existentes, pero también desarrollar nuevos.
<b>Fijación de precios</b>	Es esencial para atraer clientes a la vez maximizar el margen de utilidad sobre las ventas.
<b>Branding</b>	Proceso de construir y posicionar una marca a través de vincular el producto a un nombre, a un logotipo, a una imagen e incluso a un concepto de estilo de vida.
<b>Ventas y distribución</b>	Gestionar canales de distribución para aumentar su participación en el mercado y mejorar la calidad del servicio.

*Nota.* La Tabla 2 representa las características de las estrategias de comercialización utilizadas por expertos en marketing a nivel mundial. Fuente: (Ortiz, 2015)

#### **4.4. Circuitos cortos de comercialización**

Los circuitos de proximidad o circuitos cortos son una forma de comercio basada en la venta directa de productos frescos o de temporada sin intermediario o reduciendo al mínimo la intermediación entre productores y consumidores. (CEPAL et al., 2014)

Ante la constante demanda de alimentos, los productores deben adaptarse a las necesidades del consumidor en cuanto a calidad, cantidad, precio y presentación del producto que será comercializado en ferias locales o en supermercados. (Craviotti, C., & Soleno Wilches, R. 2015).

Las salidas opuestas al modo convencional alimentario son estrategias que buscan la transformación social, considerando diferentes niveles de intensidad, se debe tener en cuenta que la agroecología plantea la construcción de la soberanía alimentaria, como parte de sus principios básicos. (Craviotti, C., & Soleno Wilches, R. 2015).

Los circuitos cortos de comercialización, se basan en la comunicación entre productores y consumidores, a través del reconocimiento mutuo que permite llegar a consenso respecto de ciertos valores como la calidad, la sostenibilidad y la justicia social. (Catrip-Pintor et al., 2020), ayudan a crear nuevos lazos sociales, fomentan la equidad en los intercambios comerciales, una mayor sostenibilidad e integración social y a un mayor desarrollo local con la participación de pequeñas y pequeños productores campesinos. (COPROFAM, 2018)

El fortalecimiento de cadenas de valor con circuitos cortos de comercialización, puede minimizar pérdidas de productos perecederos y asegurar ingresos. Se debe fomentar la asociatividad y los esquemas cooperativas de insumos, así como el transporte y la logística. (da Silva, 2021)

#### **4.4.1. Condiciones para que una iniciativa de Circuitos cortos de comercialización sea efectiva**

Este tipo de iniciativa puede llegar a ser efectiva y exitosa cumpliendo ciertas condiciones descritas a continuación:

##### **4.4.1.1 Para el productor**

- Entender el circuito como un canal de comercialización formal.
- Tener alto nivel de compromiso para desarrollar el circuito.
- Es necesario invertir tiempo y recursos para generar confianza y construir relaciones fuertes.
- Cumplir con la normatividad sanitaria de inocuidad y calidad de alimentos.

Una buena presentación del producto atrae clientes y ayuda a posicionarlo. (Gustavo-Paz et al., 2020)

En la Figura 4 se muestra una productora de la Parroquia Jadán, quien se dedica a la producción de hortalizas y cereales.

**Figura 4.** *Fotografía de productora de hortalizas y frutas de temporada*



*Nota.* Productora agropecuaria de la Parroquia Jadán del Cantón Gualaceo, marzo 2023.

#### **4.4.1.2 Para las organizaciones**

- El circuito debe ser el resultado de acciones planificadas.
- Deben gestionar colectivamente el circuito.
- Deben formalizar el circuito para que este sea reconocido y se posicione.
- Deben realizar seguimiento y control del circuito.
- Hay que priorizar el fortalecimiento de la capacidad logística. (Gustavo-Paz et al., 2020)

En la Figura 5 se muestran a los productores de la comunidad de San José de Pirca, parroquia San Juan del Cid, Gualaceo.

**Figura 5.** *Fotografía de asociación de productores*



*Nota.* Asociación de Toquilleros Reina del Cisne, Parroquia San Juan del Cid, marzo 2023.

#### **4.4.1.3 Para los actores o entidades de apoyo**

- Son apuestas estratégicas de desarrollo comercial territorial, no sólo eventos temporales, como estrategia deben ser debidamente planificados y evaluados.
- Las iniciativas de circuitos cortos de comercialización, requieren una financiación inicial para su puesta en marcha y operación.
- Los productores u organizaciones son quienes deben gestionar y liderar el circuito, las entidades acompañan y apoyan.
- El acompañamiento y seguimiento técnico debe ser a mediano plazo.
- Algunos circuitos cortos pueden ser plataforma para lograr encadenamientos comerciales más robustos, visión integral. (Gustavo-Paz et al., 2020)

En la Figura 6, podemos observar a productores agrícolas de San Andrés de Jadán recibiendo insumos por parte del Gobierno Provincial del Azuay.

**Figura 6.** Fotografía de entrega de plántulas de hortalizas mediante convenio con el Gad Parroquial de Jadán y Agroazuay GPA



*Nota:* Fotografía de entrega de plántulas de hortalizas para productores de la Comunidad de Chichin, Jadán Gualaceo, noviembre 2021.

“Los Circuitos cortos de comercialización, son formas de resistencia que encara la agricultura familiar dentro de un mercado con lógicas que le resultan desfavorables, como la imposición de normas de buenas prácticas, de garantías de calidad y la certificación pertinente”. (Paz et al., 2020)

#### **4.4.1.4 Beneficios de los circuitos cortos de comercialización**

Son varios los beneficios que se consiguen al establecer circuitos cortos de comercialización para productores independientes o asociados, entre ellos destacan los siguientes:

- Precio justo del producto.
- Apoyo al mejoramiento de la economía familiar y local.
- Soberanía alimentaria
- Apoyo a los pequeños productores de la provincia del Azuay.
- Fortalecimiento organizativo y asociativo.
- Garantía de un producto fresco y limpio.

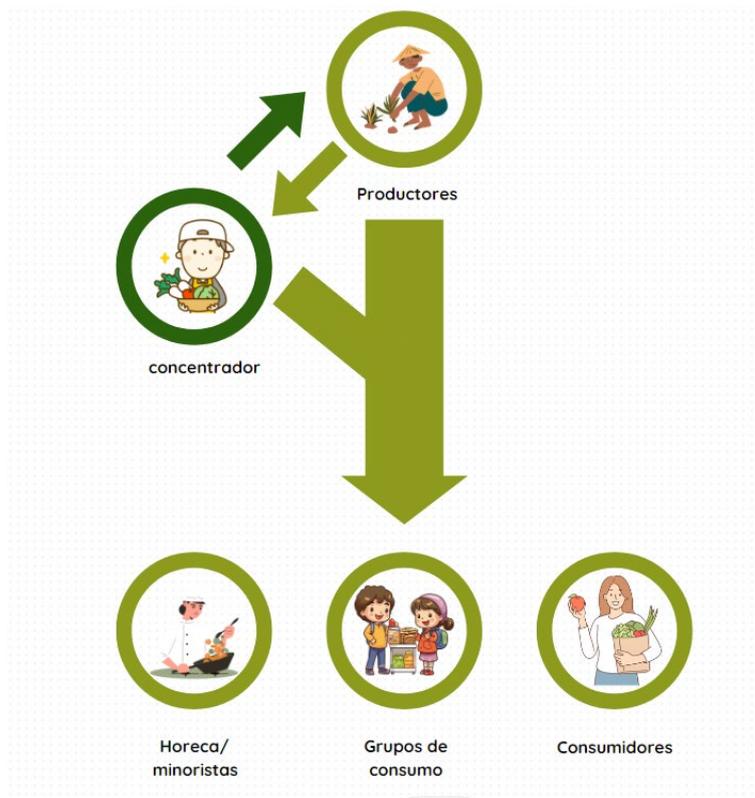
#### 4.4.1.5 Tipos de Circuitos Cortos de Comercialización

Algunas asociaciones de productores o agroproductores independientes, cuentan con ciertos espacios para comercializar sus productos de granja, tejidos, artesanías y comidas tradicionales como son:

- Mercados municipales, ferias organizadas por las Juntas Parroquiales, Prefecturas y ferias agroecológicas.
- Celebraciones religiosas, aniversarios de parroquialización, feriados nacionales.
- Venta directa en la finca de los agroproductores.

En la Figura 7, se describe gráficamente el objetivo de los circuitos cortos de comercialización que promueven la adquisición directa del bien desde el productor hasta el consumidor.

**Figura 7.** Esquema de ciclos cortos de comercialización



*Nota.* La Figura 7 muestra la realización del comercio a través de los canales cortos de comercialización, sin la intermediación. Fuente: (G. de Opazo J., 2018)

#### 4.5. Cadena de valor y una cadena productiva agroalimentaria

A continuación, se dará a conocer los aspectos característicos de una cadena alimentaria y una cadena de valor.

##### 4.5.1. Cadena agroalimentaria

La cadena agroalimentaria, es un conjunto de acciones y actores que intervienen y se relacionan técnica y económicamente desde la actividad agrícola primaria hasta la oferta al consumidor final, incorpora procesos de empaque, industrialización o transformación y distribución. (Hernández. et al., 2005)

##### 4.5.2. Cadena de valor

Describe el modo en que se desarrollan las acciones y actividades de una empresa. Se inicia con la materia prima y llega hasta la distribución del producto terminado. En esta cadena se pueden diferenciar dos actividades: primarias, que son un grupo de acciones enfocadas en la elaboración física de cada producto, y el proceso de transferencia al comprador. (INAES, 2019)

En la Tabla 3, se presenta un esquema de diferenciación entre una cadena productiva y una cadena de valor.

**Tabla 3.** *Esquema de diferenciación entre una cadena productiva y una cadena de valor*

Aspecto	Cadena productiva	Cadena de valor
Estructura organizativa	Actores independientes	Actores dependientes
Orientación	Liderado por la oferta	Liderado por la demanda
Identificación de mercado	Potencial de mercado	Nicho y negocios concretos
Elemento principal	Coste/precio	Valor/calidad
Relación entre actores	Informal	Formal

Visión de la relación	Corto plazo	Largo plazo
Nivel de confianza	Bajo/medio	Alto
Flujo de la información	Escasa o ninguna	Amplia.

*Nota.* El esquema representa las características de comercialización bajo el esquema de producción independiente y asociativa. Fuente: (CODESPA, 2022)

#### 4.6. Asociaciones del Cantón Gualaceo

En la Tabla 4 se presentan las principales asociaciones de productores del Cantón Gualaceo con las que se piensa realizar el respectivo proyecto de investigación.

**Tabla 4.** Lista de asociaciones de agroproductores en el Cantón Gualaceo

Parroquia	Asociación
Jadán	Asoc. Sembrando Esperanza Asoc. Jatariwarmi Asoc. Productores de Ganaderos de Chichin Asoc. Mushuc Pakarina
Remigio Crespo	Asoc. De Productores Remigio Crespo Toral
Daniel Córdova Toral	Asoc. 5 de Febrero
Zhidmad	Asoc. Apoyando al Desarrollo de Zhidmad Junta de Riego San José de Rañas
San Juan	Asoc. de Toquilleras Reina del Cisne Asoc. de Toquillera de Bacpanel
Luis Cordero	Asoc. Labrando Sueños para un Futuro Mejor Asoc. San Bartolomé Asoc. Esta es mi Tierra

*Nota:* La Tabla 4 indica las asociaciones más representativas del Cantón Gualaceo, que se han escogido para la realización de este trabajo de investigación. Sin embargo, se ha visto,

además, contar con el apoyo de productores no asociados para identificar sus principales necesidades.

#### 4.6.1 ¿Qué acciones se han tomado para potenciar la economía circular y los circuitos cortos de comercialización en la provincia del Azuay y en el Cantón Gualaceo?

##### 4.6.1.1 Repercusión

El Gobierno Provincial del Azuay, ha impulsado el apoyo a asociaciones de artesanos y productores agrícolas con la dotación de presupuestos económicos destinados a la entrega de insumos, maquinaria, asistencia técnica, capacitaciones y colocación de sus productos terminados en ferias de emprendedores a nivel parroquial, cantonal o provincial. (Gobierno Provincial del Azuay, 2022)

En la Tabla 5, se evidencia que dentro del plan mensual 2022, del Gobierno Provincial del Azuay, se tuvo contemplado la realización de proyectos destinados al acceso de productores a circuitos cortos de comercialización, emprendimientos y desarrollo de valor agregado, entre otros.

**Tabla 5.** *Proyectos contemplados en el período 2022 del Gobierno Provincial del Azuay*

Nº	Proyecto	Objetivo	Presupuesto
26	Fortalecimiento de las actividades agroproductivas y cadenas agropecuarias del Azuay.	Fortalecer las actividades agroproductivas y cadenas agropecuarias del Azuay para contribuir en la mejora de su productividad, mediante la capacitación, asistencia técnica y tecnificación de la producción.	\$ 982.857,14
27	Acceso de productores a circuitos cortos de comercialización.	Fomentar circuitos cortos de comercialización de productos agrícolas y artesanales mediante relacionamientos socio económicos entre lo rural y lo urbano.	\$ 100.000,00
30	Fomento al emprendimiento y desarrollo de valor agregado en la economía de las familias campesinas del Azuay.	Fomentar el emprendimiento y desarrollo de valor agregado en la economía de las familias campesinas del Azuay.	\$ 94.064,20

Nota: En la Tabla 5 se visualizan los proyectos ejecutados en el mes de julio del 2022 con su respectivo objetivo e inversión económica contemplada, la numeración presentada en el lado izquierdo de la tabla, corresponde a la asignada por el Gobierno Provincial del Azuay en base a los objetivos de los mismos. Fuente: (Gobierno Provincial del Azuay, 2022)

El Ministerio de Inclusión Económica y Social en el mes de enero del 2023, desarrolló la Sexta Feria de Emprendimientos de Alto Impacto en el Cantón Gualaceo, donde productores del cantón presentaron artesanías, bisutería, textiles, manualidades, alimentos, productos agrícolas, entre otros. (MIES, 2023).

El Municipio de Gualaceo en el año 2022, realizó el proyecto “Desarrollo agrícola y pecuario para el fortalecimiento de la seguridad y soberanía alimentaria en el Cantón Gualaceo por Impacto del Covid 19” con el objetivo de fortalecer las capacidades productivas de asociaciones agropecuarias del Cantón Gualaceo, con una inversión de \$ 80.212,45. (Municipio de Gualaceo, 2022)

#### **4.6.1.2 Modelo**

El Gobierno Nacional del Ecuador, anualmente destinada recursos económicos dirigidos a ministerios, gobiernos provinciales y municipales quienes tienen como prioridad la atención de la ciudadanía en temas como vialidad, educación, seguridad, salud, desarrollo productivo, riego, entre otros. Fuente: (Rivadeneira, 2022)

#### **4.6.1.3 Resultados en América Latina**

En Brasil, se ha tomado el modelo Marsden (Marsden et al., 2000) donde indica los tres tipos de Circuitos Cortos de Comercialización que ha generado respuestas positivas en beneficio de los agroproductores, contando con el apoyo de entidades públicas como son:

- Venta directa (cara a cara): donde la venta se realiza directamente al productor/a (incluyendo las ventas a través de internet).
- Por proximidad espacial: producidos en la misma región.

- Espacialidad extendida: cuando los alimentos no están producidos cerca, pero existe un conocimiento sobre su valor o significado, que “acerca” el producto a los consumidores.

Fuente: (Buenaventura-Ramírez et al.,2021)

Según el Boletín de la FAO-IICA, CEPAL (2014), se han desarrollado proyectos y programas en países como Perú, Brasil, Estados Unidos, Francia, obteniendo resultados como:

- Reconocimiento y valoración de los atributos locales, culturales y nutritivos de los productos, como base de diferenciación y agregación de valor.
- Capacitación de los actores participantes.
- Identificación de tendencias de mercados.
- Modernización de la logística de distribución.
- Establecimiento de alianzas y redes.
- Reforma al diseño e implementación de normas e instituciones flexibles para las condiciones sociales de los productores.

## **5. Metodología**

Para este trabajo de investigación, se utilizó la metodología mixta, aplicando técnicas cualitativas y cuantitativas. Esta estrategia buscó información proveniente de distintos actores para construir y contrastar casos iguales o parecidos que se producen entre los agricultores de algunas asociaciones del Cantón Gualaceo.

Los datos cuantitativos incluyeron información cerrada, a través de encuestas para responder a preguntas de investigación o probar hipótesis. Los datos cualitativos, son información abierta, separados por categorías. (Ortega,2023)

**5.1. Metodología para el primer objetivo. *Conocer la realidad social y económica de los productores de las parroquias Jadán, Zhidmad, Remigio Crespo, Daniel Córdova Toral, Luis Cordero Vega, del Cantón Gualaceo.***

### **5.1.1 Actividad 1. Consulta bibliográfica y observación directa**

Se realizó la recopilación de la información en fuentes oficiales del Gobierno Provincial del Azuay, páginas oficiales del Gobierno Municipal del Cantón Gualaceo, y páginas oficiales de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales del Cantón Gualaceo.

Se realizaron visitas in situ a las parroquias Jadán, Zhidmad, Remigio Crespo, Daniel Córdova Toral, Luis Cordero Vega, para determinar las principales agrícolas o pecuarias que realizan a diario, el mercado en donde comercializan sus productos y el costo que reciben por la venta de sus productos que son parte de la canasta básica familiar de las familias ecuatorianas.

### **5.1.2 Actividad 2. Elaboración y aplicación de encuestas**

En la aplicación de la técnica cuantitativa descrita por (Ortega, 2023), se desarrolló una encuesta a los respectivos miembros de las asociaciones o público independiente para determinar preguntas claves como niveles de conformidad.

La aplicación de una encuesta permitió la obtención de datos sobre la problemática que existe en el cantón Gualaceo referente a la comercialización de sus productos, permitiendo de esta manera, considerar los resultados para dar las posibles soluciones.

Con la aplicación de la metodología cuantitativa, se obtuvieron resultados que se pudieron contabilizar y traducir a datos estadísticos.

Se establecieron tres criterios para la selección de los casos de estudio:

- 1.- Que el tamaño de la cadena o red esté apegado a los criterios de proximidad social.
- 2.- Que la producción y comercialización de los productos agrícolas se desarrollará en su propio territorio o cantones aledaños.
- 3.- El ingreso mensual que recibe en la venta de sus cosechas o productos de granja.

El formulario se desarrolló en base a 20 preguntas precisas que permitan identificar las fortalezas y debilidades de cada uno de los productores y asociaciones con los que se piensa trabajar.

### 5.1.3 Área de Influencia

La investigación se realizó en las Parroquias Jadán, Remigio Crespo, Daniel Córdova Toral, Luis Cordero Vega, San Juan del Cid y Zhidmad, todas pertenecientes al Cantón Gualaceo, provincia del Azuay. En la Figura 8, se muestra el mapa de distribución de las parroquias rurales del cantón Gualaceo.

**Figura 8.** *Mapa de distribución de parroquias rurales y urbana del cantón Gualaceo*

Coordenadas geográficas	Coordenadas decimales	Coordenadas GD	Coordenadas GMS
Latitud	-2.89264	2.8926°S	2°53'33.5" S
Longitud	-78.77814	78.7781°O	78°46.688'O



Las encuestas se realizaron en a productores del cantón Gualaceo pertenecientes a asociaciones o productores independientes.

### 5.1.6 Muestra

Una vez conocido el número estimado de personas a encuestar se determinó el tamaño de la muestra por medio de la fórmula:

$$n = \frac{N z^2 p q}{(N-1) e^2 + z^2 p q}$$

En donde:

n= Tamaño de la muestra.

N= Tamaño de la población, que corresponde a 150.

$\Theta_2$ = Desviación estándar de la población que cuando no se tiene su valor, se utiliza un valor constante de 0,5.

Z2= Valor obtenido mediante niveles de significancia, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza que equivale a 1,96

e2= Es el límite aceptable de error, que cuando no se tiene su valor se utiliza un valor del 4% que equivale al 0.04.

$$n = \frac{150 \times (1.96)^2 \times 0.5 \times (1-0.5)}{(150 - 1) \times (0.04)^2 + (1.96)^2 (0.5)(1-0.5)}$$

$$n = \frac{150 \times (3.8416) \times (0.25)}{(149) \times (0.04)^2 + (1.96)^2 (0.5)(1-0.5)}$$

$$n = \frac{150 \times (0.9604)}{(149) \times (0.0016) + (0.25) (3.8416)}$$

$$n = \frac{144.06}{(0.2384) + (0.9604)}$$

$$n = \frac{144.06}{1.20} = 120.05$$

Tamaño de la muestra: El tamaño del universo de muestra será de 120 habitantes de la zona a encuestar.

## **5.2 Metodología para el segundo objetivo. *Diseñar estrategias de promoción y marketing que resalten los beneficios de los circuitos cortos de comercialización de los productores del Cantón Gualaceo.***

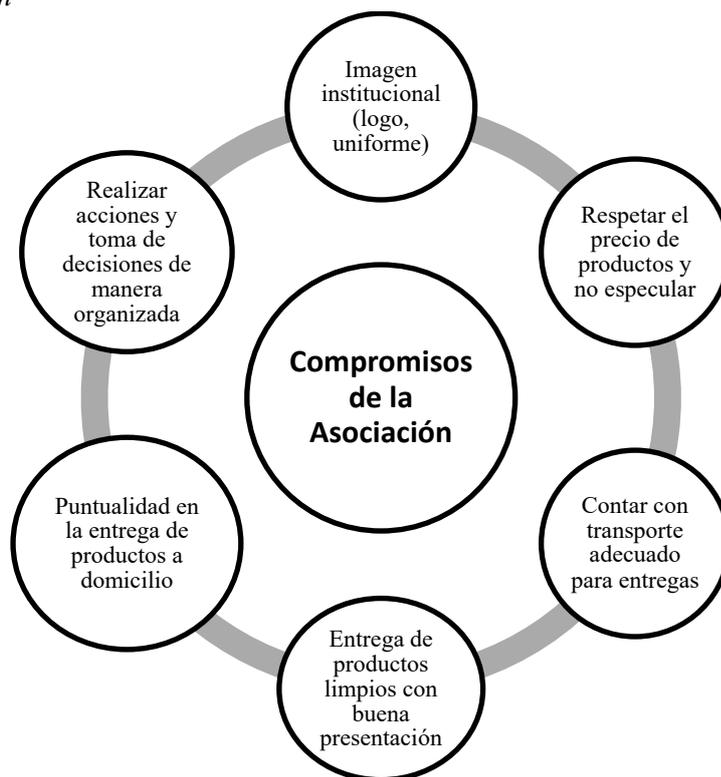
### **5.2.1 Actividad 1. Análisis de la información**

En base a la información recopilada en el desarrollo de las encuestas aplicadas a los productores de las parroquias Jadán, San Juan del Cid, Remigio Crespo, Daniel Córdova Toral, Zhidmad, Luis Cordero, se determinó que es importante la vinculación de diversos actores que generen un apoyo al desarrollo de los circuitos cortos de comercialización en el cantón Gualaceo y en la provincia del Azuay.

La Figura 9 menciona varios aspectos a ser considerados por las asociaciones antes, durante y después de la comercialización de sus productos, ya que, al contar con un sistema organizado, responsable, justo y transparente, donde todos los socios participen, expongan sus ideas con respeto y demuestren un trabajo conjunto, garantizará el éxito de sus negocios.

La importancia de vincular a los agroproductores, academias, instituciones públicas y privadas, fundaciones, entidades financieras, clientes y público en general, es fundamental, ya que, sin el apoyo económico, logístico, técnico y comercial, este tipo de proyectos no llegan a sobresalir, dando como resultado la disolución de asociaciones, migración, y la continuidad del comercio bajo intermediación. Al tener organizaciones fortalecidas y con buena capacidad de producción, se pueden desarrollar estrategias de marketing.

**Figura 9.** *Detalle de compromisos de asociaciones para cumplimiento de los circuitos cortos de comercialización*



*Nota:* En la Figura 9, se visualizan algunos de los compromisos que deberán cumplir las asociaciones participantes del sistema de comercialización de circuitos cortos, los cuales generarán un beneficio entre cada una de las partes involucradas en este proyecto.

### **5.2.2 Actividad 2. Desarrollo de propuestas para mejorar los circuitos cortos de comercialización en las parroquias del cantón Gualaceo**

Al conocer la urgente necesidad de los productores del cantón Gualaceo en buscar el apoyo de diversas entidades públicas y privadas que les permitan obtener un beneficio económico a nivel organizativo, familiar o independiente, se enumera en el siguiente detalle, posibles vinculaciones a proyectos productivos a largo plazo, considerando que los mismos deberán contar siempre con un compromiso entre las partes involucradas que generen responsabilidad, efectividad y eficacia en sus negocios.

Se ha considerado dentro de esta lista de posibles vinculaciones, el contemplar acuerdos con instituciones públicas como Prefectura del Azuay, Gobierno Municipal de Gualaceo y Gad Parroquiales y la vinculación con instituciones educativas como la Universidad Nacional de Loja, para el desarrollo de dos propuestas contempladas dentro del objetivo dos del presente

proyecto, como son:

“Fortalecimiento de la agricultura local a través de la vinculación de entidades públicas en el sistema de comercialización a través de circuitos cortos en el cantón Gualaceo”.

“Implementación de talleres de comercialización por circuitos cortos y marketing a través de redes sociales, dirigido a productores independientes de las parroquias rurales del cantón Gualaceo”.

### **5.2.2.1 Vinculación de las instituciones públicas y privadas**

El destinar recursos económicos que mejoren la productividad en el sector agrícola y pecuario, brindar asistencia técnica y capacitaciones, mejorarían en gran manera la calidad y cantidad de productos destinados a la alimentación familiar o la comercialización directa en mercados locales o parroquiales, atendiendo la demanda de sus consumidores, competencia que estaría a cargo del Gobierno Provincial del Azuay, el Municipio de Gualaceo y los Gobiernos Parroquiales mediante la celebración de convenios, en los cuales las organizaciones también establecerían compromisos como: asistencia a capacitaciones, correcto uso de los bienes a ser entregados, delegar administradores de convenios los cuales reporten el avance y resultados obtenidos.

El Municipio de Gualaceo, así como las Juntas Parroquiales, deberían facilitar un espacio adecuado para la comercialización de productos de manera constante y que sean fácilmente identificables para los compradores cercanos o lejanos de la parroquia o cantón.

### **5.2.2.2 Vinculación de las instituciones educativas**

Las universidades por medio de sus facultades, mediante acuerdos entre los participantes, pudiesen desarrollar capacitaciones a los agroproductores en temas como:

- Servicio al cliente
- Fortalecimiento organizativo
- Comercialización y estrategias de marketing
- Desarrollo de proyectos agroturísticos

- Contabilidad básica
- Industrialización de productos con valor agregado

### **5.2.2.3 Vinculación de las instituciones financieras**

La identificación de asociaciones fortalecidas en el cantón Gualaceo que demuestren la capacidad de trabajo, capacidad de endeudamiento y el compromiso para pagos de préstamos, pueden ser beneficiadas con microcréditos a bajos porcentajes de interés que les permitan mejorar su producción tanto agrícola como pecuaria. Al contar con una visión y experiencia empresarial, las asociaciones podrán arriesgarse a largo plazo, a competir en mercados locales con mayor demanda de productos, no sin antes contar con un estudio de mercado que les facilite la identificación de clientes potenciales.

### **5.2.2.4 Vinculación de las asociaciones de agroproductores con miras a la expansión de su mercado**

El fortalecimiento organizativo de las asociaciones agroecológicas, es un pilar fundamental para la toma de decisiones y la realización de acciones en beneficio de cada uno de sus integrantes, puede producir beneficios como la eficiencia operativa, innovación en la elaboración de productos con valor agregado, desarrollo de destrezas, aceptación y confianza de sus clientes, alcance de metas y objetivos propuestos a corto o largo plazo, adaptación a los cambios externos y un impacto social.

### **5.2.2.5 Obligaciones de las asociaciones de agro productores participantes**

Contar con un centro de acopio temporal de productos agrícolas y pecuarios, donde pudiesen realizar actividades como: selección, lavado, pesado, empacado. Este centro de acopio deberá contar con servicios básicos y los materiales necesarios para el acopio, como gavetas, balanzas, etiquetadoras, empacadoras, envases adecuados y equipos de refrigeración para la conservación de productos cárnicos, lácteos. El contar con productores líderes que cuenten con

conocimientos administrativos y de control, permitirá llevar un adecuado control de las actividades realizadas, tal como se detalla en la Tabla 6.

**Tabla 6.** *Actividades a realizarse en un centro de acopio provisional para distribución*

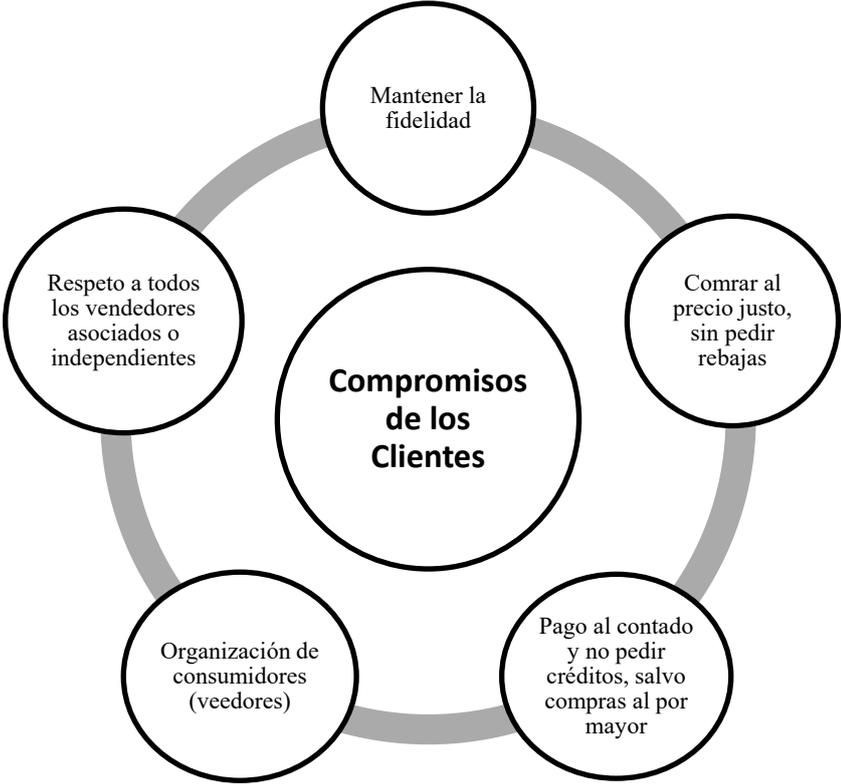
<b>Administrativo</b>	<b>Acopio</b>	<b>Ventas</b>
Pago a proveedores	Solicitud de productos	Estudio de mercado
Pago de servicios básicos	Recepción y selección	Registro de ventas semanales, mensuales
Pago de utilidades	Pesaje de productos entregados	Registro de compradores
Pago de mano de obra del personal	Registro de productores	Registro de distribución

*Nota:* En la Tabla 6, se visualizan algunas de las actividades que deben realizarse por parte de los miembros de las asociaciones responsables de las áreas contables, acopio y ventas de los productos destinados a la distribución de los mercados identificados.

#### **5.2.2.6 Vinculación de clientes**

El éxito o fracaso de cualquier negocio, radica en la manera en que llama la atención del comprador del bien o servicio. Un cliente satisfecho, será un cliente fiel, quien además dará a conocer a más interesados la calidad, precio y atención que brindan los comerciantes del cantón Gualaceo tal como se visualiza en la Figura 10.

**Figura 10.** Esquema de compromisos de clientes del sistema de circuitos cortos de comercialización

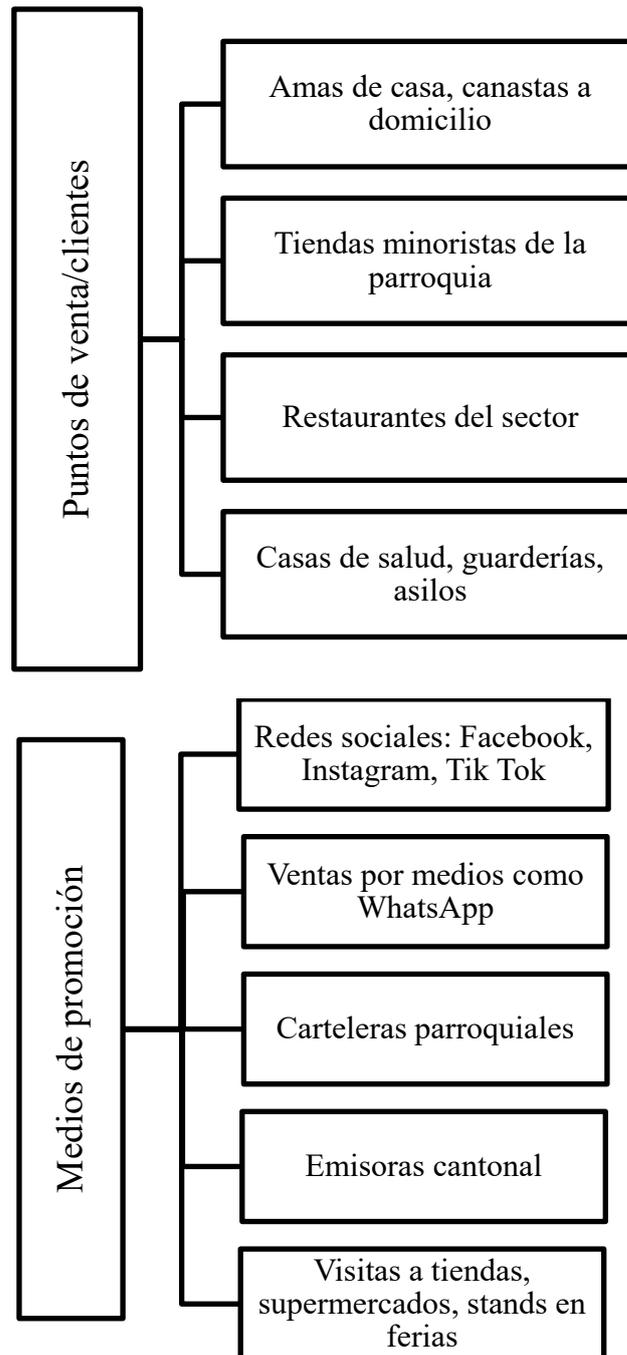


*Nota:* En la Figura 10 se visualizan algunos compromisos de los consumidores que constantemente accedan al servicio de los circuitos cortos de comercialización en el cantón Gualaceo.

**5.2.2.7 Mercados y estrategias de comercialización**

En la Figura 11, se ha realizado una sugerencia de los posibles mercados a atender en el cantón Gualaceo, mediante el sistema de comercialización por circuitos cortos, a su vez, se determinan en base a los recursos comunicacionales y tecnológicos que presenta el cantón, el desarrollar diversos sistemas de ventas y publicidad de los productos que se tengan, sean estos de consumo alimenticio o artesanales.

**Figura 11.** Detalle de los posibles compradores de productos agroecológicos y sus estrategias publicitarias



*Nota:* En la Figura 11, se visualiza el tipo de clientes a quienes se les puede ofrecer los productos de consumo, a su vez, se sugieren ciertos medios de comunicación actuales, en los cuales se puede publicitar a la asociación, el lugar de comercialización, horarios y presentar imágenes de lo que desean comercializar.

### **5.3 Metodología para el tercer objetivo. *Elaborar un plan de capacitación para los agricultores sobre promoción y estrategias de marketing para los circuitos cortos de comercialización.***

#### **5.3.1 Actividad 1. Desarrollo de plan de capacitación**

Para realizar la capacitación a los agroproductores interesados en sumarse al proyecto de circuitos cortos de comercialización, se establecerán compromisos con la academia, como la Universidad Nacional de Loja.

Se propone una visita técnica con la participación estudiantil para conocer la realidad de sector agropecuario de las parroquias rurales del cantón Gualaceo. A través de reuniones previas con los presidentes de las juntas parroquiales y la autoridad municipal de Gualaceo, para que el evento tenga un realce comunicacional y se convoquen a las asociaciones agroproductoras con personería jurídica o en trámite. Y, además, cantones azuayos aledaños como Chordeleg y Sígsig, podrían sumarse a participar en estos talleres.

#### **Materiales**

- Computadores
- Proyector
- Cámara
- Libreta de apuntes y lápices

#### **Locales para capacitaciones**

- Infocentros
- Auditorio municipal o de las juntas parroquiales con internet

#### **Asistentes**

- Capacitadores de la Universidad Nacional de Loja
- Socios de las asociaciones
- Técnicos de producción de las juntas parroquiales

- Técnicos del MAG, Prefectura del Azuay, y Municipio de Gualaceo

### 5.3.2 Compromisos para los talleres de capacitación

En la Tabla 7, se sugieren ciertos compromisos que las partes vinculadas en el proceso de capacitación a los productores deberán asumir para el correcto desarrollo y éxitos de los talleres.

**Tabla 7.** *Propuesta de compromisos a establecerse para el desarrollo de los talleres de marketing*

<b>Gad Cantonal o Parroquial</b>	<b>Capacitadores</b>	<b>Participantes</b>
Apoyar en la difusión del evento por medio de los medios de comunicación que manejan	Organización de contenidos a desarrollar en base a un cronograma y socializado con las juntas	Puntualidad y compromiso de asistencia a los talleres, los cuales serán registrados
Facilitar el espacio para los talleres	Puntualidad en las reuniones	Participación activa con preguntas y comentarios constructivos
Contar con las herramientas tecnológicas que permitan el correcto desempeño de los talleres	Utilizar un lenguaje comprensivo para los productores, quienes cuentan con bajo conocimiento de los temas a tratarse	La asistencia es obligatoria, en el caso de productores que superen la tercera edad, podrán ayudarse con un familiar con mayor facilidad de aprendizaje en el manejo de herramientas informáticas.
Ayudar en el control de asistencia de los productores	Facilitar el material para retroalimentación	Realizar retroalimentación de los conocimientos adquiridos
Apoyar en las convocatorias en las fechas que se establezcan	Avisar con anticipación la suspensión de reuniones	Aplicar los conocimientos adquiridos en la promoción de sus productos agrícolas y pecuarios
Presencia de técnicos de las juntas para difusión escrita de los contenidos tratados en las capacitaciones		Colaborar con la dotación de refrigerios para los asistentes
Facilitar un espacio de estadía para los estudiantes.		

*Nota:* En la Tabla 7, se visualiza la propuesta de compromisos entre las partes involucradas en el proceso de capacitaciones de marketing en las juntas parroquiales.

### 5.3.3 Contenidos de aprendizaje

En base a la encuesta realizada y el diálogo constante con los productores del cantón Gualaceo, se ve la necesidad de generar capacitaciones en temas que les permitan mejorar la calidad de su producto, llegar a más clientes mediante publicidad, y generar su propia marca fácilmente reconocida a nivel local como se muestra en la Figura 12.

**Figura 12.** *Sugerencia de temas de capacitación para miembros de las asociaciones interesadas en el proyecto de circuitos cortos de comercialización en Gualaceo*



*Nota:* La vinculación de las instituciones públicas con la Universidad de Loja, pueden establecer una coordinación para la realización de talleres prácticos teóricos con las personas interesadas y comprometidas en aplicar los conocimientos adquiridos en sus proyectos productivos.

### 5.3.4 Cronograma de capacitaciones

Debido al tiempo que toman los contenidos a tratar, se establecerán horarios de capacitaciones por la mañana a partir de las 9h30, ya que al medio día, las productoras deben

cumplir con sus labores de hogar y labores de campo.

En la presente Tabla 8, se muestra un esquema de capacitación y los contenidos a tratarse que se llevará a cabo con los productores de las parroquias del cantón Gualaceo.

**Tabla 8.** Esquema de cronograma para taller realizado con los agroproductores en el cantón Gualaceo

<b>PRIMERA FASE DEL TALLER</b>	<b>TIEMPO DE DURACIÓN: 2 HORAS</b>
Saludo de Bienvenida	Saludo de parte de las autoridades presentes Presentación de los capacitadores Explicación del desarrollo de la jornada
Introducción al tema	Concepto e importancia del marketing
Taller práctico en computadora	Diseño de un logotipo y slogan con herramientas digitales
<b>REFRIGERIO</b>	<b>TIEMPO DE DURACIÓN: 15 minutos</b>
<b>SEGUNDA FASE DEL TALLER</b>	<b>TIEMPO DE DURACIÓN: 2 HORAS</b>
Estrategias de comercialización de alimentos y herramientas promocionales	Conceptos básicos con ejemplos más representativos de productos posesionados en el mercado nacional
Técnicas de ventas en mercados minoristas y mayoristas	Ejemplos prácticos
Atención al cliente y como satisfacer las necesidades del consumidor	Participación del público
<b>DESPEDIDA Y ENTREGA DE FOLLETOS CON LOS CONTENIDOS TRATADOS</b>	

*Nota: Los contenidos deberán ser simples y entendibles para el público participantes, quienes son poco familiarizados con los temas a ser tratados.*

## **6. Resultados**

**6.1 Resultado del primer objetivo. *Conocer la realidad social y económica de los productores de las parroquias Jadán, Zhidmad, Remigio Crespo, Daniel Córdova Toral, Luis Cordero Vega, del Cantón Gualaceo.***

### **6.1.1 Situación actual de las parroquias del cantón Gualaceo**

En Ecuador, la historia de las formas de comercialización agrícola ha evolucionado a lo largo del tiempo, influenciada por factores sociales, económicos y políticos. En la provincia del Azuay, existen cantones altamente productivos de frutas y hortalizas como son: Paute, Gualaceo, Sigsig, Santa Isabel, Nabón, Cuenca, Oña, en el sector lechero se encuentra a San Fernando y Sevilla de Oro, los cuales, han contado con el apoyo de Instituciones Gubernamentales, Fundaciones, ONG'S y otros organismos, quienes, han dotado a las asociaciones de productores de bienes como semillas, abonos, sistemas de riego, maquinaria agrícola, plántulas, animales menores y mayores, a su vez, han generado un beneficio mayor a estos grupos al proporcionarles un espacio en ferias de agroproductores que se realizan los fines de semana en sectores rurales o urbanos para la comercialización de sus productos.

Los pequeños productores no asociados, se han visto limitados en la comercialización, debido a varias limitantes ya descritas en la problemática de este proyecto de investigación, viéndose obligados a entregar sus cosechas a intermediarios mayoristas, sin obtener un beneficio justo y que pueda en algo compensar toda la labor que se genera diariamente para la obtención de un buen producto, sea este de origen animal o vegetal.

En el respectivo proyecto de investigación, se obtendrá información específicamente de las asociaciones y productores no asociados del Cantón Gualaceo, a fin de dar a conocer la realidad que vive el agricultor azuayo y cuáles son los mecanismos que se pueden brindar para mejorar para realizar un mecanismo de comercialización directa, sin la presencia de intermediarios.

La Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y “Solidario establece en el TÍTULO 1 DEL ÁMBITO, OBJETO Y PRINCIPIOS Art. 1.- Para efectos de la presente Ley, se entiende por economía popular y Solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y

consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital”. (*Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario. Texto consolidado.* | FAOLEX, 2021.)

Pequeños y medianos productores agrícolas y campesinos comparten prácticas similares: los primeros se enfocan en Sistemas Agroalimentarios locales, mientras que los segundos crean alternativas propias de producción, como comunidades indígenas o cooperativas. (Tolentino et al., 2018)

Con el objeto de ejecutar planes de desarrollo social, manejo sustentable del ambiente y de bienestar colectivo, las instituciones del Estado, por razones de utilidad pública o interés social y nacional, podrán declarar la expropiación de bienes, previa justa valoración, indemnización y pago de conformidad con ley (art. 323). Por otro lado, se promueve la redistribución de tierras con finalidades productivas: responsabilidad del Estado, entre otras, promover políticas redistributivas que permitan el acceso del campesinado a la tierra, al agua y otros recursos productivos (art. 281).

Las personas naturales o jurídicas extranjeras no podrán adquirir ningún título tierras o concesiones en las áreas de seguridad nacional ni en áreas protegidas, de acuerdo con la ley (art. 405). (CEPAL, 2008)

El cantón Gualaceo tiene una población de 38.587 habitantes, está bañado por los ríos Santa Bárbara, San Francisco y Guaymincay. Por su situación, es un nudo de comunicaciones hacia el oriente ecuatoriano. Sus principales actividades son la agricultura, la artesanía y el turismo. Sus límites son:

- Al Norte por los cantones de Paute y el Pan
- Al Sur el cantón Chordeleg y Sígsig
- Al Este con la provincia de Morona Santiago
- Al Oeste el cantón Cuenca

Se divide en las siguientes parroquias rurales: Daniel Córdova Toral, Mariano Moreno, Luis Cordero Vega, Remigio Crespo Toral, Simón Bolívar, Jadán, Zhidmad y San Juan del Cid y la parroquia urbana que es Gualaceo. (Datos Geográficos – I. Municipalidad de Gualaceo, 2023)

El cantón Gualaceo, situado a 45 minutos de Cuenca, posee 8 parroquias rurales: Mariano Moreno, Daniel Córdova Toral, Luis Cordero Vega, Remigio Crespo Toral, Simón Bolívar, San Juan del Cid, Jadán, Zhidmad y se considera además su cabecera cantonal. (Datos Geográficos - I. Municipalidad de Gualaceo, 2019)

Las principales actividades económicas productivas del cantón Gualaceo, según la población económicamente activa por rama de actividad son: agricultura, ganadería, silvicultura y pesca con el 28,48%; industrias manufactureras con el 19,87%; comercio al por mayor y menor con el 12,73% y la construcción con el 11,10%.<sup>27</sup>

La situación del sector agrícola y pecuario del cantón (sector primario), se evidencia en la información contenida en el Censo agrícola nacional (2000) y en el estudio de Evaluación del Plan Estratégico Cantonal realizado por el Municipio de Gualaceo en el 2010. Los resultados de estos estudios muestran que la mayor concentración de hectáreas sembradas se encuentra en los cultivos Transitorios y Barbecho, con 562,95 y 155,13 hectáreas respectivamente. Otros usos del suelo son para el cultivo de pasto con 239 hectáreas.

Respecto a los páramos y bosques que existen, estos representan el 75,04% de la superficie total del cantón; lo que ratifica su compromiso a la conservación del suelo. Cabe indicar que todos estos indicadores se derivan de la muestra de 12 920,58 hectáreas levantadas por el MAGAP en el 2012. <sup>27</sup>

Para la elaboración de los principales productos artesanales e industriales, se requiere del apoyo de las Instituciones públicas y privadas para dar a conocer las bondades que presentan las diversas parroquias del Cantón, de esta manera se puede dinamizar la economía de los sectores y realzar la diversidad natural, cultural y gastronómica que presentan, características poco conocidas por la mayoría de azuayos y turistas nacionales o extranjeros. («Cantón Gualaceo», 2023).

#### **6.1.1.1 Parroquia Jadán**

Ubicación geográfica. - Jadán se halla localizada al Sur del Ecuador, en la provincia del Azuay, cantón Gualaceo, a 28 km., de la capital Azuaya (Cuenca), y al Noroeste del cantón Gualaceo, a 17 km de la cabecera cantonal (Gualaceo), con una limitación al norte con el cantón Paute, al sur con la parroquia de Zhidmad, al este con el cantón Gualaceo y al oeste con el cantón Cuenca. A una altura aproximada de 2800 m sobre el nivel del mar. Población

aproximada de 4.363 habitantes. (Miller, P. 2012).

En la Figura 13, se visualiza una fotografía del altar de la iglesia matriz de Jadán.

**Figura 13.** *Iglesia matriz de la Parroquia Jadán, Gualaceo*



*Nota:* Esta imagen muestra la Iglesia Matriz de la Parroquia San Andrés de Jadán, Cantón Gualaceo. Fuente: (Miller, P. 2012).

### **A. Comunidades pertenecientes a la parroquia Jadán**

Jadán centro, Pucamuro, Granda, San Juan Pamba, Chichín, El Carmen-Licán, El Progreso, Uzhoc, Vegaspamba, Llayzhatán Alto y Bajo. (Miller, P. 2012).

### **B. Aspectos socioeconómicos**

La actividad económica es la agricultura y la avicultura con un 33.7%, la actividad de obreros y albañiles alcanza un 22.4%. (Miller, P. 2012).

Dentro de las artesanías, se destacan el tejido en lana, elaboración de sogas y soguillas de cabuya, tejido de macanas, ponchos, frazadas, confeccionados con hilo de lana. (Miller, P. 2012).

## C. Atractivos turísticos

- El Bosque Protector Aguarongo
- Mirador Natural de Uzhoc
- Iglesia Matriz (Miller, P. 2012).

### 6.1.1.2 Parroquia Zhidmad

Se halla ubicado entre las Parroquias: Santa Ana y Paccha del Cantón Cuenca; Jadán, San Juan del Cantón Gualaceo y San Bartolomé del Cantón Sigsig; al oriente el Cantón Cuenca y al occidente del Cantón Gualaceo. (GAD Parroquial Rural del Zhidmad, 2011)

Tiene una población de 2192 habitantes, la cultura predominante es la Indígena, aunque existe también la mestiza, con un analfabetismo de 17.7 %. (GAD Parroquial Rural del Zhidmad, 2011)

En la Figura 14, se visualiza el centro de la parroquia Zhidmad y su iglesia matriz.

**Figura 14.** *Iglesia matriz de la Parroquia Zhidmad, Gualaceo*



*Nota:* Esta imagen muestra la iglesia matriz de la Parroquia Zhidmad, ingresando desde la Parroquia Santa Ana, Cantón Cuenca. Fuente: (Miller, 2012)

### A. Comunidades pertenecientes a la Parroquia Zhidmad

Bellavista, Centro Parroquial, Chico Lalcote, Chilla, Gordeleg, Guayán, Monjas, San José. (Miller, 2012)

## **B. Aspectos económicos**

Producción agrícola y ganadera (Miller, 2012)

## **C. Atractivos turísticos**

- Laguna de Tari
- Bosque Protector Aguarongo
- Cerro de Borma
- Iglesia Matriz (Miller, 2012)

### **6.1.1.3 Parroquia Luis Cordero Vega**

Ubicado en la Vía Limón Indanza (GAD Parroquial Rural Luis Cordero Vega, 2011)

La Figura 15 destaca la imagen de la iglesia matriz de la parroquia

**Figura 15.** *Iglesia matriz de la Parroquia Luis Cordero Vega, Gualaceo*



*Nota:* Esta imagen muestra la iglesia matriz de la Parroquia Luis Cordero, del Cantón Gualaceo. Fuente: (GAD Parroquial Rural Luis Cordero Vega, 2022)

## **A. Comunidades pertenecientes a la Parroquia Luis Cordero Vega**

Guazhalán Alto, Chaguarloma, Capzha, San Francisco Bajo, San Francisco Alto,

Cancay, Sanjacinto, Laguán Centro, Rosaloma, Uchucay, Pizgaray, Santa Cruz, Palmas-Piruncya-Chorro Blanco. (GAD Parroquial Rural Luis Cordero Vega, 2011)

## **B. Aspectos económicos**

Las principales actividades son la crianza de animales menores, agricultura, ganadería, confección de calzado, sastrería, confección de canastos, albañilería, tejidos en lana los cuales son entregados a intermediarios para que se comercialicen fuera del cantón y en el extranjero. (GAD Parroquial Rural Luis Cordero Vega, 2011)

## **C. Atractivos turísticos**

- Sendero del oso de anteojos en Uchucay
- Mancomunidad del Collay
- Iglesia matriz (GAD Parroquial Rural Luis Cordero Vega, 2011)

### **6.1.1.4 Parroquia Remigio Crespo**

Remigio Crespo es la parroquia más pequeña del cantón Gualaceo. Localizada a una distancia de 43 Km. desde la ciudad de Cuenca; conectada por vía asfaltada Cuenca Descanso Gualaceo (36 Km.), desde Gualaceo por carretera lastrada 7 Km. hasta el centro parroquial. (Gobierno Parroquial Remigio Crespo Toral, 2011)

La Figura 16 muestra el relieve irregular que presenta la parroquia, la cual se dedica mayoritariamente a la ganadería y actividades agrícolas.

**Figura 16.** *Fotografía de paisaje de la Parroquia Remigio Crespo Toral, Gualaceo*



*Nota:* Esta imagen muestra el paisaje natural de la Parroquia Remigio Crespo Toral, ingresando desde el centro del Cantón Gualaceo. Fuente: (Gobierno Parroquial Remigio Crespo Toral, 2011)

#### **A. Comunidades pertenecientes a la Parroquia Remigio Crespo Toral**

Gulag grande, Huizhún. (Gobierno Parroquial Remigio Crespo Toral, 2011)

#### **B. Aspectos económicos**

Se dedican a la producción láctea, crianza de animales menores y mayores, agricultura. (Gobierno Parroquial Remigio Crespo Toral, 2011)

#### **C. Atractivos turísticos**

- Iglesia matriz
- Montañas y paisajes naturales de los alrededores

### **6.1.1.5 Parroquia San Juan del Cid**

Se encuentra localizada en el cantón Gualaceo, a 50 Km de la ciudad de Cuenca, aproximadamente a 30 minutos y 15 Km del centro urbano del cantón, sobre una vía de segundo orden. (GAD Parroquial San Juan del Cid, 2015)

La Figura 17 muestra la cúpula de la iglesia matriz de San Juan, la parroquia más antigua del Azuay.

**Figura 17.** *Iglesia Matriz de la Parroquia San Juan del Cid, Gualaceo*



*Nota:* Esta imagen muestra la imagen de la iglesia matriz de la Parroquia San Juan del Cid.  
Fuente: (GAD Parroquial San Juan del Cid, 2015)

#### **A. Comunidades pertenecientes a la Parroquia San Juan del Cid**

San Antonio, San Miguel, Tacán Zhizhio, Uzhar, San Luis, Dungla, Pirca, Chusquin, San Gabriel, Bacpancel, Guñadel, Tranca-León-Tula, Tunzha, Saractar, Gullandel y Chunicari. (Miller 2012)

## **B. Aspectos económicos**

Elaboración de artesanías, cultivos en los campos, elaboración de productos orgánicos, crianza de animales. (GAD Parroquial San Juan del Cid, 2015)

## **C. Atractivos turísticos**

- Centro parroquial e iglesia matriz
- Bosque protector Aguarongo
- Cerro Pizhi
- Cordillera del Tari
- Cascada del Tasqui (GAD Parroquial San Juan del Cid, 2015)

### **6.1.1.6 Parroquia Daniel Córdova Toral**

Se encuentra al norte de la Parroquia Mariano Moreno, al sur con Luis Cordero Vega, al este con San Vicente de El Pan, y al oeste con Luis Cordero Vega y Mariano Moreno. Cuenta con 1702 habitantes. (Zhicay, 2023)

**Figura 18.** *Iglesia matriz de la Parroquia Daniel Córdova Toral, Gualaceo*



*Nota:* Esta imagen muestra la iglesia matriz de la parroquia Daniel Córdova Toral.

## A. Comunidades pertenecientes a la Parroquia Daniel Córdova

Atucaca, Jatun Llano, Chorropamba, Barrio Lindo, Hornoloma, Tauri, Cachiguzo, Pinglio, Yamala, Capulisloma, Chilcapugro, Dornac, Rosariopamba, Granero, Zharbán Centro, Pagrán Centro. (GAD Daniel Córdova Toral, 2014)

## B. Aspectos económicos

Se dedican a la ganadería, obtención de leche y derivados, horticultura y fruticultura. (GAD Daniel Córdova Toral, 2014)

## C. Atractivos turísticos

- Iglesia matriz
- Parque central

### 6.1.1 Resultados e interpretación de las encuestas realizadas en el Cantón Gualaceo, preguntas de opción múltiple

La pregunta uno destinada a conocer la edad de los participantes de la encuesta, los resultados se muestran en la Tabla 9

#### Pregunta 1: Edad del encuestado

**Tabla 9.** Promedio de edad de los productores encuestados

Parroquias	Media	Mediano	Desviación estándar
San Juan del Cid	45.29	41.00	14.87
Zhidmad	45.25	44.00	10.72
Luis Cordero Vega	50.38	50.50	15.24
Daniel Córdova Toral	54.67	53.50	21.36

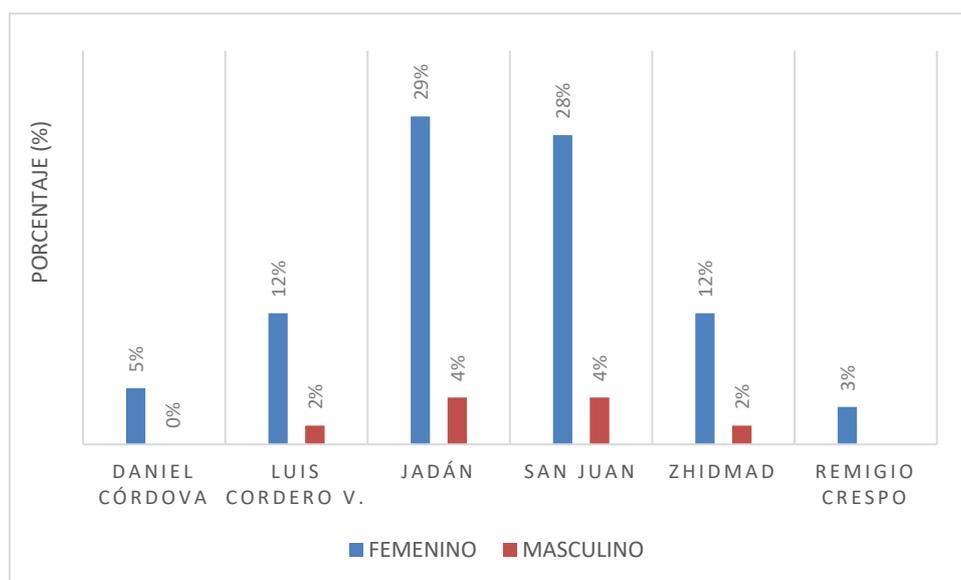
San Andrés de Jadán	53.35	53.00	15.38
Remigio Crespo Toral	50.50	51.50	8.89

*Nota:* En la Tabla 9, se observa que, en las parroquias donde se realizó la encuesta, la edad promedio de los productores agropecuarios, oscila entre 45 y 54 años, considerándose que no representa una mano de obra joven, en la cual en Ecuador se considera la edad comprendida entre 18 a 30 años.

### Pregunta 2: Género de productores

La pregunta dos destinada a conocer el género de los participantes de la encuesta, los resultados se muestran en la Figura 19.

**Figura 19.** Indicador de género de los productores del cantón Gualaceo

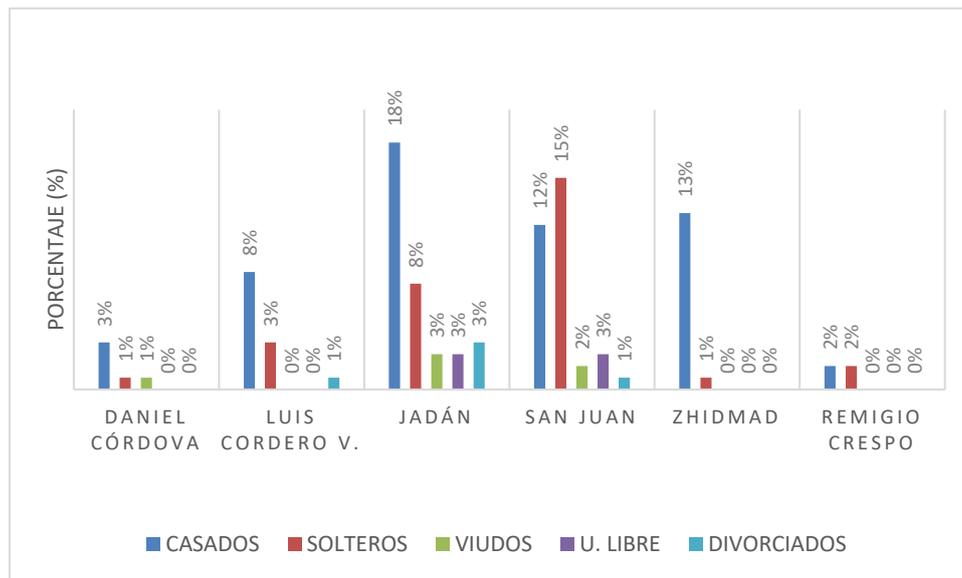


*Nota:* En la Figura 19, se observa que, el género femenino es el encargado de la producción agrícola y pecuaria en el cantón Gualaceo, superando considerablemente al género masculino, quienes se encargan de realizar trabajos fuera de la parroquia como jornaleros o comerciantes. Esta encuesta fue realizada al azar y no representa la poblacional total por cada parroquia.

### Pregunta 3: Estado Civil

La pregunta tres destinada a conocer el estado civil de los participantes de la encuesta, los resultados se muestran en la Figura 20.

**Figura 20.** Indicador de estado civil de los productores del cantón Gualaceo

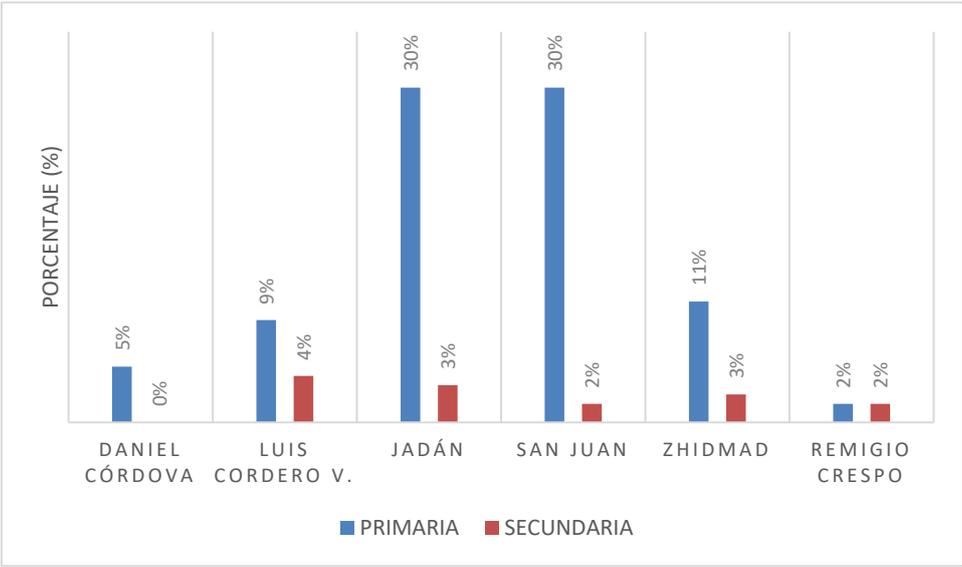


*Nota:* En la Figura 20, se observa que, la mayoría de productores de la Parroquia Jadán son casados, en segundo lugar, el porcentaje de encuestados solteros, corresponde a los productores de la Parroquia San Juan, y en tercer lugar se ubican las productoras viudas pertenecientes a las Parroquias Jadán y San Juan, los cuales comprenden entre los de 70 y 80 años de edad.

### Pregunta 4: ¿Cuál es el nivel de instrucción educativa que tiene?

La pregunta cuatro destinada a conocer el nivel de educación de los participantes de la encuesta, los resultados se muestran en la Figura 21.

**Figura 21.** Nivel de instrucción educativa de los productores del cantón Gualaceo

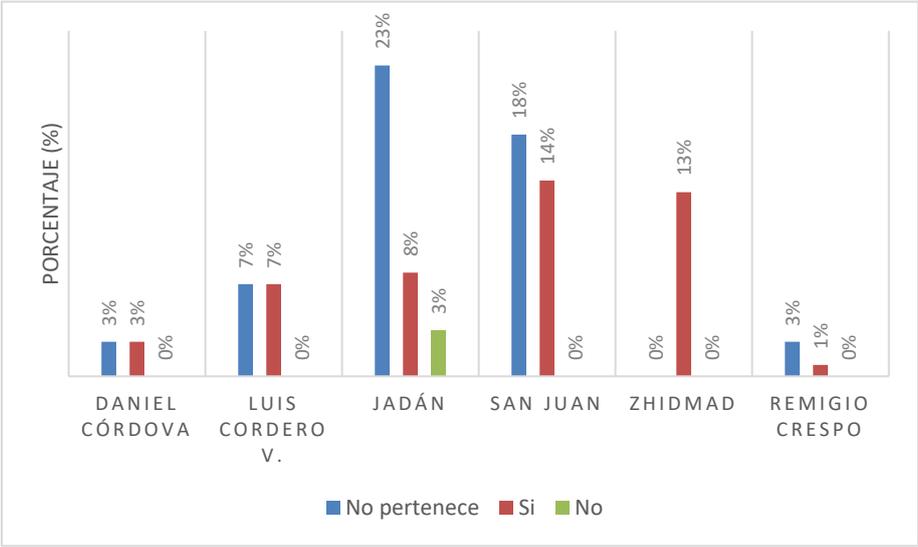


*Nota:* La Figura 21 indica que los productores encuestados de las Parroquias Jadán y San Juan, poseen un igual porcentaje de instrucción primaria, le siguen los encuestados de la parroquia Zhidmad. Únicamente la instrucción secundaria la han obtenido mujeres, ubicándose en primer lugar las productoras de Luis Cordero Vega, seguidas de Jadán y Zhidmad.

**Pregunta 5: ¿Su asociación cuenta con personería jurídica?**

La pregunta cinco destinada a conocer el nivel de educación de los participantes de la encuesta, los resultados se muestran en la Figura 22.

**Figura 22.** Indicador de legalización de asociaciones productivas del cantón Gualaceo

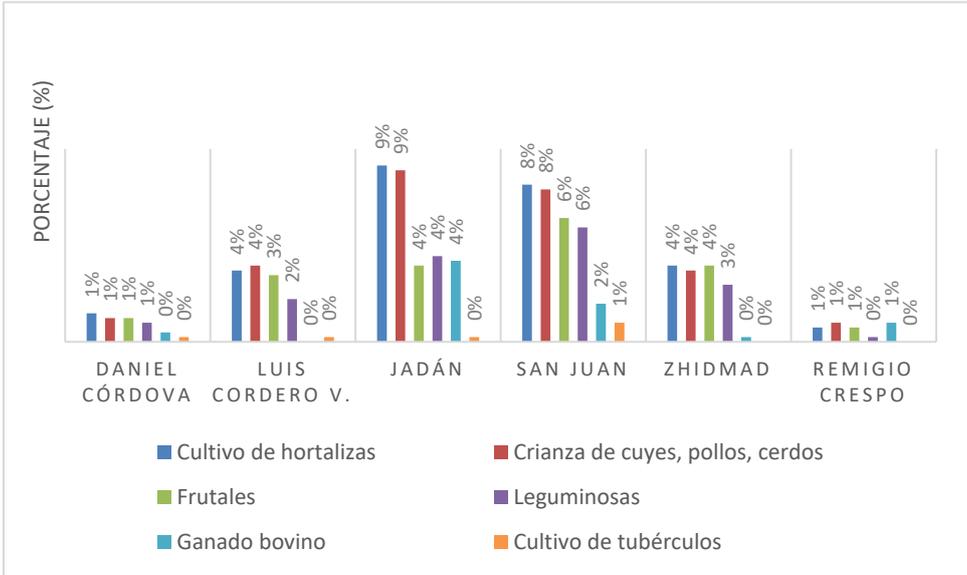


*Nota:* En la Figura 22 se observa que la mayoría de productores encuestados en las Parroquias Jadán y San Juan, no pertenecen a ningún tipo de asociación, sin embargo, al ser la parroquia San Juan, la parroquia más extensa del Cantón Gualaceo, existen otros productores que sí pertenecen a asociaciones con personería jurídica. En Jadán, existen diversas asociaciones, las cuales, hasta el momento, realizan los respectivos trámites para su legalización.

**Pregunta 6: ¿Cuáles son las actividades principales que realiza?**

La pregunta seis destinada a conocer el nivel de producción agrícola y pecuaria de los participantes de la encuesta, los resultados se muestran en la Figura 23.

**Figura 23.** Producción agrícola y pecuaria del cantón Gualaceo

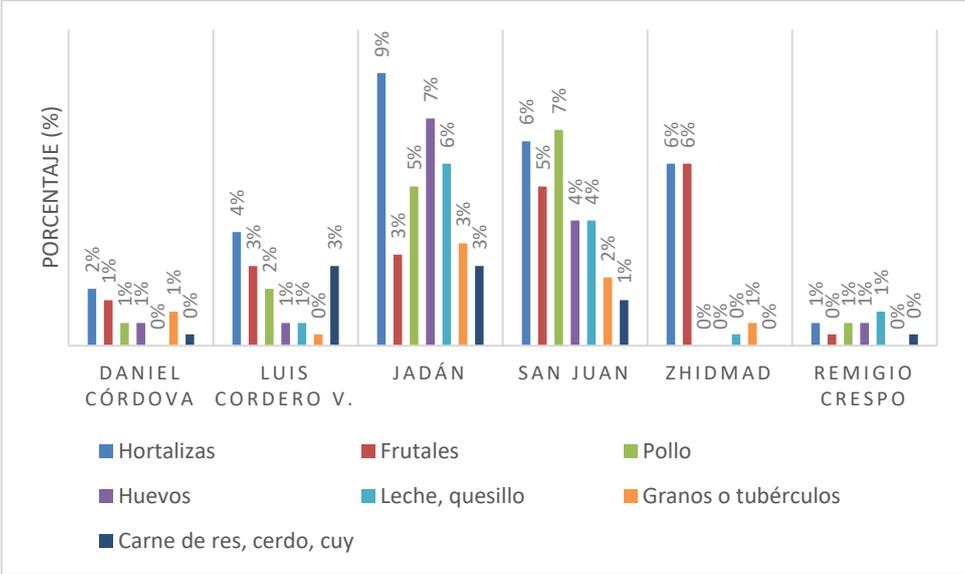


*Nota:* En la Figura 23 según las encuestas realizadas al azar por territorio, se visualiza que la mayor producción de hortalizas corresponde a las parroquias de Jadán y San Juan, la crianza de animales menores como aves y cuyes, lo encabezan Jadán y San Juan, la producción de frutales de temporada, la encabezan San Juan, Jadán y Zhidmad respectivamente. La siembra de leguminosas es encabezada por la parroquia San Juan, seguida de Jadán y Zhidmad. En la producción de tubérculos, las parroquias San Juan y Jadán encabezan la lista. La ganadería la encabeza la parroquia Jadán, seguida de San Juan y Remigio Crespo Toral.

**Pregunta 7: ¿Qué principales productos comercializa?**

La pregunta siete destinada a conocer los principales productos comercializados por los participantes de la encuesta, los resultados se muestran en la Figura 24.

**Figura 24.** Comercialización de productos agrícolas y pecuarios del cantón Gualaceo



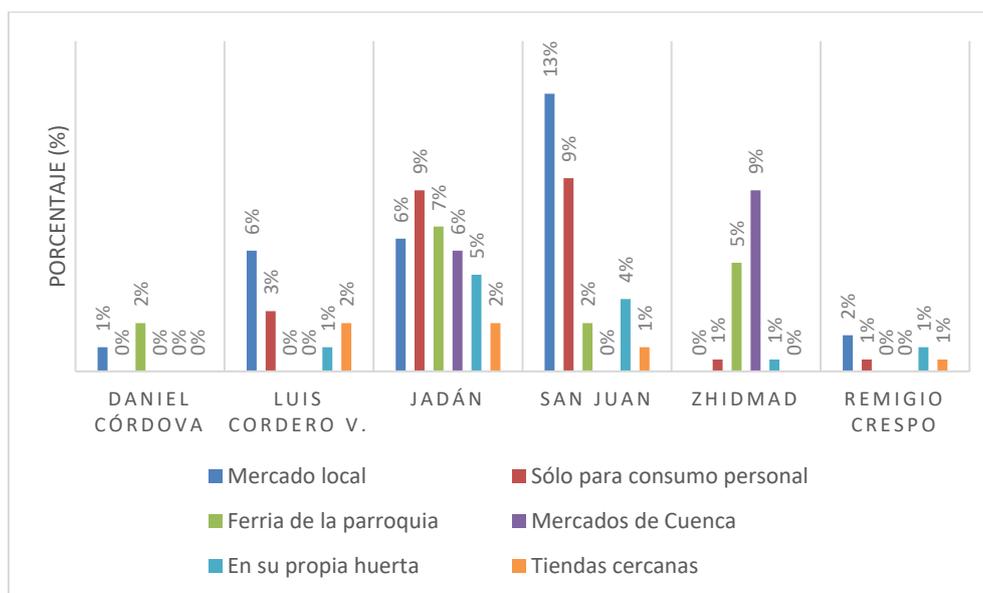
*Nota:* En la Figura 24, en base a los productores encuestados, se observa que el comercio de hortalizas predomina en la parroquia Jadán, seguida de San Juan del Cid y Zhidmad. La producción de frutales, la encabeza Zhidmad, seguida de la parroquia San Juan y Jadán.

La venta de pollos o gallinas, lo encabeza San Juan, seguida de Jadán. La comercialización de huevos criollos o cubanos, el primer lugar lo obtiene la parroquia Jadán, seguida de San Juan. Los derivados de la leche como el queso, lo encabezan la parroquia Jadán y San Juan. El comercio de granos y tubérculos, lo ocupa en primer lugar Jadán, seguida de San Juan. Por último, la comercialización de carne animal, la ocupan la parroquia Jadán y Luis Cordero y Jadán.

## Pregunta 8: ¿En dónde comercializa sus productos?

La pregunta ocho destinada a conocer los lugares donde se comercializan los productos de los participantes de la encuesta, los resultados se muestran en la Figura 25.

**Figura 25.** Lugares de comercialización de productos agrícolas y pecuarios del cantón Gualaceo

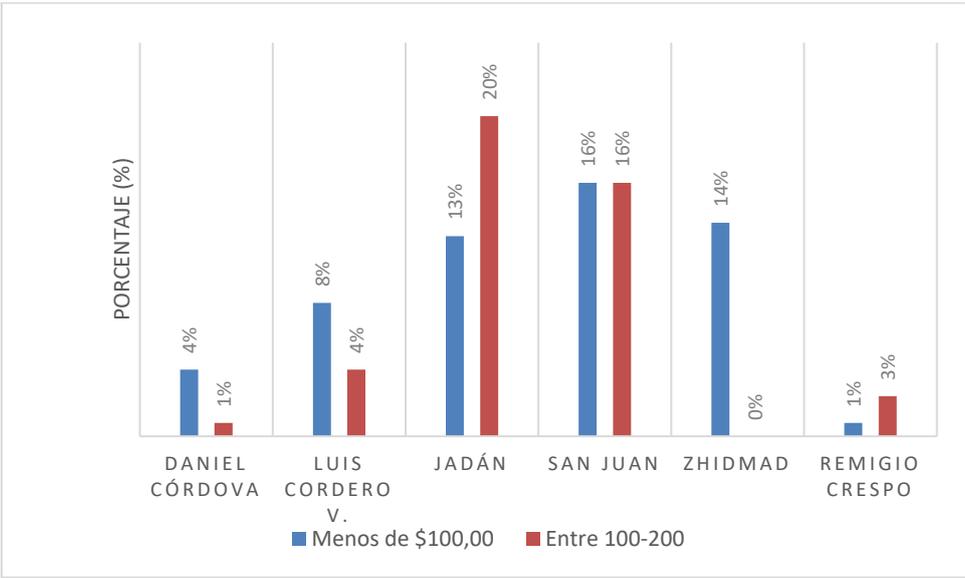


*Nota:* En la Figura 25, se observa que un gran porcentaje de productores que comercializan sus productos en el mercado central de Gualaceo, encabezados por la Parroquia San Juan, seguido por Jadán. La producción sólo para consumo familiar o personal, la encabeza la parroquia San Juan, seguida de Jadán y Luis Cordero Vega. Las ventas realizadas en la parroquia los fines de semana, las encabezan Jadán, Zhidmad y San Juan. Existen productoras asociadas o independientes de Zhidmad y Jadán que comercializan sus productos en las ferias agroecológicas, ferias de agroproductores de la Prefectura del Azuay o mercados municipales. Las ventas en sus propios huertos o granjas, las encabezan la parroquia Jadán, San Juan y Luis Cordero. Las ventas realizadas en tiendas o lugares cercanos, las encabezan Jadán, Luis Cordero Vega y San Juan. Se menciona que, en estas parroquias, todavía aplican el sistema de trueques, donde se realiza el intercambio de productos de acuerdo a las necesidades de las familias.

**Pregunta 9: ¿Cuál es el ingreso mensual de la venta de sus productos?**

La pregunta nueve destinada a conocer los ingresos mensuales percibidos por los participantes de la encuesta, los resultados se muestran en la Figura 26.

**Figura 26.** Ingresos mensuales en ventas de productos agrícolas y pecuarios en el cantón Gualaceo, mercados parroquiales o mercados cantonales

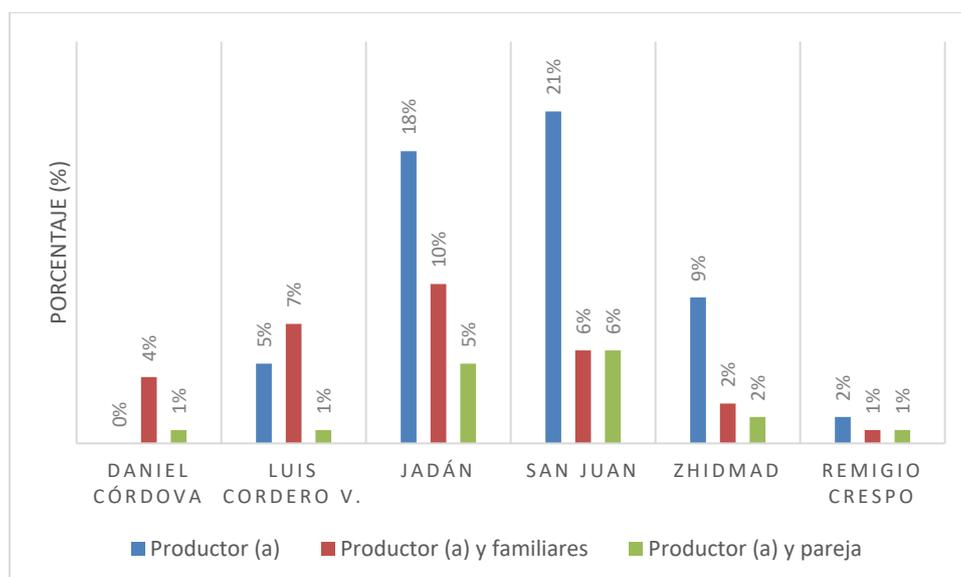


*Nota:* En la Figura 26, se observa que el ingreso por ventas de productos provenientes de huertos o de granja, se encuentra por debajo de los \$ 100 dólares mensuales, valor que no representa ni siquiera el valor de la canasta básica familiar que hasta el mes de octubre oscilaba en \$ 784,00. Lo encabezan las parroquias San Juan, Jadán y Zhidmad respectivamente. En segundo lugar, se encuentran los productores que alcanzan a llegar a los \$ 100 dólares mensuales. Estos ingresos los encabezan los productores asociados de Jadán y San Juan.

**Pregunta 10: ¿Quién está a cargo de su finca o huerta?**

La pregunta diez destinada a conocer quiénes son los responsables de las labores agrícolas y pecuarias, se muestran en la Figura 27.

Figura 27. Responsabilidad de manejo de una granja agrícola y pecuaria en el cantón Gualaceo

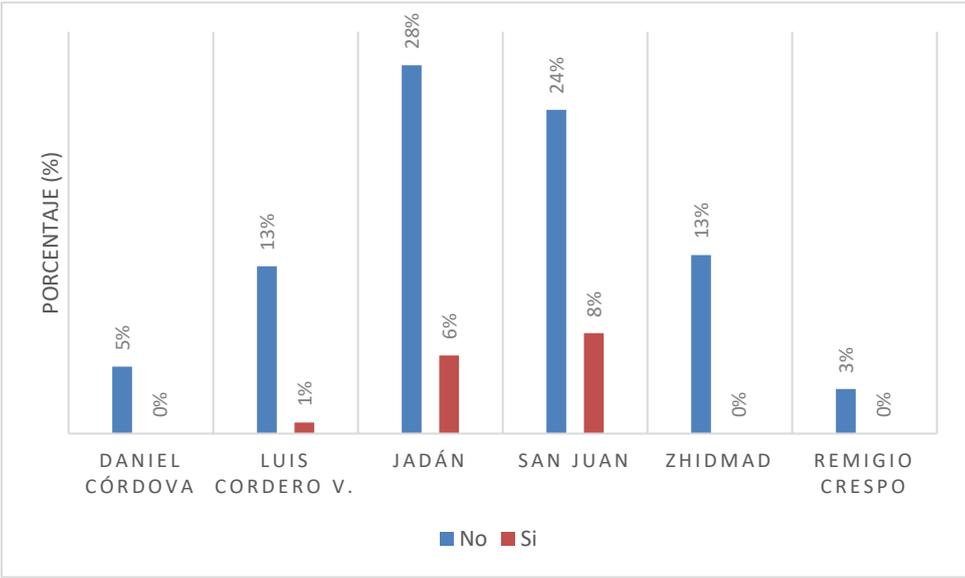


*Nota:* En la Figura 27, se observa que, en base a la encuesta realizada, las/los productores de San Juan, Jadán y Zhidmad, encabezan la lista de personas que realizan las tareas agrícolas y pecuarias de manera independiente. En segundo lugar, los productores que se ayudan con miembros de su familia, están encabezados por las parroquias Jadán, Luis Cordero y San Juan. En tercer lugar, los productores que desarrollan tareas de campo junto a su pareja, están encabezados por San Juan, Jadán y Zhidmad respectivamente.

### **Pregunta 11: ¿Sus productos se los lleva un intermediario?**

La pregunta once destinada a conocer el porcentaje de productores que comercializan bajo la modalidad de intermediación, se muestran en la Figura 28.

**Figura 28.** Intermediación de productos en el cantón Gualaceo

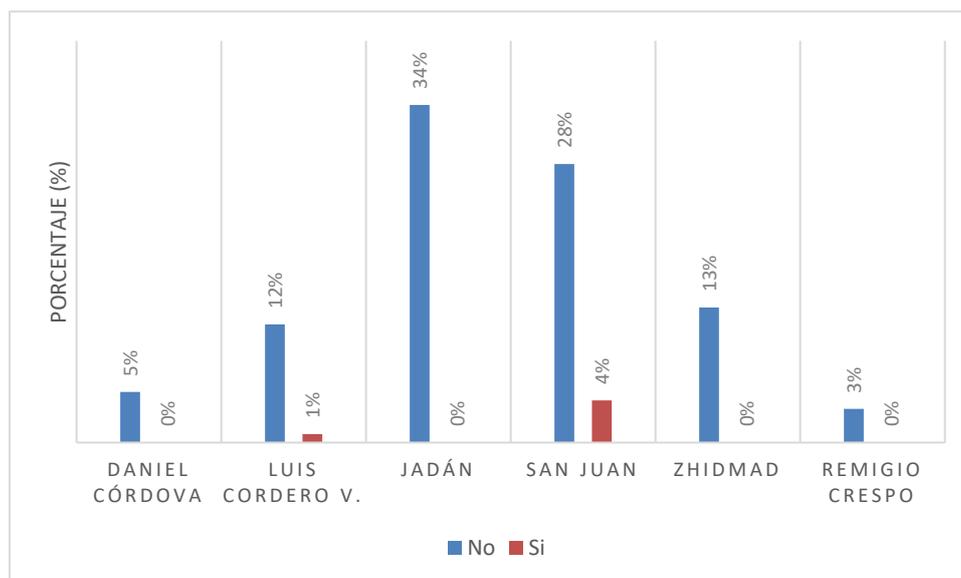


*Nota:* En la Figura 28, se observa que los productores encuestados, encabezados por Jadán, San Juan y Zhidmad, venden sus productos de manera directa. En el caso de los productos entregados a intermediarios, según comentarios de los propios productores, en la Parroquia San Juan, Jadán y Luis Cordero Vega, se entrega la leche cruda a un camión cisterna o a un lechero, en cuanto a productos a base de paja toquilla elaborados en San Juan y Jadán, los negociantes de Gualaceo y Cuenca, son los que llevan sus productos.

**Pregunta 12: ¿Considera que el precio que ofrece el intermediario es justo?**

La pregunta doce destinada a conocer la opinión sobre el precio ofertado por los comerciantes intermediarios, se muestran en la Figura 29.

**Figura 29.** Opinión sobre el costo ofrecido por los intermediarios en el cantón Gualaceo

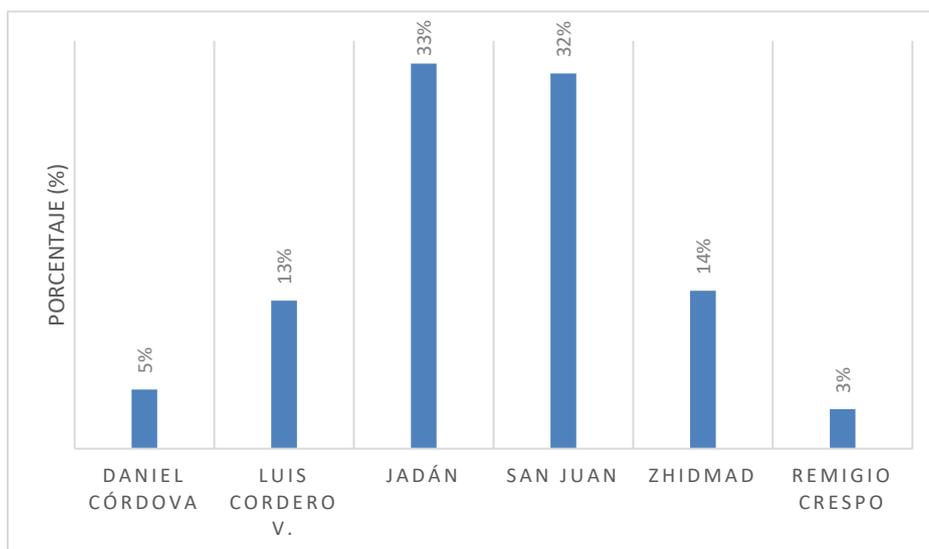


*Nota:* En la Figura 29, se observa que la mayoría de productores no están de acuerdo con los precios que ofrece el intermediario, por ende, sus ventas las realizan de manera directa. En segundo lugar, los productores de las parroquias San Juan y Luis Cordero, manifestaron que, aunque el precio no es el más justo, les tocaba aceptar, debido a la dificultad de sacar sus productos a las grandes ciudades, como la leche y los productos elaborados a base de paja toquilla.

**Pregunta 13: ¿Estaría dispuesto a comercializar sus productos de manera directa?**

La pregunta trece destinada a conocer el modo de comercialización de productos de los productores participantes en la encuesta, se muestran en la Figura 30.

**Figura 30.** Opinión sobre la comercialización directa de productos en el cantón Gualaceo

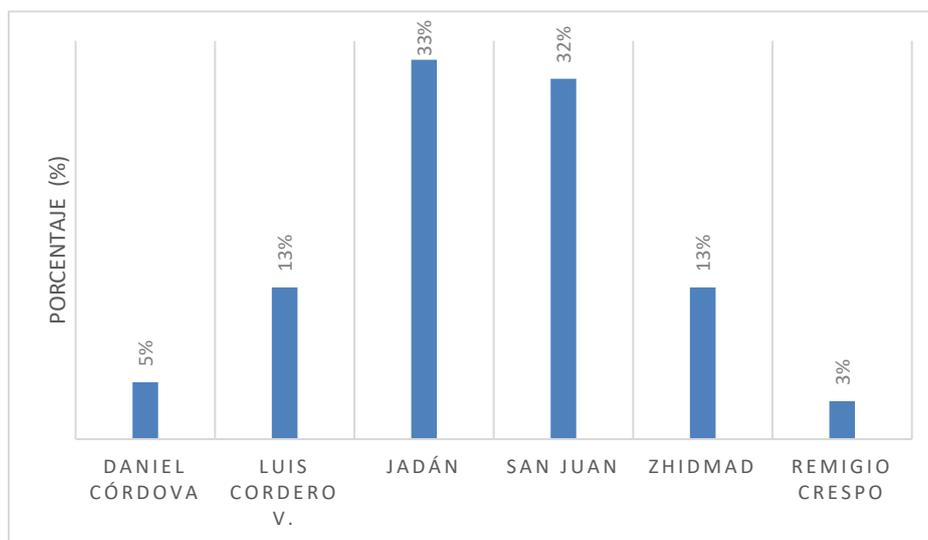


*Nota:* En la Figura 30, se observa que la totalidad de los encuestados, manifestaron que comercializan sus productos de manera directa, pero en pequeñas cantidades, de manera individual o asociativa, o estarían dispuestos a realizarlo siempre y cuando haya un mercado, facilidad de transporte y un precio justo.

**Pregunta 14: ¿Considera que la producción de su finca es agroecológica?**

La pregunta catorce destinada a conocer el tipo de producción que manejan los participantes de la encuesta, se muestran en la Figura 31.

**Figura 31.** Manejo de suelos y cultivos en el cantón Gualaceo

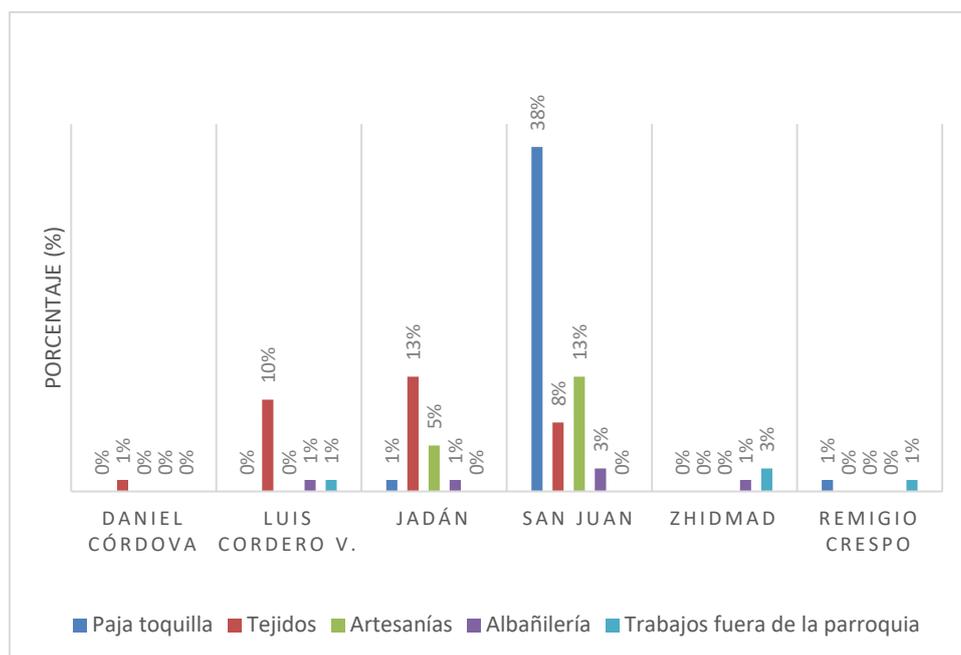


*Nota:* En la Figura 31 se observa que, la totalidad de los encuestados, manifestaron que sus cultivos son libres de agroquímicos, utilizando sus conocimientos de agroecología, como la elaboración de bioinsumos para mejoramiento de suelos, y manejo sanitario de cultivos.

**Pregunta 15: ¿Realiza una actividad complementaria para obtener ingresos económicos?**

La pregunta quince destinada a conocer las actividades complementarias a la producción agropecuaria para la obtención de ingresos, se muestran en la Figura 32.

**Figura 32.** Actividades complementarias para la obtención de ingresos económicos en el cantón Gualaceo



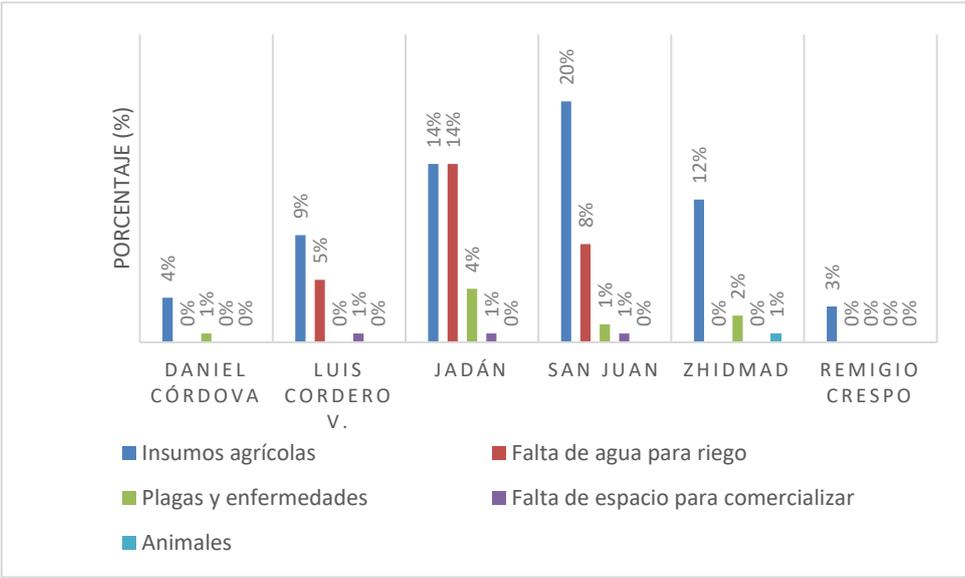
*Nota:* En la Figura 32 se visualiza que, las actividades complementarias, predomina en la parroquia San Juan, la confección de productos a base de paja toquilla, como sombreros, cajitas, entre otros.

En segundo lugar, los tejidos a base de lana, sobresalen en las parroquias Luis Cordero Vega y Jadán. En tercer lugar, se menciona la confección de artesanía a base de metal o madera. El cuarto puesto lo ocupa la albañilería y el quinto los trabajos fuera de la parroquia como estibadores.

**Pregunta 16: ¿Tiene dificultades para la producción agrícola y pecuaria de su finca?**

La pregunta dieciséis destinada a conocer los principales problemas de los productores encuestados, se muestran en la Figura 33.

**Figura 33.** Dificultades presentadas en las granjas de los productores del cantón Gualaceo



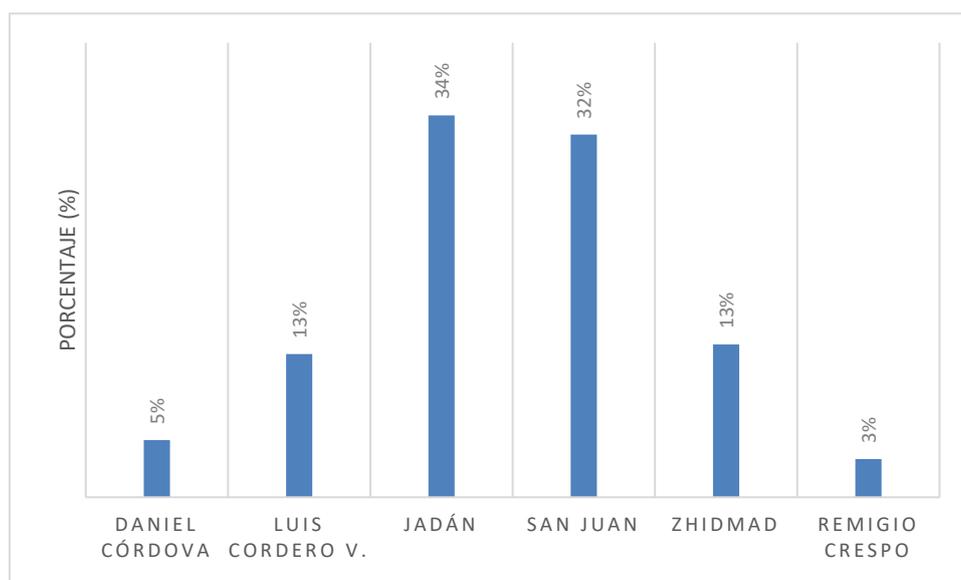
En la Figura 33, conforme a las respuestas obtenidas, la mayor dificultad presentada, es la falta de recursos económicos para la obtención de insumos agrícolas para las parroquias San Juan, Jadán y Zhidmad.

En segundo lugar, la falta de sistemas de riego o falta de lluvias en las parroquias Jadán, San Juan y Luis Cordero, en tercer lugar, se mencionó la presencia de plagas, propias de la temporada, como babosas, gusanos o pulgones que se presentan con mayor incidencia en las parroquias Jadán, Zhidmad y San Juan respectivamente, cuarto lugar se menciona la falta de espacio para comercializar y por último, la falta de animales con buena genética.

**Pregunta 17: ¿Cree necesaria la participación en capacitaciones y asistencia técnica para mejoramiento productivo de su finca?**

La pregunta diecisiete destinada el interés por contar con capacitaciones y asistencia técnica, se muestran en la Figura 34.

**Figura 34.** Participación de productores del cantón Gualaceo en capacitaciones



*Nota:* En la Figura 34 se observa que, la totalidad de los participantes de las parroquias Jadán, San Juan, Zhidmad, Luis Cordero, Daniel Córdova Toral y Remigio Crespo Toral, manifestaron su interés en capacitarse en temas como el manejo fitosanitario de cultivos, identificación de plagas y enfermedades, comercialización, manejo de animales menores.

**Pregunta 18:** *En el caso de pertenecer a una asociación, ¿Qué necesidades presentan?*

La pregunta dieciocho destinada a conocer las necesidades de los comerciantes, se muestran en la Tabla 10.

**Tabla 10.** Necesidades presentadas por las asociaciones del Cantón Gualaceo

Respuestas	Daniel Córdova Toral	Luis Cordero Vega	San Andrés de Jadán	San Juan del Cid	Zhidmad	Remigio Crespo Toral
Capacitaciones		5.16	13.79	1.72	8.62	1.72
Insumos agrícolas		1.72	3.45	1.72	25.82	1.72
Mayor organización	1.72	3.44	10.34	1.72		
No tienen ninguna				3.44		
Sede para			1.72			

asociación						
Mercado				3.44		
Sistema de agua					1.72	

En la Tabla 10, se visualiza que la necesidad de contar con más capacitaciones, predomina en las parroquias Jadán, Zhidmad y Luis Cordero Vega. Referente a la entrega de insumos agrícolas, la parroquia Zhidmad es la que solicita mayor apoyo, seguida de Jadán.

La necesidad de mayor organización en las asociaciones predomina en la parroquia Jadán, seguida de Luis Cordero Vega y en tercer lugar Daniel Córdova y San Juan. Se visualiza que, en la cuarta pregunta, únicamente la parroquia San Juan, respondió que no presenta problema, específicamente, la Asociación de Toquilleras Reina del Cisne de la Comunidad de San José de Pirca. En Jadán, se solicitó por parte una productora, un espacio que sirva para sede de su asociación Jatariwarmi, ya que el lugar donde ellas se reúnen, está en pésimas condiciones. Productores de la parroquia San Juan, manifestaron la necesidad de contar con más espacios para la comercialización de sus productos. Por último, en Zhidmad, se presentó la necesidad de la Junta de Riego de San José de Rañas, de contar con un adecuado estudio hídrico para la dotación de agua a los beneficiarios del sector.

#### **Pregunta 19: ¿Considera necesaria la intermediación?**

La pregunta diecinueve destinada a conocer la comercialización directa o indirecta, se muestran en la Tabla 11.

**Tabla 11.** Opiniones vertidas sobre la intermediación en las parroquias del cantón Gualaceo

Respuestas	Daniel Córdova Toral	Luis Cordero Vega	San Andrés de Jadán	San Juan del Cid	Zhidmad	Remigio Crespo Toral
No, vende con la asociación				0.85	0.85	
Lo hacen de manera independiente		4.25	7.65	4.24	1.70	
Consumo personal			5.94	8.47		

Solo para compra de animales como cerdos o vacas			0.85	0.85		
No, venden en Gualaceo			0.85	0.85		
No, porque su producción es baja		4.25		2.55	1.70	1.70
No, pagan muy barato y son abusivos		0.85	10.20			
No, venden en Cuenca			1.70	0.85		
Si, al tener productos en abundancia			1.70	3.40	1.70	
Si, llevan los sombreros de paja toquilla				0.85		
También es intermediaria				0.85		
Si, por la distancia o tiempo		0.85	1.70			
Si, para acopio de leche		0.85	0.85		0.85	
No, venden directo en el sector				0.85		0.85
Si, para llevar productos que no existen en la parroquia			0.85			

*Nota:* En la Tabla 11, se observan diversas opiniones referentes a la participación de los intermediarios para la comercialización de productos.

1.- La parroquia Zhidmad y San Juan, manifestaron que no los necesitan porque se apoyan con su asociación para comercializar sus productos. 2.- La comercialización de productos de manera independiente, predomina en Jadán, Luis Cordero y San Juan. 3.- Algunos beneficiarios independientes de San Juan y Jadán, indicaron que su producción únicamente es para consumo personal, y no los comercializan debido a que tienen grandes familias que alimentar. 4.- Productores de Jadán y San Juan respectivamente, mencionaron que son necesarios los intermediarios para la comercialización de ganado bovino, porcino o caprino, ya que no cuentan con la movilización para poder desplazarse a Cuenca o Gualaceo, aunque reconocieron que el precio que les ofrecían por animal, no era el más justo, tenían que aceptarlo. 5.- Jadán y San

Juan, indicaron que comercializan sus productos de manera personal en el Mercado Municipal en Gualaceo. 6.- Luis Cordero, San Juan, Zhidmad y Remigio Crespo, manifestaron que no requieren de intermediarios, dado que su producción es baja, mayormente es destinada al consumo familiar. 7.- Los productores de Jadán y Luis Cordero, indicaron que no les interesaba trabajar con negociantes, ya que los precios que brindan son muy bajos y no consideraban el esfuerzo de los agricultores. 8.- Los productores de Jadán y San Juan indicaron que comercializan sus productos en mercados de Cuenca o en Ferias artesanales, por ende, no requerían de negociantes. 9.- Productores de San Juan, Jadán y Zhidmad respectivamente, manifestaron que existen casos especiales que requieren de los negociantes para comercializar sus productos, como son en cosechas de frutas de temporada, apetecidas en Carnaval. 10.- Productoras de Toquilla de Bacpancel, parroquia San Juan, indicaron que, para ellas, es necesario contar con los intermediarios para que lleven sus sombreros a comercializar en Gualaceo y Cuenca, pero no están de acuerdo en los precios bajos a los que negocian. 11.- Una productora de la parroquia San Juan, indicó que ella es productora e intermediaria, ya que, comercializa frutas y productos que no se dan en la región. 12.- Productores de Jadán y Luis Cordero Vega, manifestaron que no cuentan con la capacidad de transportarse para comercializar sus productos, y resulta de gran ayuda la presencia de negociantes. 13.- Productores de Zhidmad, Jadán y Luis Cordero, indicaron que es importante la presencia de negociantes para el acopio de leche cruda. 14.- San Juan y Remigio Crespo, manifestaron que realizan ventas en su parroquia, en tiendas cercanas o puestos dados por la Junta Parroquial, por lo que no requieren negociar con intermediarios. 15.- Productores de Jadán, indicaron que su importancia se basa en comercializar productos que no se consiguen fácilmente en la parroquia.

### **6.1.2 Resumen de resultados del primer objetivo. *Diseñar estrategias de promoción y marketing que resalten los beneficios de los circuitos cortos de comercialización de los productores del Cantón Gualaceo.***

Se realizaron las encuestas a 120 a productores del cantón Gualaceo, específicamente de las parroquias: San Juan del Cid, San Andrés de Jadán, Zhidmad, Daniel Córdova Toral, Luis Cordero Vega y Remigio Crespo Toral.

En mayor porcentaje fueron encuestadas mujeres, participantes de asociaciones con personería jurídica o en vías de legalización y productoras independientes, en una edad comprendida entre los 23 a 80 años respectivamente, quienes manifestaron que la mayoría de trabajos agrícolas y pecuarios, los realizan solas, otro porcentaje de productoras, realizan las labores con apoyo de sus hijos, padres u otro miembro de la familia.

El nivel de instrucción que presentan las/los encuestados, es de primario, muchos de ellos sin haber completado el sexto grado, su justificativo fue, que en el tiempo que ellos eran niños, no era obligatoria la educación primaria, así que debieron abandonar sus estudios y dedicarse a ayudar a sus padres en las tareas de campo y comercialización de productos en los mercados cercanos.

En gran porcentaje, los productores de Gualaceo tienen pocas extensiones de terreno, los cuales han destinado para la elaboración de huertos hortícolas y frutales, espacios para pastizales para quienes cuentan con ganado vacuno u ovino, y/o terrenos destinados a siembra de leguminosas como la alfalfa para la alimentación de cobayos. Cada familia del cantón Gualaceo, posee al menos unas cuantas aves o cuyes, destinadas al consumo familiar o a la venta en pequeñas cantidades de su carne o huevos.

El comercio de productos como frutas, hortalizas, huevos, queso, carnes, se los realiza en el cantón Gualaceo, en ferias parroquiales los días jueves y sábados, o en el caso de asociaciones agroecológicas de las parroquias Jadán y Zhidmad, poseen un espacio de comercialización en ferias de la Prefectura del Azuay, de la Red Agroecológica del Austro o en mercados céntricos de la ciudad. Cabe mencionar que sus productos son comercializados de manera personal, es decir, no requieren de intermediarios.

Los productores que se dedican a la ganadería, son los que requieren mayoritariamente de la intervención de negociantes para que lleven la leche cruda o para la venta de ganado en el camal municipal de Gualaceo.

En la parroquia San Juan del Cid, los toquilleros comercializan sus productos tanto en Gualaceo como en Cuenca, de manera asociativa. Mencionan que, en ocasiones, requieren de los negociantes para que lleven los sombreros y artesanías a las grandes ciudades. Al consultarles si el precio es justo, manifestaron que es bajo, pero deben aceptarlo para no quedarse con la mercadería.

Fuera de las actividades complementarias que realizan las familias para obtener beneficios económicos como los tejidos en paja toquilla, artesanías, tejidos en lana de borrego entre otros, sus ingresos provienen de las remesas de sus parientes que residen en Estados Unidos o España, los migrantes pertenecen al grupo considerado como “Mano de obra joven”. La migración en la provincia del Azuay, se incrementa cada año debido a la falta de oportunidades laborales en el sector urbano como rural, y el alto costo de vida.

Según la encuesta realizada, los agricultores reciben por la venta de sus productos, un ingreso entre 50-100 dólares mensuales, los cuales, les alcanza para sobrevivir, pero no les ha permitido mejorar su producción. Se han visto limitados para la adquisición de insumos agrícolas como fertilizantes, semillas certificadas, adquisición de plantas frutales, instalación de un sistema de riego, entre otros.

Tanto las asociaciones como los productores independientes, se ven en la necesidad de acudir a instituciones públicas como el MAG, Prefectura del Azuay, Municipio de Gualaceo o los Gobiernos Parroquiales, para solicitar este tipo de incentivos, además de requerir la asistencia técnica y capacitaciones que les permitan mejorar sus proyectos productivos agrícolas o pecuarios.

Existen situaciones particulares en las asociaciones en las parroquias Jadán, Daniel Córdova Toral o Luis Cordero Vega, como la falta de compromiso entre socios al realizar tareas en conjunto (mingas comunitarias), acudir a talleres de capacitación o someterse a las normas planteadas por las directivas, hecho que ha desatado la desintegración de algunos grupos.

## **6.2 Resultado del segundo objetivo. *Diseñar estrategias de promoción y marketing que resalten los beneficios de los circuitos cortos de comercialización de los productores del Cantón Gualaceo.***

La socialización del proyecto de circuitos cortos de comercialización, se realizó durante el desarrollo de las encuestas a los agroproductores.

Algunos beneficiarios entrevistados manifestaron que son pocas las asociaciones en Gualaceo que se mantienen firmes en su trabajo, las cuales han logrado mediante la elaboración de proyectos y entrega de oficios a las instituciones, la obtención de fondos para construcción de invernaderos, obtención de geomembrana para reservorios, instalación de sistemas de riego, entrega de insumos agrícolas y pecuarios, maquinaria en comodato con apoyo de las juntas parroquiales, entre otros beneficios.

La falta de compromiso entre los participantes, ha desencadenado enfrentamiento con los líderes de las comunidades o representantes de las asociaciones, y muchos integrantes han optado por colaborar en otro tipo de espacios como Juntas de Riego, o asociaciones con menor número de participantes y más flexibles en sus reglamentos.

Otro de los inconvenientes presentados, es que las asociaciones anualmente solicitan recursos a las instituciones, pero no cuentan con un compromiso de establecerse metas para empezar o continuar con sus proyectos de manera independiente.

Si bien este trabajo de investigación se ha enfocado en resaltar el trabajo agrícola y pecuario de las parroquias rurales, cabe mencionar que los circuitos cortos de comercialización también se pueden realizar con proyectos adicionales realizados por los gualaceños (artesanías, paja toquilla, tejidos), los cuales fueron mencionados en los resultados obtenidos de la encuesta aplicada y contemplados en el objetivo 1.

Como resultado de la propuesta planteada se puede llegar a una conclusión: para el éxito de cualquier proyecto, es necesario contar con asociaciones u organizaciones altamente comprometidas, que sepan responder a las exigencias de los mercados, cumplir con sus obligaciones tributarias, cumplir con las normas de trabajo, y generen beneficios económicos a cada uno de sus integrantes, generando de esta manera un ambiente empresarial.

A partir de la información obtenida, se elaboraron dos propuestas para potenciar los circuitos cortos de comercialización de las parroquias: Jadán, Mariano Moreno, Daniel Córdova Toral, Zhidmad, Simón Bolívar, Remigio Crespo Toral, San Juan del Cid del cantón Gualaceo.

## **6.2.1 Propuesta uno para potenciar los circuitos cortos de comercialización del cantón Gualaceo**

### **1. Tema**

“Fortalecimiento de la agricultura local a través de la vinculación de entidades públicas en el sistema de comercialización a través de circuitos cortos en el cantón Gualaceo”.

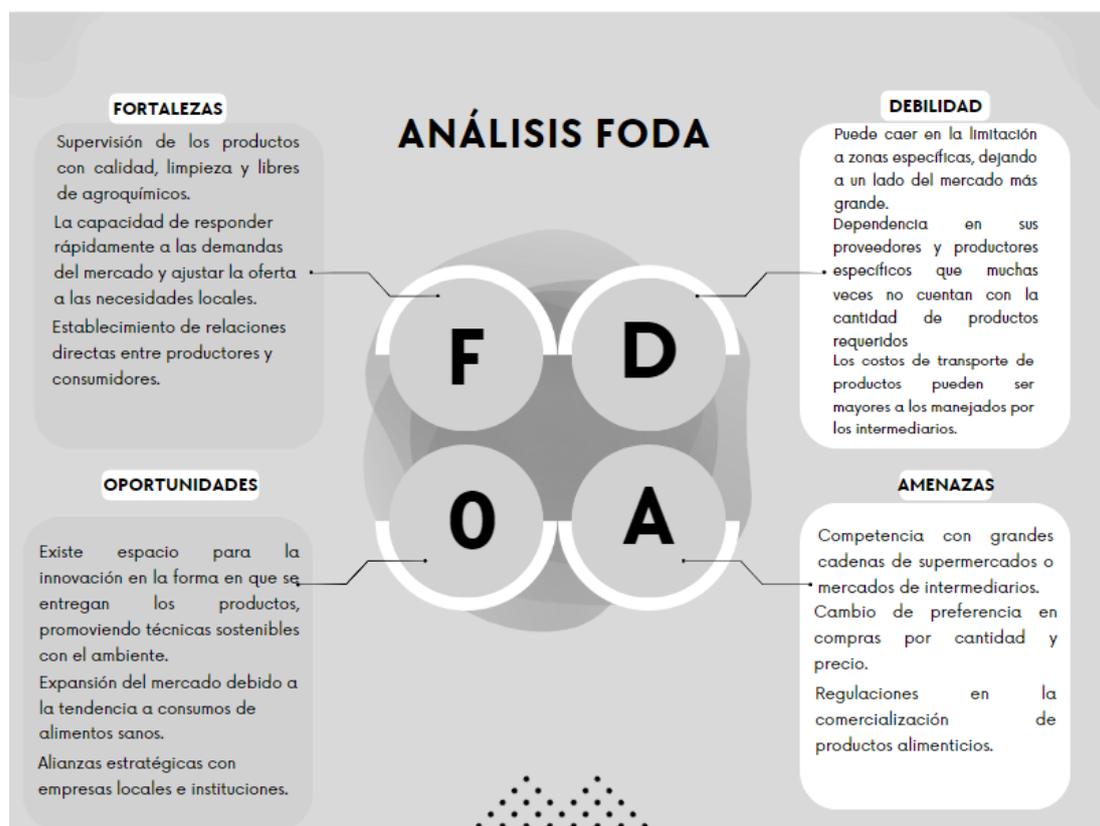
### **2. Introducción**

La provincia del Azuay, posee 15 cantones, entre ellos el cantón Gualaceo, el cual posee como una de las fuentes principales de ingresos económicos a la agricultura y ganadería, desarrolladas en sus parroquias rurales.

Se reconoce la importancia del fortalecimiento a la agricultura local como motor clave para el desarrollo económico sostenible de los actores. Es por eso que se pretende realizar el acercamiento a las instituciones públicas a través de sus proyectos productivos, para la obtención de espacios de comercialización de agroproductores en mercados parroquiales o cantonales y ferias agroecológicas, la dotación de incentivos agrícolas y pecuarios, y la respectiva asistencia técnica para el desarrollo de cultivos y crianza de animales de manera tecnificada, y que cumplan con los requisitos pertinentes para la comercialización directa en el cantón Gualaceo y sus alrededores.

En la Figura 35, se describe en un análisis FODA, los aspectos a ser considerados para la comercialización a través de circuitos cortos.

**Figura 35.** *Análisis FODA de los circuitos cortos de comercialización*



*Nota:* En la Figura 35 se describen las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas presentadas en una propuesta de comercialización de circuitos cortos en Gualaceo, sin embargo, varios aspectos pueden ser variantes, dependiendo de la cantidad de participantes del proyecto, la producción actual que se maneja y los mercados donde se está llegando mediante este sistema de comercialización directa.

### 3. Misión

Apoyar a los agroproductores de las parroquias rurales del cantón Gualaceo, brindándoles herramientas, asistencia técnica, capacitación y un acceso directo a los mercados a través de circuitos cortos de comercialización, buscando la mejora económica y social de los actores.

#### **4. Visión**

Impulsar la viabilidad económica de los productores, promoviendo la producción responsable de alimentos, garantizando la soberanía alimentaria, la preservación de la identidad cultura y el respeto por el ambiente.

#### **5. Objetivos**

##### **5.1 Objetivo General**

Fomentar los circuitos cortos de comercialización en el sector rural del cantón Gualaceo, proponiendo la vinculación estratégica de las instituciones públicas con los agroproductores.

##### **5.2 Objetivos Específicos**

Promover la agricultura sostenible mediante la implementación de prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente entre los productores locales.

Facilitar la venta directa de productos local a través de circuitos cortos de comercialización, impulsando así la economía local y generando empleo.

Establecer mecanismos que aseguren el suministro constante de alimentos frescos, libres de químicos y de calidad para la comunidad.

#### **6. Participantes**

- Agroproductores asociados de las parroquias del cantón Gualaceo.
- Instituciones públicas (Gobierno Provincial del Azuay, Municipio de Gualaceo, Gobiernos Parroquiales).
- Universidades
- Consumidores

## 7. Beneficiarios directos

Miembros de las asociaciones agroecológicas participantes, se calcula que aproximadamente, la cantidad de socios para grupo oscila entre 12 a 15, y poseen alrededor de 5 personas en su núcleo familiar.

## 8. Beneficiarios indirectos

Público en general que adquiera sus productos en las carpas de los feriantes, dueños de tiendas minoristas, restaurantes, hoteles, bares escolares, entre otros.

## 9. Duración del proyecto

El proyecto tendrá una duración de 3 años a partir de la suscripción del convenio.

## 10. Metodología

En la Tabla 12, se detallan las acciones que pueden realizar las instituciones públicas y educativas para la realización de este proyecto.

**Tabla 12.** *Acciones propuestas de vinculación con las entidades públicas y educativas para potenciar los circuitos cortos de comercialización*

Nombre	Detalle
<b>Entrega de incentivos</b>	A las asociaciones que cuenten con fortalecimiento organizativo, brindarles incentivos para aumentar la producción como son herramientas, semillas, plántulas o pies de cría para producción de aves y cuyes.
<b>Capacitación y asistencia técnica</b>	Mediante las instituciones como MAG, Prefectura del Azuay, Municipio de Gualaceo, brindar programas de capacitación y asistencia técnica y capacitaciones para productores locales, enfocados en prácticas sostenibles, gestión microempresarial, y cumplimiento de estándares de calidad.
<b>Diseñar plataformas de comercialización</b>	Mediante la vinculación de instituciones educativas como universidades, capacitar a los productores para el uso de herramientas tecnológicas que generen la incursión de sus productos en mercados locales promoviendo la transparencia y trazabilidad de los productos.

<b>Espacios de comercialización</b>	Brindar el apoyo para establecer espacios de comercialización de productos agroecológicos, provenientes directamente de sus productores, reduciendo la intermediación. Estos espacios deberán ser solicitados por las asociaciones, las cuales deberán hacer su propia gestión ante el Municipio de Gualaceo o Juntas Parroquiales.
<b>Campañas de concientización</b>	Las juntas parroquiales y del departamento de comunicación del municipio de Gualaceo, pueden desarrollar campañas de concientización dirigidas a la comunidad, resaltando la importancia de apoyar a los productores locales y los beneficios económicos, sociales y ambientales asociados a este proyecto.

*Nota:* Se visualizan las acciones concretas que desarrollarían las instituciones públicas y educativas en la propuesta de apoyo a las asociaciones fomentando los circuitos cortos de comercialización.

## **11. Compromisos entre las partes**

### **11.1 De las asociaciones participantes**

- Compromiso en la entrega de productos de excelente calidad, limpios y libres de agroquímicos.
- Asistencia a capacitaciones brindadas por los técnicos de producción.
- Facilitar el monitoreo del trabajo realizado a los delegados o administradores de los convenios suscritos.
- Comunicar oportunamente cualquier particular que se presente durante el proceso de producción y comercialización.
- Los recursos entregados por las instituciones (locales, espacios de comercialización, carpas, insumos agrícolas y pecuarios), no serán destinados a ninguna otra actividad y no podrán ser vendidos.
- Todas las asociaciones deberán contar con su respectiva imagen corporativa (logotipo, uniforme), lo cual permita la fácil identificación a los clientes interesados.
- Elaborar un reglamento interno de normas a cumplir para el correcto uso del puesto asignado por la entidad competente en la feria de agroproductores.

## **11.2 De las entidades públicas**

- Proveer de apoyo a las asociaciones de agroproductores con la entrega de insumos agrícolas y pecuarios, asistencia técnica, seguimiento, entrega de carpas y garantizar un espacio permanente para la realización de ferias de productores agroecológicos.
- Apoyo con la comunicación dirigida a las asociaciones participantes en las capacitaciones ofertadas por la Universidad Nacional de Loja.
- Monitoreo de avance de proyecto y resultados obtenidos.
- Apoyo en la difusión de la campaña de comercialización por circuitos cortos a los productores rurales.

## **11.3 De las instituciones universitarias**

- Apoyo en los talleres de capacitación dirigidos a los agroproductores del cantón Gualaceo.
- Entrega de ayuda memorias de los talleres impartidos.
- Puntualidad y respeto en cada capacitación brindada.

## **12. Inversión valorada**

En la Tabla 13, se detalla la inversión valorada del proyecto, puesto que las entidades públicas, destinan un porcentaje de su presupuesto al pago de técnicos de producción que se encargan de la elaboración de proyectos, seguimiento y administración. A la vez, se valora la inversión de los agroproductores para la asistencia al taller de capacitación y las acciones que desarrollen a futuro en el tiempo que dure la ejecución de esta propuesta.

**Tabla 13.** Actores de la propuesta y su compromiso de inversión valorada para el proyecto de circuitos cortos de comercialización

ACTIVIDAD	META	ARTICULACIÓN INSTITUCIONAL Y/O TERRITORIAL
Elaboración del perfil del proyecto	1 perfil de proyecto elaborado	Beneficiarios, instituciones públicas y educativas.
Firma del convenio	1 convenio firmado	Prefectura del Azuay Municipio de Gualaceo MAG Universidad de Loja
Nombrar administradores de los convenios	1 administrador por cada entidad participante.	Instituciones cooperantes, representantes de las asociaciones participantes.
Asistencia a talleres de capacitación a asociaciones	Asociaciones participantes	Cantón Gualaceo
Ejecución del proyecto	Trabajo articulado entre las asociaciones y las instituciones	Instituciones participantes
Monitoreo y control del proyecto	Informes de avances emitidos por los administradores	Instituciones participantes
Cierre del proyecto	Acta de liquidación del convenio	Gobierno del Azuay, Municipio de Gualaceo, representantes de las asociaciones.

*Nota:* Se visualiza la participación de los actores involucrados en el proyecto, sin embargo, no se tiene establecido un monto de inversión fijo, debido a que únicamente es una propuesta planteada y no un proyecto que se esté ejecutando en la actualidad.

### 12.1 Inversión económica de las partes involucradas por parroquia.

En la Tabla 14, se ha elaborado una propuesta de inversión por asociación agro productora, la cual describe el valor de insumos a entregarse, asistencia técnica y talleres brindados por las entidades públicas y educativas involucrados en la misma.

**Tabla 14.** Presupuesto de inversión contemplado para la implementación de espacios de comercialización en ferias de agroproductores

<b>Componente/Actividad</b>	<b>Unidad Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>C. Unitario</b>	<b>C. Total</b>	<b>Fuente de financiamiento</b>
Adquisición de carpas de 2 x 2 metros.	Unidades	4	\$ 65.00	\$ 260,00	<b>Gobierno Provincial del Azuay</b>
Adquisición de plántulas	Unidades	15.000	\$ 0.03	\$ 450,00	
Adquisición de gavetas	Unidades	6	\$ 6.00	\$ 36,00	
Capacitaciones en las parroquias (2 para cada una) en manejos sostenibles de cultivos, manejos postcosecha.	Unidades	2	\$ 120.00	\$ 240,00	
Entrega de insumos (día de vehículo)	Unidades	2	\$ 85.00	\$ 170,00	
<b>Subtotal 1</b>				<b>\$ 1.156,00</b>	
Seguimiento de técnico de producción	Unidades	2	\$120	\$ 240,00	<b>Municipio de Gualaceo</b>
Mesa plástica más 1 silla	Unidades	3	\$ 40	\$ 120,00	
<b>Subtotal 2</b>				<b>\$ 360,00</b>	
Compra de uniforme (gorra, mandil) por asociación	Unidades	15	\$ 12.00	\$ 180,00	<b>Asociaciones de productores</b>
Balanzas	Unidades	1	\$ 30,00	\$ 30,00	
Fundas plásticas transparentes	Paquetes	10	\$ 2.00	\$ 20,00	
Fundas plásticas grandes	Paquetes	5	\$ 4.00	\$ 20,00	
Tacho de basura grande	Unidad	1	\$ 7.00	\$ 7,00	
Escoba	Unidad	1	\$ 3.50	\$ 3.50	
Recogedor	Unidad		\$ 4,00	\$ 4,00	
<b>Subtotal 3</b>				<b>\$ 264,50</b>	
Capacitaciones sobre marketing y administración a todas las asociaciones de productores.	Unidad	2	\$ 200,00	\$ 400,00	<b>Universidad de Loja</b>
<b>Subtotal 4</b>				<b>\$ 400,00</b>	

<b>INVERSIÓN POR ASOCIACIÓN PARTICIPANTE</b>				<b>\$ 2.180,50</b>	
--	--	--	--	--------------------	--

*Nota:* En la Tabla 14, se visualiza el aporte económico por asociación agroecológica que esté interesada en ser beneficiada de este proyecto.

### 13. Sostenibilidad

Los circuitos cortos de comercialización no solo ofrecen beneficios económicos directos, sino que pueden producir impactos positivos en aspectos sociales, ambientales, culturales, comunitarios, contribuyendo a una sostenibilidad en diversos niveles tratados en la Tabla 15.

**Tabla 15.** *Detalle de los factores de sostenibilidad y sus beneficios en los circuitos cortos de comercialización*

<b>Aspecto</b>	<b>Detalle</b>
<b>Económico</b>	Reduce la dependencia de largas cadenas de intermediarios, lo que permite a los productores obtener un precio más justo en sus ventas. Al acortar la distancia entre el productor y el consumidor, se eliminan costos de transporte y almacenamiento, lo que beneficia a ambas partes y contribuye a la economía local.
<b>Social</b>	Fomentan la interacción directa entre productores y consumidores, lo que crea un sentido de comunidad y confianza. Los consumidores pueden conocer la procedencia de los alimentos, fortalece la economía local, y contribuye a la creación de empleo en la comunidad.
<b>Ambiental</b>	Reduce la huella de carbono al minimizar las distancias de transporte. Los productos frescos no necesitan ser transportados a largas distancias, lo que implica menos emisiones de gases efecto invernadero. Se promueve la preservación de la biodiversidad y el uso responsable de recursos naturales. Aplicación de métodos agroecológicos, permacultura.
<b>Cultural</b>	Promover la preservación de tradiciones agrícolas locales y la diversidad de alimentos, conocimientos ancestrales. Se preservan las variedades autóctonas de cultivos y se mantienen las prácticas agrícolas tradicionales sin uso de agroquímicos, contribuye a la diversidad cultural y gastronómica.

*Nota:* En la Tabla 15, se visualizan diversos factores que generan un beneficio a los productores, consumidores y el medio en donde se realizan los circuitos de comercialización en la cabecera cantonal o en las parroquias rurales.

#### 14. Cronograma de actividades

En la Tabla 16 se presenta el cronograma de actividades contemplado desde la etapa de socialización del proyecto a las instituciones públicas, universidades, y asociaciones de agroproductores de las parroquias rurales de Gualaceo.

**Tabla 16.** Cronograma de actividades para la etapa de socialización

Componente/actividades	Años		
	1	2	3
<b>Componente 1: Capacitación</b>			
Elaboración del proyecto	x		
Aprobación del proyecto por parte de las Instituciones participantes.	x		
Coordinación de capacitaciones con la Universidad Nacional de Loja	x		
Elaboración de los pliegos para adquisición de carpas	x		
Procesos de compras públicas desarrollado por las instituciones públicas participantes	x		
Elaboración de convenios y entrega de insumos a las parroquias mediante acta entrega recepción	x		
Capacitación módulo 1 por técnicos de GPA	x		
<b>Componente 2: Asistencia técnica</b>			
Seguimiento a proyecto y visita a fincas		x	
<b>Componente 3: Informes y liquidación de convenio</b>			
Elaboración de informes finales por los administradores del convenio, liquidación			x

*Nota:* Esta planificación está sujeta a cambios debido a los presupuestos que manejan las instituciones públicas, a más del período de clases que posee la Universidad Nacional de Loja.

## 15. Indicadores de logro

En la Tabla 17, se ha contemplado diversos aspectos para el desarrollo de la matriz de marco lógico de este proyecto, resaltando el beneficio del comercio justo y bien ejecutado mediante el compromiso de los participantes.

**Tabla 17.** *Matriz de marco lógico en el proyecto de circuitos cortos de comercialización*

<b>Aspecto</b>	<b>Detalle</b>	<b>Medios de verificación</b>	<b>Supuestos</b>
<b>Satisfacción del cliente</b>	Formulación de encuestas, opiniones sobre la calidad y precio de los productos.	Encuestas, resultados	Aumenta considerablemente las ventas por circuitos cortos
<b>Incremento de ingresos para los productores</b>	Aumento de ingresos por ventas hasta finales del 2026, al aumentar su capacidad de producción por medio de la ayuda de las instituciones públicas.	Encuesta a los productores	Mejora la calidad de vida de las familias de los miembros de las asociaciones participantes
<b>Reducción de desperdicios</b>	A 2026, todas las asociaciones de productores, aprovecharán los restos de cosechas o productos descartados para la elaboración de compost.	Cantidad de abono producido de los desperdicios de cosechas.	Las asociaciones desarrollarán sus propios abonos para la nutrición de sus cultivos parcelarios.
<b>Participación con la comunidad</b>	A 2026, la comunidad y público en general darán más apoyo en el proyecto de circuitos cortos	Encuestas a la gente en general, comentarios por redes sociales.	La gente tendrá más confianza para adquirir sus productos a las asociaciones participantes sin usar el regateo.
<b>Desarrollo económico local</b>	A 2026, las parroquias del cantón Gualaceo aumentarán el desarrollo económico de los sectores	Información recopilada por el Gad Parroquial de visitantes.	Existirá mayor presencia de compradores en las ferias agroecológicas.

<b>Diversidad de productos</b>	A 2026, los agroproductores contarán con mayor diversidad de productos y manejados agroecológicamente.	Informes de insumos entregados por las juntas parroquiales.	Las asociaciones contarán con mayores y mejores productos propios de sus zonas.
--------------------------------	--	---	---

*Nota:* En la Tabla 17, se visualiza el cronograma de ejecución establecidas en la presente propuesta de apoyo a las asociaciones productivas del cantón Gualaceo.

## **16. Acción y resultados de la propuesta uno**

El objetivo central de la primera propuesta radica en el respaldo a las diversas asociaciones de agroproductores en el cantón Gualaceo, una iniciativa que busca fortalecer sus actividades mediante la entrega de insumos destinados a facilitar la comercialización directa de sus productos. Estos espacios de venta se materializarán en áreas proporcionadas por las entidades municipales o parroquiales, con el fin de establecer una conexión directa entre productores y consumidores, eliminando la intermediación y potenciando la rentabilidad de los productores.

Además de la dotación de bienes, la propuesta contempla la implementación de talleres de capacitación enfocados en dos áreas cruciales: el desarrollo productivo y la implementación de herramientas tecnológicas para optimizar la comercialización. Estos programas educativos serán ejecutados por un equipo de técnicos pertenecientes a instituciones públicas, así como colaboradores provenientes de entidades educativas de renombre, como la Universidad Nacional de Loja. Este enfoque busca no solo dotar a los agroproductores de recursos tangibles, sino también elevar sus capacidades técnicas y comerciales para asegurar un desarrollo sostenible a mediano plazo.

Un aspecto esencial que esta propuesta tiene en cuenta, es el papel fundamental de las mujeres gualaceñas en el ámbito agrícola y pecuario local. Estas mujeres desempeñan una labor constante y significativa en la producción en sus fincas, sin embargo, la situación económica actual impide que sus actividades alcancen su máximo potencial. Por ello, es menester buscar

y asegurar el respaldo de entidades, tanto públicas como privadas, para proveerles de insumos agrícolas y pecuarios. Además, se propone la asignación de un espacio dedicado específicamente a los agroproductores de este sector, permitiendo así un entorno más propicio para su desarrollo y crecimiento.

Para la ejecución de esta propuesta se establece en un período de tres años. Durante este lapso, se realizará un análisis exhaustivo del nivel de producción alcanzado, evaluando los resultados obtenidos. Además, se llevará a cabo una evaluación del estado de los bienes entregados para las ferias de agroproductores que se organizarán en la parroquia o cabecera cantonal de Gualaceo. Esta evaluación es crucial para valorar la efectividad y el impacto real de las acciones implementadas en el fortalecimiento del sector agropecuario local.

Es importante resaltar que la responsabilidad recae en las asociaciones de agroproductores para identificar y asegurar estos espacios de comercialización en sus respectivas parroquias. Asimismo, estas asociaciones asumen el compromiso de cumplir con todas las obligaciones estipuladas en el marco de este proyecto, asegurando así la efectividad y continuidad de estas iniciativas.

## **6.2.2 Propuesta dos para potenciar los circuitos cortos de comercialización en el cantón Gualaceo**

### **1. Tema**

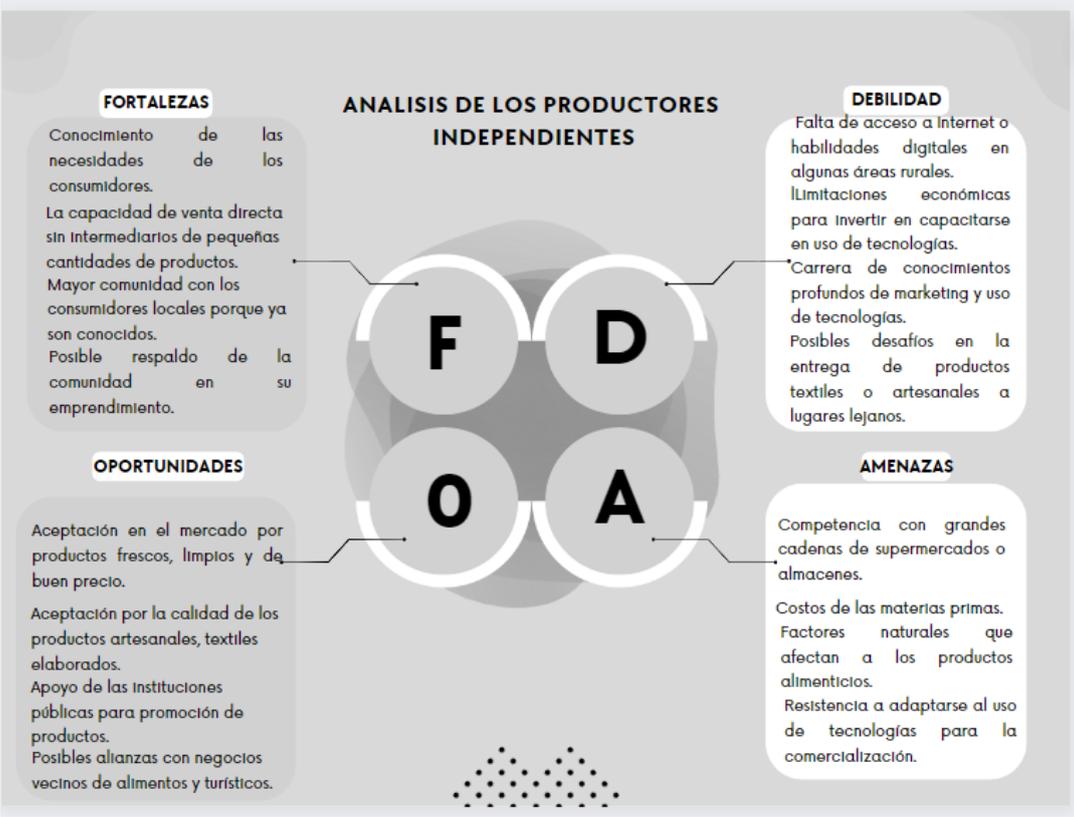
“Implementación de talleres de comercialización por circuitos cortos y marketing a través de redes sociales, dirigido a productores independientes de las parroquias rurales del cantón Gualaceo”.

### **2. Introducción**

El presente proyecto busca impulsar la economía local de las parroquias rurales del cantón Gualaceo, preservar las tradiciones culturales, respeto a la soberanía alimentaria y fortalecer los conocimientos agroecológicos transmitidos a lo largo de los años. A más de la estrategia de comercialización directa en ferias de agroproductores los fines de semana, se

pretende incursionar en el mundo digital mediante el uso eficiente de las redes sociales, abriendo un abanico de oportunidades a los productores independientes y asociados para ingresar hacia un nuevo nicho de mercados. Al existir el interés de los jóvenes en aprender nuevas estrategias para potenciar su producción y comercialización, aumentaría el interés por quedarse en sus territorios y no optar por buscar oportunidades de trabajo en el exterior. Esta propuesta también vincula a los artesanos de calzado, tejidos, macanas, paja toquilla, alfarería, entre otros.

**Figura 36.** Análisis FODA de los productores independientes



*Nota:* En la Figura 36, se describen las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas presentadas para los comerciantes independientes en el cantón Gualaceo.

**3. Misión**

Facilitar la capacitación y el empoderamiento de los productores independientes en las parroquias rurales del cantón Gualaceo, brindándoles conocimiento en el uso apropiado de herramientas digitales para promocionar sus productos y fomentando la comercialización directa.

#### **4. Visión**

Convertirse en un referente de innovación y desarrollo sostenible para los productores independientes de las parroquias rurales del cantón Gualaceo, generando un fortalecimiento comunitario y proyección a ampliar el mercado con productos locales artesanales o productos alimenticios.

#### **5. Objetivos**

##### **5.1 Objetivo General**

Capacitar a los productores de las parroquias rurales del cantón Gualaceo en estrategias efectivas de marketing y circuitos cortos de comercialización, con el propósito de fortalecer la economía local, promover la sostenibilidad agrícola, artesanal y mejorar los ingresos de las familias de los beneficiarios.

##### **5.2 Objetivos Específicos**

Ofrecer formación en prácticas agrícolas sostenibles y de calidad para asegurar productos atractivos y de alto valor en los circuitos cortos de comercialización.

Ayudar a los productores artesanales de Gualaceo a mejorar sus habilidades empresariales y promover la venta de productos locales de calidad a precios justos mediante la formación en presentación, empaque y comercialización dentro del cantón.

Identificar y establecer puntos de venta y distribución locales para que los productores puedan comercializar sus productos dentro de la misma comunidad y cantón.

#### **6. Participantes**

- Productores independientes de las parroquias del cantón Gualaceo.
- Instituciones públicas (Gobierno Provincial del Azuay, Municipio de Gualaceo, Gobiernos - Parroquiales).

- Universidades
- Público en general

### **7. Beneficiarios directos**

Productores independientes del cantón Gualaceo y alrededores que deseen conocer sobre circuitos cortos de comercialización y estrategias de marketing. Se calcula alrededor de 120 participantes.

### **8. Beneficiarios indirectos**

Público en general que tenga negociación directa con los productores en el espacio de comercialización, clientes potenciales ubicados mediante redes sociales, comunidad en general.

### **9. Duración del proyecto**

El proyecto tendrá una duración de 2 años a partir de la suscripción del convenio.

### **10. Metodología de enseñanza**

En la Tabla 18 se visualiza un esquema de cronograma de taller dirigido a los productores independientes, el cual tiene contemplado que inicie pasado las 9 de la mañana debido a las actividades que se realizan en la mañana en el área rural como es el ordeño, alimentación de animales, recolección de huevos, entre otras.

**Tabla 18.** Esquema de programa de taller de capacitación a productores independientes sobre manejo informático y marketing

<b>PRIMERA FASE DEL TALLER</b>	<b>TIEMPO DE DURACIÓN: 2 HORAS</b>
<b>Saludo de Bienvenida</b>	Saludo de parte de las autoridades presentes Presentación de los capacitadores Explicación del desarrollo de la jornada
<b>Fundamentos de la comercialización</b>	Principios básicos del marketing Identificación del mercado Propuestas de valor
<b>Tecnología y redes sociales</b>	Taller práctico sobre el manejo de redes sociales, para esto se solicitará que todos los asistentes cuenten con un teléfono inteligente o un voluntario interactúe en la computadora que el conferencista le proporcionará para que realice el ejercicio. Enseñanza sobre herramientas digitales gratuitas.
<b>Circuitos cortos de comercialización</b>	Explicar los beneficios de los circuitos cortos. Tipos de empaques, transporte y entrega de productos.
<b>REFRIGERIO</b>	<b>Tiempo: 15 minutos</b>
<b>SEGUNDA FASE DEL TALLER</b>	<b>TIEMPO DE DURACIÓN: 1 HORA</b>
<b>Ejercicios prácticos</b>	Se solicitará a 3 productores que diseñen una etiqueta con el producto que deseen en los computadores facilitados para la práctica.
<b>Ejercicio de redes sociales</b>	Dos voluntarios elaborarán un video en Tik Tok hablando sobre su producto.
<b>ALMUERZO</b>	<b>TIEMPO DE DURACIÓN: 1 HORA</b>
<b>TERCERA FASE DEL TALLER</b>	<b>TIEMPO DE DURACIÓN: 1 HORA</b>
<b>Retroalimentación de la información brindada</b>	Los participantes tendrán la oportunidad de exponer sus preguntas y comentarios del contenido brindado por los expositores.
<b>Entrega de ayudas memoria</b>	Se brindarán un documento con las memorias del taller y los links para interacción en plataformas digitales gratuitas.
<b>Despedida</b>	Clausura del evento a cargo del maestro de ceremonias.

*Nota:* Se visualiza un modelo de itinerario contemplado iniciar en horas de la mañana, con una duración de aproximadamente 5 horas, considerando las múltiples actividades que deben realizar los productores y la distancia desde la cabecera cantonal de Gualaceo, hacia sus respectivas parroquias.

## 10.1 Modelo Canvas para elaboración de un plan de negocios de una asociación

### Descripción del proyecto

Las asociaciones de productores agroecológicos de las parroquias rurales del Cantón Gualaceo, con apoyo de las instituciones públicas como Gobierno Provincial del Azuay, Municipio de Gualaceo, han desarrollado espacios de comercialización de productos alimenticios de manera directa, sin intermediarios, teniendo la proyección de contar con un centro de acopio provisional para recepción y traslado de alimentos a los clientes, en la Tabla 19, se visualiza un modelo de negocios Canva para circuitos cortos de comercialización.

**Tabla 19.** Modelo de negocios para circuitos cortos de comercialización

<b>Modelo Canvas para circuitos cortos de comercialización</b>				
<b>Alianzas clave</b>	<b>Actividades clave</b>	<b>Propuestas de valor</b>	<b>Relaciones con los clientes</b>	<b>Segmentos de clientes</b>
				
Juntas Parroquiales (convenios para la entrega de canastas para adultos mayores y personas en situación de vulnerabilidad).	Planificación semanal para acopio de productos a expender.	Oferta de productos orgánicos y/o agroecológicos.	Uso de tecnología y redes sociales	Público en general
Productores independientes agrícolas y pecuarios.	Contar con buenos proveedores de productos.	Genera beneficio para la salud.	Página web Facebook Instagram Tik tok Cap cut con recetas de temporada Participación en ferias Ventas directas en el local principal.	Hoteles

Apoyo de técnicos de producción del Gobierno Provincial del Azuay.	Garantizar un precio justo para el consumidor y para el productor asociado.	Garantía del producto a ser consumido.	<b>Promociones</b> Carnaval San Valentín Semana Santa Día de la Madre Día de los difuntos Navidad	Restaurantes
		Precio justo tanto para el proveedor como para los clientes		
		Control de calidad de los productos con valor agregado.		Instituciones educativas
<b>Llave de recursos</b>	<b>Canales</b>	<b>Flujo de ingresos de</b>	<b>La estructura de costos</b>	
				
Contingente humano que trabaje en las diversas áreas (administrativo, ventas, marketing, acopio)	Puntos de venta directo	Ingreso por ventas en las carpas de las ferias de agroproductores	Costo de venta unitario por producto	
Promoción y comunicación.	Servicio a domicilio.	Ingreso por ventas en el lugar donde se encuentra la finca.	Cuentas por pagar a los socios encargados del manejo del centro de acopio provisional ( en el caso de tenerlo) y socios proveedores de productos.	
Vehículos para	Página web	Ingreso de	Gasto corriente	

acopio de productos.		ventas realizadas en mercados minoristas y mayoristas.	(sueldos, agua, luz, gastos administrativos, arriendos, publicidad)	
Infraestructura	Colocación de productos en locales comerciales minoristas y mayoristas de la ciudad de Gualaceo.	Ingreso por ventas HORECA		
Equipos para conservación de alimentos y exhibidores.				

*Nota:* Se visualiza un esquema de modelo Canvas que se desea mostrar a los participantes del taller, con el objetivo principal de que determinen el enfoque real de su negocio y hacia qué tipo de clientes va direccionado, considerando el costo de inversión, los costos operativos del mismo y cómo obtener el beneficio económico.

## 10.2 Modelo de publicidad desarrollada con herramientas digitales

Mediante el desarrollo de talleres interactivos con los productores, se desea que diseñen un slogan o una marca de su producto mediante la aplicación de herramientas digitales actuales. En la Figura 37, se visualiza un modelo de logotipo y slogan para una marca de yogurt artesanal.

**Figura 37.** Modelo de creación de imagen de producto



*Nota:* Para la elaboración de imágenes que permitan dar a conocer los productos, los emprendedores deberán desarrollar su idea en base a los nichos de mercados a los que deseen ingresar.

## 11. Acciones de vinculación entre actores

En la Tabla 20, se detallan las acciones que pueden realizar las instituciones públicas y educativas para la realización de este proyecto.

**Tabla 20.** Acciones propuestas de vinculación con las entidades públicas y educativas para potenciar los circuitos cortos de comercialización

Nombre	Detalle
<b>Alianzas con instituciones educativas</b>	Se busca que la Universidad Nacional de Loja se involucre en esta propuesta con la participación de docentes o alumnos que puedan brindar las capacitaciones en comercio y marketing.
<b>Participación de instituciones públicas</b>	Vinculación del Gobierno Provincial del Azuay, Municipio de Gualaceo y Juntas parroquiales para el financiamiento, acompañamiento técnico, y apoyo logístico para impartir los talleres a los agroproductores.
<b>Programas de capacitación</b>	Programas de capacitación conjunta entre entidades

<b>conjunta</b>	públicas, educativas y productores que aborden temas de gran interés como son las herramientas digitales, marketing, normas sanitarias, buenas prácticas agrícolas, entre otras.
<b>Ferias colaborativas</b>	Contar con el Gobierno Provincial del Azuay y el Municipio de Gualaceo para la organización de ferias, exposiciones de emprendimientos que abarquen el interés de los consumidores locales, nacionales y extranjeros.

*Nota:* Este tipo de propuesta puede variar, considerando que las entidades públicas ejecutan sus planes de acción en base a un cronograma de trabajo. No se ha fijado una fecha exacta de inicio de los talleres, hasta tener un acercamiento a las autoridades provinciales, municipales y parroquiales.

## **11.1 Compromisos entre las partes**

### **11.1.1 De las asociaciones participantes**

- Los agroproductores independientes deberán presentar al mercado alimentos limpios y libres de agroquímicos y cumplan con las respectivas normas sanitarias en el caso de productos con valor agregado.
- Los artesanos entregarán al mercado productos elaborados con buenas materias primas y a un precio justo para el consumidor.
- Asistencia a capacitaciones brindadas por los técnicos de producción.
- Facilitar el monitoreo del trabajo realizado a los delegados o administradores de los convenios suscritos.
- Los participantes deberán al final del taller, diseñar un logotipo o una frase que identifique a su producto.

### **11.1.2 De las entidades públicas**

- Apoyo con la comunicación dirigida a los participantes en las capacitaciones ofertadas por la Universidad Nacional de Loja o las instituciones públicas como Prefectura del Azuay, Municipio de Gualaceo.
- Monitoreo de avance de proyecto y resultados obtenidos.

- Apoyo en la difusión de la campaña de comercialización por circuitos cortos a los productores rurales.

### 11.1.3 De las instituciones universitarias

- Apoyo en los talleres de capacitación dirigidos a los agroproductores del cantón Gualaceo.
- Entrega de ayuda memorias de los talleres impartidos.
- Puntualidad y respeto en cada capacitación brindada.

## 11.2 Inversión valorada

En la Tabla 21 se detalla la inversión valorada del proyecto, puesto que las entidades públicas, destinan un porcentaje de su presupuesto al pago de técnicos de producción que se encargan de la elaboración de proyectos, seguimiento y administración.

**Tabla 21.** Actores de la propuesta y su compromiso de inversión valorada para el proyecto de circuitos cortos de comercialización

ACTIVIDAD	META	ARTICULACIÓN INSTITUCIONAL Y/O TERRITORIAL
Elaboración del perfil del proyecto	1 perfil de proyecto elaborado	Beneficiarios, instituciones públicas y educativas.
Firma del convenio	1 convenio firmado	Prefectura del Azuay Municipio de Gualaceo Universidad de Loja
Nombrar administradores de los convenios	1 administrador por cada entidad participante.	Instituciones cooperantes, representantes de las asociaciones participantes.
Asistencia a talleres de capacitación	Productores	Cantón Gualaceo y parroquias
Ejecución del proyecto	Trabajo articulado entre las instituciones y los productores agropecuarios y artesanos	Instituciones participantes
Monitoreo y control del proyecto	Informes de avances emitidos por los administradores	Instituciones participantes
Cierre del proyecto	Acta de liquidación del convenio	Gobierno del Azuay, Municipio de Gualaceo.

*Nota:* Las actividades contempladas en esta tabla, son parte de los compromisos que se establecen por cada uno de los actores involucrados en esta propuesta, pudiendo adaptarse a las necesidades u observaciones que presenten las entidades públicas participantes.

## 12. Inversión económica de las partes involucradas por parroquia.

En la Tabla 22 se visualiza una tabla de rubros aproximados de inversión de los involucrados en el proyecto, sin embargo, no es un costo fijo dado a que se ha calculado para 120 asistentes, pudiendo esta cifra variar aumentando o disminuyendo la confirmación de la asistencia de los participantes.

**Tabla 22.** *Presupuesto de inversión contemplado para la ejecución del taller práctico teórico dirigido a productores del cantón Gualaceo*

Componente/actividad	Unidad Medida	Cantidad	C. Unitario	C. Total	Fuente de financiamiento
Asistencia técnica de Agroazuay más transporte post talleres de capacitación para seguimiento.	unidades	6	\$144.00	\$864.00	<b>Gobierno Provincial del Azuay</b>
Ayuda memoria del taller	unidades	120	\$ 0.25	\$ 32.50	
Almuerzo a los expositores	unidades	2	\$ 3.50	\$ 7.00	
<b>Subtotal 1</b>				<b>\$ 903.50</b>	
Refrigerios para los participantes	unidades	125	\$ 2.50	\$ 312.50	<b>Municipio de Gualaceo</b>
Hospedaje en hostel	unidades	2	\$ 30.00	\$ 60.00	
<b>Subtotal 2</b>				<b>\$ 372.50</b>	
Transporte desde las parroquias a Gualaceo ida y vuelta	unidades	120	\$ 2.50	\$ 300.00	<b>Asociaciones de productores</b>
Almuerzos	unidades	120	\$ 2.75	\$ 330.00	
<b>Subtotal 3</b>				<b>\$ 630.00</b>	

Viaje desde Loja a Cuenca y retorno en bus interprovincial	unidades	2	\$ 20.00	\$ 40.00	<b>Universidad de Loja</b>
Alimentación	unidades	4	\$ 4.00	\$ 16.00	
<b>Subtotal 4</b>				<b>\$ 56.00</b>	
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 1.962,00</b>	

*Nota:* Los costos están sujetos a cambios debido a que se ha tomado en consideración valores actuales de viáticos, refrigerios y almuerzos, y no se ha considerado el incremento de los mismos dentro de los próximos meses del año 2024.

### 13. Sostenibilidad

En la Tabla 23, se visualizan diversos factores que generan sociales, económicos y ambientales que generan un beneficio a los productores que puedan adaptarse a nuevas estrategias comerciales utilizando herramientas tecnológicas.

**Tabla 23.** *Detalle de los factores de sostenibilidad de proyectos vinculación a la creación de nuevas estrategias de comercialización*

<b>Aspecto</b>	<b>Detalle</b>
<b>Económico</b>	El uso adecuado de herramientas tecnológicas, permiten a los productores diversificar sus canales de ventas y acceder a mercados más amplios. Su objetivo es mejorar su economía personal o familiar, aplicando la comercialización directa y no por intermediación en la parroquia o en el cantón Gualaceo.
<b>Social</b>	Fomenta el intercambio de experiencias entre productores antiguos y nuevos emprendedores, se genera un fortalecimiento comunitario y se promueve la identidad cultural de los pueblos y la conservación de las prácticas agroecológicas para la producción de alimentos saludables y la tradición de los pueblos en la confección de artículos de vestir, herramientas, entre otros.
<b>Ambiental</b>	Con la aplicación de prácticas agrícolas sostenibles y una política de comercialización agroecológica, se contribuye a la conservación de recursos naturales.
<b>Educativo</b>	Genera un ambiente positivo con miras a que las nuevas generaciones, enfoquen sus aspiraciones futuras en el mejoramiento productivo del sector y la comercialización mediante el manejo de herramientas tecnológicas, sin generar un impacto ambiental negativo.
<b>Institucional</b>	La vinculación de las instituciones públicas, educativas y los productores, generan un entorno de apoyo continuo, acceso a recursos

	digitales actuales, asistencia técnica y mejoramiento productivo a mediano o largo plazo.
--	---

*Nota:* Se puede considerar la vinculación con entidades financieras quienes propongan líneas de créditos para los productores a bajo costo de interés y con facilidades de pago.

#### 14. Beneficios

En la Tabla 24 se visualizan los beneficios futuros que pueden albergar la utilización de herramientas tecnológicas para dar a conocer los beneficios de un producto, considerando el respeto ambientales, sociales, económicos y culturales de la comunidad.

**Tabla 24.** *Detalle de beneficios futuros al ejecutar talleres de capacitación para productores jóvenes*

<b>Factor</b>	<b>Beneficio</b>
<b>Aumento de ingresos</b>	Las ventas presenciales a través del sistema de circuitos cortos de comercialización como a través de redes sociales, pueden mejorar las ganancias del productor al vender a un precio justo.
<b>Autonomía</b>	Al comercializar de manera directa sin necesidad de intermediarios, los productores ganan autonomía y libertad para la toma de decisiones en sus proyectos y emprendimientos.
<b>Mejora en la calidad de vida</b>	El poder obtener beneficios económicos por la venta de sus productos, mejora la calidad de vida del productor y su familia.
<b>Preservación de la identidad cultural local</b>	La promoción del origen de los productos provenientes de cosechas, granjas, productos con valor agregado y productos artesanales, genera un respeto a la identidad cultural y promueve la soberanía alimentaria.
<b>Sostenibilidad económica y ambiental</b>	La comercialización directa sin intermediarios, reduce la huella de carbón y genera sostenibilidad económica en las comunidades del cantón Gualaceo.
<b>Desarrollo de la comunidad</b>	La constante preparación de los jóvenes agricultores y emprendedores, son fuentes de desarrollo para la economía del sector, pudiendo ser un atractivo turístico y activando el movimiento comercial en la comunidad.

*Nota:* Este tipo de beneficios se considera para cualquier proyecto a ejecutarse, sea este de la línea agropecuaria, artesanal, textil, entre otros.

## 15. Cronograma de actividades

En la Tabla 25 se visualiza una propuesta de cronograma basado en los compromisos que adquieren los participantes de este proyecto y sus actividades vinculadas a la asistencia técnica, seguimientos de proyectos y la ejecución de talleres.

**Tabla 25.** Cronograma de actividades contemplado desde la etapa de socialización del proyecto a las instituciones públicas, universidades, y asociaciones de agroproductores de las parroquias rurales de Gualaceo

Componente/actividades	Años	
<b>Componente 1: Capacitación</b>		
Elaboración del proyecto	1	2
Aprobación del proyecto	x	
Capacitación con la Universidad de Loja	x	
Capacitación módulo 1 y 2 por técnicos de GPA	x	
<b>Componente 2: Asistencia técnica</b>		
Seguimiento a proyecto y visita a fincas	x	x
Seguimiento a productores artesanales		x
<b>Componente 3: Informes y liquidación de convenio</b>		
Elaboración de informes finales por los administradores del convenio, liquidación		x

*Nota:* El cronograma de capacitaciones puede variar considerando que la universidad y las instituciones públicas, basan sus actividades conforme un plan de actividades anuales.

## 16. Indicadores de logro

En la Tabla 26 se ha desarrollado una descripción de los aspectos, detalles, medios de verificación y supuestos que contemple el mejoramiento de la presentación, calidad, y compromiso de los productores para la comercialización de sus productos en el cantón Gualaceo como en el mercado nacional.

**Tabla 26.** *Tabla de indicadores de actividades a realizarse en el proyecto de circuitos cortos de comercialización*

Aspecto	Detalle	Medios de verificación	Supuestos
<b>Satisfacción del cliente</b>	A 2025 los productores tendrán una mejora en calidad y servicio del producto.	Encuestas, fotografías	El mercado se expandirá a lo largo del cantón Gualaceo.
<b>Incremento de ingresos para los productores</b>	A 2025, los ingresos mejorarán al utilizar herramientas tecnológicas.	Registro de ventas, registro de vistas de páginas web y pedidos.	El aumento de ventas anuales será de un 25% al utilizar tecnología para comercialización.
<b>Reducción de desperdicios</b>	A 2025, los productores de alimentos, aprovecharán sus desperdicios para la producción de abonos.	Visitas técnicas, fotografías	Gualaceo se convertirá en uno de los cantones referentes en la producción propia de abonos orgánicos.
<b>Participación con la comunidad</b>	Activación económica del sector al generar alianzas con miembros de la comunidad para dar a conocer su potencial.	Encuestas, fotografías, fichas de diagnóstico	Las parroquias rurales de Gualaceo serán altamente reconocidas por su producción a nivel provincial.
<b>Diversidad de productos</b>	El incremento económico de los productores, permitirá la diversificación de los productos a ser comercializados sin cambiar su calidad.	Fotografías, seguimiento de redes sociales.	El 25% de productores independientes podrán desarrollar productos con valor agregado para ser comercialización a nivel nacional.

*Nota:* Los indicadores están contemplados al seguimiento que se contempla realizar por parte de los técnicos de producción del Gobierno Provincial del Azuay y los técnicos de producción de las juntas parroquiales.

## **17. Acción y resultados de la propuesta dos**

La propuesta dos se centra en la integración de productores independientes dedicados a proyectos agrícolas, pecuarios, y la confección de artesanías y prendas de vestir. Su objetivo es proporcionarles herramientas tecnológicas a través de talleres dirigidos por la Universidad Nacional de Loja, con el respaldo de instituciones públicas como el Gobierno Provincial del Azuay y el Municipio de Gualaceo.

La iniciativa busca informar a los productores sobre las diversas opciones de comercialización que el mercado actual ofrece. El propósito es ampliar sus horizontes más allá de las ventas presenciales, abriendo oportunidades para una mayor expansión en los mercados locales y nacionales. La capacitación en el uso de herramientas tecnológicas es esencial para equipar a los emprendedores con las habilidades necesarias para aprovechar al máximo las plataformas digitales y otras alternativas en los circuitos cortos de comercialización.

El planteamiento propone un período de implementación de dos años, durante los cuales las entidades públicas podrán realizar un seguimiento de los resultados obtenidos mediante encuestas a los productores que aplicaron el uso de nuevas tecnologías. Este lapso permitirá no solo evaluar la efectividad de la propuesta, sino también despertar el interés de nuevos emprendedores para participar en proyectos productivos con valor agregado.

Es crucial destacar que la participación activa de los productores independientes es fundamental para el éxito de esta propuesta. Se espera que demuestren su compromiso asistiendo a los talleres proporcionados por la Universidad Nacional de Loja y colaborando estrechamente con los técnicos de producción designados por las entidades públicas responsables del proyecto. Este compromiso no solo garantiza la adquisición de las habilidades necesarias, sino también el seguimiento adecuado para maximizar el impacto positivo en sus actividades.

### **6.3 Resultado del tercer objetivo. *Elaborar un plan de capacitación para los agricultores sobre promoción y estrategias de marketing para los circuitos cortos de comercialización.***

La propuesta de generar espacios de capacitación en las parroquias del cantón Gualaceo sobre estrategias cortas de comercialización, llega a ser una propuesta interesante que ha sido considerada por las juntas parroquiales y miembros de las asociaciones participantes en las encuestas planteadas. Al mencionar que este trabajo de investigación buscaba la vinculación de la Universidad Nacional de Loja, les despertó mayor interés, y la expectativa de saber si la universidad, iba a apoyarles además con insumos productivos.

Las instituciones educativas como Universidad de Loja, no pueden destinar recursos económicos para la entrega de insumos agropecuarios u otros requerimientos, se sugeriría realizar alianzas para que los estudiantes, puedan realizar sus trabajos de campo a manera de pasantías en el cantón Gualaceo, siempre y cuando haya todas las condiciones que garanticen el éxito de estos talleres, además que se les permita tener un espacio para hospedaje y alimentación.

Si los gobiernos parroquiales pudieran destinar parte de sus presupuestos anuales para capacitaciones a las asociaciones del sector, se verían grandes cambios internos, una visión más empresarial, compromiso entre los socios, un beneficio mayor a las familias.

Como he manifestado anteriormente en base a los resultados obtenidos de la encuesta desarrollada, las mujeres son las que se dedican mayoritariamente a la producción agrícola y pecuaria del sector, a más de cumplir con sus tareas de hogar y trabajos artesanales.

Para contar con su asistencia a cualquier capacitación, se debería analizar la posibilidad de realizar estos talleres en horas de la tarde, como sugieren los presidentes de las juntas.

Otra petición realizada, fue de que se contemple la incursión de estos espacios de aprendizaje a personas que no pertenecen a ninguna asociación, pero están interesados en aprender y mejorar sus emprendimientos.

Si llegara a concretarse las conversaciones entre las partes vinculadas en este proyecto, se debería considerar elaborar un plan de inversión operativa que contemple los gastos por transporte de los estudiantes, alimentación, estadía, y determine los compromisos entre las partes en un convenio tripartito, tal y como se mencionó en la Tabla 7. *Propuesta de compromisos a establecerse para el desarrollo de los talleres de marketing.*

## 7. Discusión

En la investigación llevada a cabo en el cantón Gualaceo, Ecuador, se encuestaron 120 productores de diversas parroquias, mayormente mujeres participantes de asociaciones o productoras independientes, con edades entre 23 y 80 años. La mayoría tiene educación primaria incompleta, ya que en su infancia la educación primaria no era obligatoria.

Los productores disponen de pequeñas extensiones de terreno, destinadas a huertos, potreros, chacras y galpones muy modestos para criar aves o cuyes para consumo o venta. Comercializan sus productos en ferias locales en el cantón Gualaceo y, en algunos casos, en ferias de la Prefectura, Red Agroecológica o mercados céntricos, prescindiendo de intermediarios.

En el ámbito ganadero, los productores dependen más de negociantes para la venta de leche o ganado destinado al camal municipal, existiendo el malestar por el bajo precio que pagan los intermediarios de sus productos.

Los toquilleros de San Juan del Cid comercializan de manera asociativa sus productos en el cantón Gualaceo o ferias artesanales en la ciudad de Cuenca, a veces acuden a intermediarios para la venta de sus productos como sombreros y cestas fuera de la provincia del Azuay.

Además de la agricultura, las familias realizan actividades complementarias como tejidos, artesanías, otros obtienen un apoyo económico proveniente de las remesas.

Los ingresos mensuales por venta de productos oscilan entre 50-100 dólares, suficientes para sobrevivir, pero insuficientes para mejorar la producción. La falta de recursos limita la adquisición de insumos y tecnologías agrícolas. Tanto asociaciones como productores independientes buscan apoyo en instituciones públicas para obtener incentivos, asistencia técnica y capacitación.

Los circuitos cortos de comercialización en Sudamérica, presentan un escenario diverso, debido a las particularidades climáticas, edafológicas y pisos altitudinales de cada región. Sin embargo, existen tendencias comunes que impulsan la adopción de este tipo de comercios.

Los circuitos cortos de comercialización, han surgido como respuesta a la concentración del mercado en manos de grandes empresas y a la necesidad de brindar mejores oportunidades a los productores locales. En Sudamérica, la diversidad climática y la riqueza de productos agrícolas, ofrecen una oportunidad para promover la comercialización directa a consumidores

locales, restaurantes, mercados, agricultores o cooperativas, a un precio justo y evitando la intermediación.

Existen tres temas importantes y contradictorios al momento de mencionar la comercialización de productos alimenticios en Ecuador, estos son: la gran demanda urbana, los precios de adquisición de los productos, la comercialización.

En Ecuador, hasta el momento no hay una ley que sancione o regule el precio de los productos de la canasta básica familiar, se ha generado una gran controversia en cuanto a la calidad y costo de los productos agroecológicos en comparación a los productos desarrollados mediante agricultura convencional.

La gran demanda de alimentos a las ciudades, han “obligado” a los productores, desde hace muchos años, a la utilización de agroquímicos que permitan aumentar su producción, eliminar plagas y enfermedades de maneras poco saludables, y abarcar mayor cantidad de mercados, utilizando a comerciantes intermediarios para su cometido.

En cambio, una producción agroecológica toma su tiempo, pero su volumen de producción, no es comparable al método convencional. Si bien el producto es de mayor calidad y seguridad, los compradores se muestran insatisfechos, debido al costo, que, si bien no varía en mucho a cultivos con técnicas convencionales, la gente prefiere dejarse llevar por el dicho “más cantidad por menor precio”, no tomando en cuenta el riesgo al que se está exponiendo al consumir alimentos contaminados.

Si tomamos en cuenta los testimonios de varios comerciantes azuayos, manifiestan que los productos traídos del Norte, específicamente papas, brócoli, de las provincias vecinas de Tungurahua, Cotopaxi, Chimborazo, llegan a los mercados a más bajo precio, a mayor volumen, pero su sabor, olor y características propias de los cultivos, presentan alteraciones, debido a la aplicación de químicos. (Pazmiño et al., 2015)

Otro aspecto a considerar es el contrabando de alimentos provenientes del Perú, los cuales han generado otra polémica por el costo menor al que ingresan al país, sin embargo, también son productos no agroecológicos, sino desarrollados bajo agricultura convencional.

En las entidades públicas que abordan el tema productivo, mucho se menciona el tema de apoyo a los productores agroecológicos con espacios que dinamicen el comercio de sus sectores, sin embargo, son pocos los productores que pueden llegar a contar con un espacio de comercialización en mercados centrales o parroquiales.

La falta de infraestructura adecuada, problemas logísticos para la distribución de productos, almacenamiento de productos altamente perecibles, permisos de expendio de productos de consumo humano, han generado dificultad para el desarrollo del comercio directo, desde el productor al consumidor.

La soberanía alimentaria “es un objetivo estratégico y una obligación del Estado”, según el Artículo 281. El Estado es responsable de, entre otras cosas, “impulsar la producción, transformación agroalimentaria y pesquera de las pequeñas y medianas unidades de producción, comunitarias y de la economía social y solidaria; promover políticas redistributivas que permitan el acceso del campesinado a la tierra, al agua y otros recursos productivos; generar sistemas justos y solidarios de distribución y comercialización de alimentos; prevenir y proteger a la población del consumo de alimentos contaminados o que pongan en riesgo su salud o que la ciencia tenga incertidumbre sobre sus efectos” (Alvarado, 2022)

En cuanto a los productores artesanales, la mayor dificultad presentada en la competencia con otros artesanos de cantones aledaños, es la variación de precios, generando una competencia desleal.

Son pocas las personas de esta generación que continúan con las tradiciones de sus abuelos o padres en la confección de artesanías a base de paja toquilla, lana, hilo, cuero, hierro, barro, entre otros. Solo quienes poseen los recursos económicos y han podido aprovechar las oportunidades de la utilización de herramientas informáticas, pueden contar con los logros de una venta más segura de sus emprendimientos.

Existe un escaso reconocimiento de quiénes son artesanos de oficio y, por el contrario, quiénes se benefician de aquellos logros de las asociaciones artesanales son quienes trabajan la artesanía a nivel industrial o como puntos de venta, más no de producción.

La constante importación de prendas de fast-fashion y objetos utilitarios de un solo uso y bajo costo, ha provocado que las artesanías se vuelvan artículos de lujo, lo que desencadena otros fenómenos como una baja considerable en los estándares de calidad para abaratar costos, uso de materias primas defectuosas o la baja o nula producción y variedad de artesanías.

El CIDAP impulsado constantemente el reconocimiento de la alta calidad artesanal existente en Ecuador, siendo un logro importante la generación del Festival de Artesanías de América FAAM, que tiene lugar anualmente y en el cual participan varios países, no solo desde la exhibición y venta de productos artesanales, sino también desde el intercambio de técnicas y medios creativos. Sin embargo, instancias como estas se deben difundir y ampliar para que tengan mayor impacto y alcance. Actualmente, el CIDAP continúa trabajando para propiciar la

comercialización y promoción del trabajo de artesanos y artesanas. He aquí la importancia de mantener e innovar los procesos que reactivan y dan continuidad al sector artesanal, ya que estos garantizan su expansión y permanencia en el mercado. (CIDAP, 2023)

La constitución de la República del Ecuador, en su artículo 385, correspondiente al Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes Ancestrales, señala: 1.- Generar, adaptar y difundir conocimientos científicos y tecnológicos. 2.- Recuperar, fortalecer y potenciar los saberes ancestrales. 3.- Desarrollar tecnologías e innovaciones que impulsen la producción nacional, eleven la eficiencia y productividad, mejoren la calidad de vida y contribuyan a la realización del buen vivir. (Senescyt, 2021).

Es importante que la población comprenda los beneficios de apoyar a los productores locales, tanto en términos de calidad de los productos, como en la contribución al desarrollo económico y social de las comunidades, a su vez, las entidades públicas deberán destinar recursos económicos para talleres de capacitación en diversas áreas productivas, culturales, sociales.

Si bien una parte de la población rural del cantón Gualaceo no se ha familiarizado con la tecnología y el uso de herramientas digitales para comercialización o no es de su interés, es menester apoyar y capacitar a las nuevas generaciones en nuevas estrategias comerciales para que sus proyectos puedan abarcar un mercado más amplio y así contribuir a la economía familiar, fortaleza comunitaria y desarrollo de los pueblos, siempre considerando el respeto hacia la vida, el ambiente, la cultura y tradiciones de su región.

Para la realización de capacitaciones a los productores, sean estos agroproductores o artesanos, es menester contar con el apoyo de instituciones públicas y la vinculación con instituciones educativas las cuales cuenten con las herramientas y el personal adecuado que tenga la capacidad de trabajar con personas de edad adulta y que les brinden el apoyo y la confianza para visualizar proyectos futuros que puedan ejecutarse por medio de sus asociaciones, de manera independiente o en la ejecución de proyectos familiares. Cabe recalcar que el compromiso de apoyar con talleres de capacitación, implica el seguimiento a los proyectos a desarrollarse por plazos contemplados entre 1 a 3 años, dependiendo de la magnitud de los mismos, los cuales estarán a cargo de técnicos de producción de las instituciones participantes y que cumplan con el rol de administrador del convenio.

## 8. Conclusiones

- Mediante esta investigación, se concluye que el cantón Gualaceo, posee una producción agrícola destinada en su mayoría a consumo familiar, y el excedente se destina a la comercialización en espacios ubicados en la parroquia o en el mercado central de Gualaceo. Además, de la producción agrícola, algunos productores se dedican a la fabricación de artesanías, tejidos, sombreros, calzado, entre otros; y los comercializan en el mercado central de Gualaceo o las ferias artesanales en Cuenca para la obtención de ingresos económicos adicionales.

- Las necesidades que presenta el Cantón Gualaceo y sus parroquias rurales son mejoramiento del sistema vial, sistemas de riego, insumos agrícolas y pecuarios y el apoyo a la comercialización con el otorgamiento de espacios en mercados parroquiales, ferias y mercados municipales, las cuales muchas de las veces se han visto ocupadas por comerciantes intermediarios. No existe una distribución equitativa de recursos.

- Las asociaciones y productores independientes de Gualaceo se ven obligados anualmente a buscar respaldo de instituciones públicas para obtener insumos agrícolas y pecuarios, así como espacios para comercialización. Esta situación ha generado dos perspectivas: la primera sugiere no depender perpetuamente de las instituciones, permitiendo que las asociaciones se desenvuelvan de manera autónoma y se centren en proyectos emblemáticos, y la segunda perspectiva plantea la inquietud de que los productores independientes se sientan excluidos, ya que aquellos que forman parte de asociaciones legalmente reconocidas o en proceso de legalización obtienen mayores beneficios.

- Las mujeres, al ser las encargadas del trabajo agrícola y pecuario en sus fincas, requieren de asistencia técnica, seguimiento, capacitaciones, dotación de insumos para garantizar, incrementar y tecnificar su producción, mejorando considerablemente sus ingresos económicos familiares.

- En las parroquias rurales del cantón Gualaceo, existe una alta tasa de migración de población joven hacia países como Estados Unidos, España o Italia en busca de mejores

oportunidades laborales. Además de alejarse del alto índice de delincuencia que enfrenta el país. Esta realidad se percibe en el área urbana y rural.

- Las propuestas planteadas en el objetivo dos, el cual busca resaltar los beneficios de los circuitos cortos de comercialización, tienen como fin el generar un compromiso de los productores asociados o independientes en garantizar los productos a ofrecer en el mercado local, respetando los espacios destinados a la comercialización, cumpliendo con las respectivas normas de calidad y seguridad, a su vez, generando el interés por descubrir la mejor manera de llegar a más clientes mediante la utilización de herramientas digitales y la generación de estrategias comerciales más atractivas.

- La vinculación de las instituciones públicas y educativas, es necesaria para la obtención de mejores resultados productivos y comerciales, ya que no sólo la dotación de insumos generará mayores resultados, sino la asistencia técnica y la asistencia a talleres prácticos y teóricos que permitan conocer alternativas de comercio directo sin la vinculación de intermediarios.

- Asociaciones como productores independientes pueden ser beneficiados de estos proyectos, siempre y cuando exista el compromiso de asistencia a talleres de capacitación, y el uso adecuado de bienes entregados destinados a contribuir al mejoramiento de la economía familiar y comunitaria. A su vez, si existen asociaciones u organizaciones con enfoque empresarial más amplio, se pudiese contar con la vinculación de instituciones financieras que les otorguen créditos para potenciar dichos proyectos.

## **9. Recomendaciones**

Como se menciona en el desarrollo del presente trabajo de investigación, son muchos los compromisos y obligaciones que se deben cumplir entre las partes involucradas en el plan de circuitos cortos de comercialización para que generen el éxito esperado a corto o mediano plazo. Entre las principales recomendaciones, se han priorizado las siguientes:

### **9.1. A las asociaciones**

- Poseer una visión y misión clara del trabajo que desempeñará la asociación, esto generará el planteamiento de los objetivos generales y específicos de manera clara y de acuerdo a los ideales de cada uno de sus miembros.

- Deberán contar con una estructura organizativa eficiente que les permita cumplir con los objetivos propuestos de manera precisa para potenciar los circuitos cortos de comercialización a nivel parroquial o cantonal.

- Contar con comunicación constante entre todos los socios que permitan el compromiso e integración de todos para la toma oportuna de decisiones.

- Apoyar y respetar a las personas que tengan la capacidad de liderazgo.

- Compromiso de asistencia a las capacitaciones que brinden las diferentes instituciones públicas o privadas, con el fin de ampliar y/o fortalecer sus conocimientos.

- Todos los miembros de las asociaciones, deberán involucrarse en los diversos espacios de reuniones para la toma de decisiones, o para la realización de tareas conjuntas, como son las mingas, talleres prácticos.

- Cada miembro debe poseer ética y valores que les permitan mantener la confianza y credibilidad tanto dentro como fuera de la asociación y de su parroquia.

- Deberán desarrollar la capacidad de crecimiento productivo y comercial por su cuenta a mediano o largo plazo, y no generar una dependencia de las instituciones públicas.

- Gestionar el espacio para el comercio de productos de sus productores miembros.

## **9.2. A las instituciones públicas participantes**

- Por medio del plan operativo anual que manejan las entidades públicas, considerar el acceso a programas y proyectos a las asociaciones de productores, con la entrega de insumos agrícolas o pecuarios que mejoren o potencien su producción con visión comercial y empresarial.

- Brindar capacitaciones y asistencia técnica a los productores.

- Apoyo a la producción y comercialización de productos a través de la entrega de sistemas de riego, mejoramiento de vías, construcción o mantenimiento de infraestructuras agrícolas.

- Facilitar la conexión de las asociaciones de agroproductores con mercados locales, capacitaciones para la obtención de permisos de funcionamiento, apoyo en la promoción del proyecto de circuitos cortos de comercialización y otorgamiento de espacios en mercados y ferias.

- Brindar la asistencia necesaria para facilitar la obtención de permisos legales y burocráticos.

- Entre los proyectos anuales encaminados al mejoramiento de la nutrición infantil y de personas en situación de riesgo, promover la producción de alimentos de alto valor nutricional y la seguridad alimentaria a nivel local.

- Establecer mecanismos de seguimiento para evaluar el impacto de los programas de apoyo productivo y agroturísticos en el cantón Gualaceo.

- Elaboración de convenios productivos, los cuales deberán contar con administradores que garanticen el cumplimiento de acuerdos entre las partes.

### **9.3 A los artesanos**

- Adaptarse a las nuevas tecnologías y maneras de comercialización en línea para llegar a mercados más extensos.

- No generar una competencia desleal con productores que comercializan sus productos bajo la modalidad asociativa.

- Mantener el respeto por las tradiciones culturales de sus ancestros, el respeto ambiental y social capacitando a la población joven para evitar que estas nobles actividades vayan desapareciendo en el tiempo y en el olvido.

## 10. Bibliografía

- Admin. (2021, enero 23). *Investigación Mixta—Características, Tipos y Ejemplos. TiposInvestigacion.com*. Recuperado el 9 de octubre del 2023 de <https://tiposinvestigacion.com/investigacion-mixta/>
- Alvarado A., (2022, marzo 14). *La soberanía alimentaria está en la Constitución, pero no en la práctica*. Recuperado el 04 de diciembre de 2023, de <https://www.labarraespaciadora.com/medio-ambiente/la-soberania-alimentaria-esta-en-la-constitucion-pero-no-en-la-practica/>
- Bouman H. (2000, febrero 6). *Diferencias entre una cadena productiva y una cadena de valor*. Recuperado 04 de noviembre de 2023, de <https://www.codespa.org/blog/2012/02/06/diferencias-entre-una-cadena-productiva-y-una-cadena-de-valor/>
- Buenaventura-Ramírez I., Paixao-Sousa R., Gómez-López J. (2021). *Circuitos cortos de comercialización (CCC): Un enfoque desde las experiencias agroecológicas en el territorio brasileiro*, <https://doi.org/10.16925/2382-4220.2021.01.05>
- Burin D., (2017, agosto). *FONCT “Innovaciones institucionales para el apoyo a los procesos comerciales de la Agricultura Familiar y su vinculación con los mercados”, capítulo 5. Estrategias de comercialización*. Recuperado el 10 de diciembre del 2023, de <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/3153/BVE17089159e.pdf?sequence=7&isAllowed=y>
- Cabrera E., Molina A., Sharman M., Moreno L., Cuevas F., (2014). *Análisis Geográfico de la Pobreza y Desigualdad por consumo en Ecuador, Capítulo 4*. Recuperado el 13 de enero del 2024, de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estudios%20e%20Investigaciones/Pobreza\\_y\\_desdigualdad/4.Reporte-](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estudios%20e%20Investigaciones/Pobreza_y_desdigualdad/4.Reporte-)

Analisis\_geografico\_pobreza\_desigualdad.pdf

Carranza A., (2022, agosto). *4 P del marketing: ¡la mezcla perfecta para impulsar tu negocio!*.

Recuperado el 10 de diciembre del 2023, de <https://www.crehana.com/blog/transformacion-digital/4-ps-marketing/>

Cárdenas L. (2021, enero 19). *Intermediarios y volatilidad de precios, problemas de nunca acabar en el agro colombiano*. Recuperado el 10 de octubre del 2023 de

<https://www.udea.edu.co/wps/portal/udea/web/inicio/udea-noticias/udea-noticias>

Catrip A., Hernández J., Méndez J. (2020). *Tipología de Circuitos Cortos de Comercialización en mercados y tianguis periurbanos de la región de Cholula, Puebla*,

<https://dx.doi.org/10.24836/es.v30i56.995e20995>

CEPAL, (2008). *Constitución 2008 de la República del Ecuador*. Recuperado el 05 de noviembre del 2023 de <https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/marcos-regulatorios/constitucion-de-2008-de-la-republica-de-ecuador>

CEPAL, N., FAO, & IICA. (2014). *Fomento de circuitos cortos como alternativa para la promoción de la agricultura familiar*, pág. 9-10. Recuperado el 13 de noviembre del 2023 de <http://repiica.iica.int/docs/b3372e/b3372e.pdf>

CIDAP (2023, noviembre). *XXI Festival de Artesanías de América, Origen, Resistencia, Transcendencia*. Recuperado el 10 de diciembre del 2023 de <https://www.cidap.gob.ec/festival-de-artesantias-2023>

CODESPA, (2012, febrero). *Diferencias entre una cadena productiva y una cadena de valor*. Recuperado el 07 de octubre de 2023, de <https://www.codespa.org/blog/2012/02/06/diferencias-entre-una-cadena-productiva-y-una-cadena-de-valor/>

COPROFAM, (2018, marzo 18). *Circuitos Cortos Comerciales*. Recuperado el 18 de agosto

- del 2023, de <https://coprofam.org/2018/03/18/circuitos-cortos-comerciales/>
- Craviotti, C., & Soleno Wilches, R. (2015). *Circuitos cortos de comercialización agroalimentaria: un acercamiento desde la agricultura familiar diversificada en Argentina*. Recuperado el 14 de agosto del 2023, de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/845/84544434001/html/index.html>
- Datos generales. (2011, octubre 13). *Sitio Oficial del GAD Jadán*. Recuperado 13 de octubre, de <https://jadan.gob.ec/azuay/datos-generales/>
- Da Silva G. (2021). *Sistemas Alimentarios en América Latina y el Caribe*. Recuperado el 05 de noviembre del 2023 de <https://www.fao.org/3/cb5441es/cb5441es.pdf>
- Datos Geográficos – I. Municipalidad de Gualaceo*. (2023). Recuperado 18 de agosto de 2023, de <https://www.gualaceo.gob.ec/gualaceo/datos-geograficos/>
- FAOLEX. (2018, octubre 23)., *Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario. Texto consolidado*. Recuperado 5 de noviembre de 2023, de <https://www.fao.org/faolex/results/details/es/c/LEX-FAOC102815/>
- Fundación de la Caficultura para el Desarrollo Rural (2006). *Marañón en Guatemala*. Recuperado 10 de octubre de 2023, de <http://redilacg.org/>
- GAD Parroquial Daniel Córdova Toral. (2014, julio 28). *División Política*. Recuperado el 10 de octubre del 2023 de <https://gadprdanielcordovatoral.gob.ec/azuay2/?p=94>
- GAD Parroquial Rural Luis Cordero Vega (2011, agosto 22). *Datos Generales. GAD Luis Cordero Vega*. Recuperado el 9 de octubre del 2023, de <https://gpluiscorderovega.gob.ec/azuay/>
- GAD Parroquial Rural Luis Cordero Vega (2019)., *GAD Luis Cordero Vega*. Recuperado 4 de noviembre de 2023, de <https://gpluiscorderovega.gob.ec/azuay/category/sin-categoria/>
- GAD Parroquial Rural de Zhidmad. (2011, mayo 15). *Ubicación Geográfica. GAD Parroquial*

- de *Zhidmad*. Recuperado el 10 de octubre del 2023 de <https://zhidmad.gob.ec/azuay/ubicacion-geografica/>
- G. de Opazo J. (2018) *Digitalizar los canales cortos de comercialización agroalimentaria*. Recuperado de <https://lahuertadigital.es/digitalizar-los-canales-cortos-de-comercializacion-agroalimentaria/>
- GAD Parroquial San Juan del Cid. (2015, febrero 20). Datos Generales. *GAD Parroquial de San Juan*. Recuperado el 10 de octubre del 2023 de <https://gadparroquialsanjuan.gob.ec/azuay/datos-generales/>
- Giunta, I. (2018). *Soberanía alimentaria entre derechos del buen vivir y políticas agrarias en Ecuador*. *Theomai*, 38, 109-122.
- Gobierno Provincial del Azuay, *Avance mensual de proyectos 2022 Julio-LOTAIP*, Recuperado 29 de octubre de 2023, de <https://www.azuay.gob.ec/wp-content/uploads/2022/08/AVANCE-MENSUAL-PROYECTOS-2022-JULIO-LOTAIP.pdf>
- Gobierno Parroquial Remigio Crespo Toral (2011, octubre 4). *Datos Generales. GAD Parroquial de Remigio Crespo Toral*. Recuperado el 10 de octubre del 2023 de <https://gobiernoparroquialremigiocrespo.gob.ec/azuay/datos-generales/>
- Gualaceo (2021). *Actualización del plan de desarrollo y ordenamiento territorial del Cantón Gualaceo*, Recuperado el 10 de diciembre del 2023, de <https://www.gualaceo.gob.ec/pdot-gualaceo-2021/>
- Guzmán, C. (2023, enero 26). *¿Qué es el agroturismo? | 2023. Maestrías y MBA*. <https://www.ceupe.mx/blog/que-es-el-agroturismo.html>
- Hernández, J. (2005). *Cadenas alimentarias Políticas para la competitividad*. Recuperado 19 de noviembre del 2023 de <http://repiica.iica.int/DOCS/B0455E/B0455E.PDF>

Instituto Nacional de la Economía Social (2019, mayo 02). *Cadenas de valor*. Recuperado 19 de noviembre de 2023, de <https://www.gob.mx/inaes/articulos/conoce-las-cadenas-de-valor>

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2018)., *El Mercado y la Comercialización*. Recuperado el 13 de enero del 2024, de <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7088/BVE18040224e.pdf?sequence=1>

León, M. (2021, noviembre 17). *Circuitos cortos y mercados itinerantes como alternativas sostenibles de comercialización*. Recuperado 04 de noviembre del 2023, de <https://blog.iica.int/blog/circuitos-cortos-mercados-itinerantes-como-alternativas-sostenibles-comercializacion>

León, X. ( 2017, abril 24). *Agroindustria y Soberanía Alimentaria en Ecuador*. Recuperado 19 de noviembre del 2023, de [https://www.iss.nl/sites/corporate/files/4\\_Leon\\_Vega.pdf](https://www.iss.nl/sites/corporate/files/4_Leon_Vega.pdf)

Mardsden, T. BANKS, J & BRISTO.W, G. (2000): “*Food suply chain approaches: exploring their role in rural development*”, *Sociologia Ruralis*, 40,4,424-438.

Miller, P. (2012). *Revista Cuenca Ilustre-Ecuador*. Recuperado 04 de noviembre de 2023, de <https://patomiller.wordpress.com/2012/08/25/la-parroquia-jadan/>

Miller, P. (2012). *Revista Cuenca Ilustre-Ecuador*. Recuperado 05 de noviembre de 023, de <https://patomiller.wordpress.com/2012/06/24/la-parroquia-san-juan-de-cid/>

Miller, P (2012, junio 1). Zhidmad, parroquia de Gualaceo. *Revista Cuenca Ilustre - Ecuador*. <https://patomiller.wordpress.com/2012/05/31/zhidmad-parroquia-de-gualaceo/>

Ministerio de Agricultura (2023, febrero). *Asociaciones productivas de Azuay pueden actualizarse en el MAG*. Recuperado 2 de agosto de 2023, de <https://www.agricultura.gob.ec/asociaciones-productivas-de-azuay-pueden->

actualizarse-en-el-mag/

Municipio de Gualaceo. *Rendición de Cuentas 2022*. Recuperado 29 de octubre del 2023, de

[https://www.gualaceo.gob.ec/wp-](https://www.gualaceo.gob.ec/wp-content/Rendiciones_gad/2022/Fase_2/Informe%20Preliminar%20-%20Anexo.pdf)

[content/Rendiciones\\_gad/2022/Fase\\_2/Informe%20Preliminar%20-%20Anexo.pdf](https://www.gualaceo.gob.ec/wp-content/Rendiciones_gad/2022/Fase_2/Informe%20Preliminar%20-%20Anexo.pdf)

Ortega C. (2023). *Investigación mixta. Qué es y tipos que existen*. Recuperado el 19 de noviembre del 2023, de <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-mixta/>

Ortiz, M. E. R. (2015). *Tendencias de innovación en la ingeniería de alimentos*. Recuperado el 19 de noviembre del 2023, de <https://books.google.es/books?id=LBpOCwAAQBAJ>

Paz G., et al (2020, diciembre). *Circuitos cortos de comercialización: el juego entre lo disponible y lo posible en la agricultura familiar*. Recuperado el 19 de noviembre del 2023, de <https://www.scielo.sa.cr/pdf/eys/v25n58/2215-3403-eys-25-58-35.pdf>

Pazmiño O., et al (2015, octubre 10). *Estudio sobre residuos de plaguicidas en brócoli de exportación y consumo nacional.*, <https://doi.org/10.36331/revista.v2i2.12>

*Página Oficial del GAD parroquial de Daniel Córdova Toral* -. (2023). Recuperado 4 de noviembre de 2023, de <https://gadprdanielcordovatoral.gob.ec/azuay2/>

*Qué es el Comercio Justo* • *Coordinadora Estatal de Comercio Justo*. (2023). Coordinadora Estatal de Comercio Justo. Recuperado 7 de octubre de 2023, de <https://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo-2/>

Rivadeneria,G. (2022). *¿Cuál es el Presupuesto General del Estado de 2023?*. Recuperado el 12 de noviembre del 2023, de <https://www.lexis.com.ec/blog/otros/cual-es-el-presupuesto-general-del-estado-de-2023>

Ridge B. (2023, agosto 08). *El Enfoque Tradicional del Marketing según Kotler: Una Visión Detallada*. Recuperado el 02 de diciembre del 2023, de <https://www.mediummultimedia.com/marketing/que-es-el-marketing-tradicional->

segun-kotler/

SENESCYT (2021). Constitución de la República del Ecuador, Registro Oficial N° 449 de fecha 20 de octubre del 2008. Recuperado el 10 de diciembre del 2023, de [https://www.educacionsuperior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Normas\\_constitucionales.pdf](https://www.educacionsuperior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Normas_constitucionales.pdf)

Tolentino J. (2018). *Sistemas agroalimentarios localizados y prácticas agrícolas tradicionales*. Recuperado el 05 de noviembre de 2023, de [https://www.google.com.ec/books/edition/Sistemas\\_Agroalimentarios\\_Localizados](https://www.google.com.ec/books/edition/Sistemas_Agroalimentarios_Localizados)

Villegas N. (2019). *El mercado y los sistemas económicos*. Recuperado el 13 de noviembre del 2023 de <https://es.slideshare.net/nelmisvillegas1/sistemas-de-comercializacion>

Westreicher G. (2020). *Comercialización*. Recuperado el 05 de noviembre del 2023 de <https://economipedia.com/definiciones/comercializacion.html>

Zamora, J. G. (2020). *La Merced: Centralidad económica y cadena de suministro de alimentos*. UNAM, Programa Universitario de Estudios sobre la Ciudad.

Zhicay J (2023)., *Capitulo-1—NCJDNSVJ - CAPITULO 1 ANTECEDENTES 1 Reseña histórica La parroquia Daniel Córdoba Toral—Studocu*. (s. f.). Recuperado 14 de octubre de 2023, de <https://www.studocu.com/ec/document/universidad-de-cuenca/administracion-financiera/capitulo-1-ncjdnsvj/55913152>

## 11. Anexos

### 11.1 Anexo 1. Ficha de levantamiento de información para los productores

## UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA MAESTRÍA EN AGRONEGOCIOS SOSTENIBLES

<b>1.- UBICACIÓN</b>					
CANTÓN					
PARROQUIA					
COMUNIDAD/ASOCIACIÓN					
<b>2.- INFORMACIÓN DEL ENCUESTADO</b>					
TELÉFONO		CELULAR		DISCAPACIDAD	
NOMBRE		EDAD		ESTADO CIVIL	
INSTRUCCIÓN		HIJOS		SEXO	
<b>3.- DATOS DE LA ORGANIZACIÓN</b>					
¿La organización tiene personería jurídica?	SI	¿Cuáles son las principales actividades que realiza? Señale	Manejo de huertos		
	NO		Cultivo de frutales		
¿Qué principales productos comercializa?	SI	NO	Cultivo de tubérculos		
			Cultivo de leguminosas		
			Crianza de animales menores		
			Crianza de animales mayores		
			¿Cuál es el ingreso mensual por sus productos?	100-200	
				200-300	
			300-400		
¿Donde comercializa sus productos?	SI	NO	¿Quien está a cargo de su finca?	Usted	
				Esposo	
				Otros	
Justifique su respuesta: _____					
¿Sus productos los lleva un intermediario?	SI	NO			

Justifique su respuesta:

---

¿Considera necesaria la intermediación?

---

¿Considera que el precio que ofrece el intermediario es justo?

SI	NO

Justifique su respuesta:

---

¿Usted estaría dispuesto a comercializar sus productos de manera directa?

SI	NO

¿Considera que la producción de su finca

SI	NO

Justifique su respuesta:

---

Realiza una actividad complementaria para obtener ingresos económicos?

Artesanías		¿Cree que su asociación cuenta con la capacidad para comercializar sin intermediarios? Justifique	SI	NO
Tejidos				
Albañilería				
Joyería				
Paja toquilla				

¿Qué necesidades presenta la organización a la que pertenece?

---

¿Tiene dificultades para la producción agrícola y pecuaria de su finca?

SI		NO	
----	--	----	--

¿Cree necesaria la participación en capacitaciones y asistencia técnica para mejoramiento productivo de su finca?

SI	NO

## 11.2 Anexo 2. Fotografías del levantamiento de información realizado en las parroquias del Cantón Gualaceo

Las imágenes de las Figuras 38,39,40 evidencian el levantamiento de información a los productores del cantón Gualaceo.

**Figura 38.** Encuestas realizadas en las parroquias Jadán del cantón Gualaceo



*Nota:* La Figura 38 muestra a productores de la parroquia Jadán, comunidad Granda, respondiendo la encuesta realizada para este trabajo.

**Figura 39.** Encuestas realizadas en la parroquia San Juan del Cid, cantón Gualaceo



*Nota:* La Figura 39, muestra a una productora de sombreros de la Asociación de Toquilleras Reina del Cisne, comunidad de San José de Pirca, parroquia San Juan del Cid, respondiendo la encuesta planteada.

**Figura 40.** Encuestas realizadas en la parroquia Daniel Córdova Toral, cantón Gualaceo



*Nota:* La Figura 40, muestra a una productora de ovinos de la parroquia Daniel Córdova Toral, quien ayuda en la venta de animales y labores agrícolas, sus actividades las debe hacer bajo supervisión de sus padres, ya que padece de una discapacidad física.

### 11.3 Anexo 3. Certificado de traducción del resumen

---

Loja, 22 de enero de 2024

Yo, Mariela Verónica Peralta Castillo, con número de cédula 010474081-6

#### **CERTIFICO:**

Haber realizado la traducción textual del resumen del documento adjunto, correspondiente a mi Trabajo de Titulación denominado: **“Estrategias para potenciar los circuitos cortos de comercialización en el Cantón Gualaceo, provincia del Azuay”**, en calidad de practicante del idioma inglés y de haber obtenido la suficiencia en el idioma en el año 2012, a través del Instituto Golden Bridge Corp. S.A.

Es todo lo que puedo certificar en honor a la verdad.

Atentamente:



Ing. Mariela Peralta C.

**C.I 010474081-6**