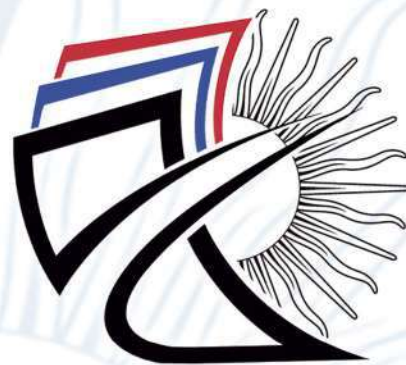




PUERTO MADERO
EDITORIAL

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

Autores:

Carla Sofia Arguello Guadalupe
Germán Gonzalo Reinoso Muñoz
Paula Alejandra Abdo Peralta
Andrea Patricia Guapi Auquilla

**1era Edición
2022**

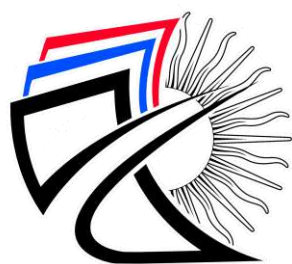


puertomaderoeditorial.com.ar



La Plata - Argentina

**SISTEMA DE COMERCIO
JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS
CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES
AGRÍCOLAS**



**PUERTO MADERO
EDITORIAL**

**SISTEMA DE COMERCIO
JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS
CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES
AGRÍCOLAS**

AUTORES:

Carla Sofia Arguello Guadalupe
Germán Gonzalo Reinoso Muñoz
Paula Alejandra Abdo Peralta
Andrea Patricia Guapi Auquilla



Sistema de comercio justo mejoramiento de las condiciones económicas de los pequeños productores agrícolas / Carla Sofia Arguello Guadalupe ... [et al.] ; editado por Juan Carlos Santillán Lima ; Daniela Margoth Caichug Rivera. - 1a ed revisada. - La Plata : Puerto Madero Editorial Académica, 2022. Libro digital, PDF/A

Archivo Digital: descarga y online
ISBN 978-987-48756-1-7

1. Administración. I. Arguello Guadalupe, Carla Sofia. II. Santillán Lima, Juan Carlos, ed. III. Caichug Rivera, Daniela Margoth, ed.
CDD 338.13



Licencia Creative Commons:

Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)



Primera Edición, Mayo 2022

**SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE LOS PEQUEÑOS
PRODUCTORES AGRÍCOLAS**
ISBN: 978-987-48756-1-7

Editado por:

Sello editorial: ©Puerto Madero Editorial Académica
N° de Alta: 933832

Editorial: © Puerto Madero Editorial Académica

CUIL: 20630333971

Calle 45 N491 entre 4 y 5

Dirección de Publicaciones Científicas Puerto Madero Editorial Académica
La Plata, Buenos Aires, Argentina

Teléfono: +54 9 221 314 5902
+54 9 221 531 5142

Código Postal: AR1900

Este libro se sometió a arbitraje bajo el sistema de doble ciego (peer review)

Corrección y diseño:

Puerto Madero Editorial Académica

Diseñador Gráfico: José Luis Santillán Lima

Diseño, Montaje y Producción Editorial:

Puerto Madero Editorial Académica

Diseñador Gráfico: Santillán Lima, José Luis

Director del equipo editorial: Caichug Rivera, Daniela Margoth

Editor: Santillán Lima, Juan Carlos
Caichug Rivera, Daniela Margoth

Hecho en Argentina
Made in Argentina

AUTORES:

Carla Sofia Arguello Guadalupe

Facultad de Recursos Naturales – Carreras de Agronomía e Ingeniería Forestal de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, (ESPOCH), Panamericana sur km 1 ½ (ECO60155), Riobamba Ecuador

c_arguello@esPOCH.edu.ec

 <https://orcid.org/0000-0003-2102-4290>

Germán Gonzalo Reinoso Muñoz

Facultad de Recursos Naturales – Carreras de Agronomía e Ingeniería Forestal de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, (ESPOCH), Panamericana sur km 1 ½ (ECO60155), Riobamba Ecuador

german.reinoso@esPOCH.edu.ec

 <https://orcid.org/0000-0002-4355-3700>

Paula Alejandra Abdo Peralta

Facultad de Recursos Naturales, Carrera de Agronomía e Ingeniería Forestal de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH), Panamericana sur km 1 1/2, (ECO60155), Riobamba Ecuador

paula.abdo@esPOCH.edu.ec

 <https://orcid.org/0000-0002-9383-9168>

Andrea Patricia Guapi Auquilla

Investigador Independiente

aguapi@esPOCH.edu.ec

 <https://orcid.org/0000-0003-0711-6391>

Contenido

1	CONCEPTOS FUNDAMENTALES DEL COMERCIO JUSTO.....	1
1.1	Comercio Justo.....	1
1.2	Objetivos principales.....	2
1.3	Breve historia del comercio justo.....	2
1.4	El comercio justo y su relación con el desarrollo local.....	9
1.4.1	Desarrollo local, evolución del concepto.....	9
1.5	Desarrollo local y comercio justo.....	14
1.5.1	Desarrollo local y comercio justo o economía social solidaria y comercio justo	16
1.5.2	Ejemplos de comercio justo	18
1.6	10 Principios del comercio justo World Fair Trade Organization	25
1.6.1	Principio Uno: Creando Oportunidades para Productores Económicamente Desfavorecidos	25
1.6.2	Principio Dos: Transparencia y Responsabilidad	25
1.6.3	Principio Tres: Prácticas Comerciales Justas.....	26
1.6.4	Principio Cuatro: Pago Justo.....	27
1.6.5	Principio cinco: Asegurar que no haya trabajo infantil ni trabajo forzoso	28
1.6.6	Sexto Principio: Compromiso con la No Discriminación, la Equidad de Género y el Empoderamiento Económico de las Mujeres, y la Libertad de Asociación	28
1.6.7	Principio Siete: Garantizar Buenas Condiciones de Trabajo.....	29
1.6.8	Principio Ocho: Brindar Desarrollo de Capacidades	30
1.6.9	Principio Nueve: Promoción del Comercio Justo	30
1.6.10	Principio Décimo: Respeto al Medio Ambiente	31
1.7	Estándares Fairtrade	31
1.7.1	Principios comunes	33
2	DIAGNÓSTICO AGRÍCOLA DEL CANTÓN RIOBAMBA.	35
2.1	Inventario de los principales productos agrícolas que produce el cantón.	35
2.1.1	Principales cultivos producidos en las parroquias rurales de la ciudad de Riobamba.....	36
2.1.2	Productores por Cultivo	41
2.1.3	Cultivos por parroquia	42
2.1.4	Superficie destinada para producción agrícola.	43
2.2	Costos de producción de los principales productos agrícolas del cantón.	49
2.2.1	Papa.....	50

2.2.2	Maíz suave	51
2.2.3	Arveja.....	52
2.2.4	Haba	53
2.2.5	Tomate de árbol	54
2.2.6	Col.....	56
2.2.7	Quinoa.....	57
2.2.8	Tomate riñón.....	57
2.2.9	Cebolla colorada	60
2.2.10	Lechuga.....	61
2.2.11	Fréjol	62
2.2.12	Brocoli.....	63
2.3	Canales de comercialización de los productos agrícolas del cantón	64
3	COSTOS REALES DE PRODUCCIÓN - FACTORES ENDÓGENOS	
	INVISIBILIZADOS.....	68
3.1	Acompañamiento a los productores en los procesos productivos para identificar costos reales.....	68
3.2	Rubros de producción.....	71
3.2.1	Principales cultivos producidos en las parroquias rurales de la ciudad de Riobamba.....	72
3.2.2	Análisis de PDOT de parroquias rurales del cantón Riobamba.....	77
3.2.3	Análisis	91
3.3	Beneficios económicos del proceso productivo	99
3.4	Socialización de la política pública consensuada a los diferentes actores.	101
4	SENSIBILIZACIÓN AL CONSUMIDOR	103
4.1	Identificar el perfil del consumidor.....	103
4.2	Identificar los canales de divulgación	111
4.2.1	Página web.....	112
4.2.2	Redes sociales	112
4.2.3	Colaboraciones y entrevistas.....	112
4.2.4	Ferias locales.....	113
4.2.5	Página web.....	113
4.2.6	WhatsApp	115
4.2.7	Página en redes sociales.....	115
4.2.8	Medios de comunicación	116
4.3	Diseñar una campaña de sensibilización.....	117
4.3.1	Campaña de comercialización “Juntos por el comercio justo”.....	118

4.3.2	Beneficios nutricionales de los productos.....	119
4.4	Beneficiarios.....	120
4.4.1	Sostenibilidad.....	122
4.4.2	Vinculación con la sociedad	122
4.4.3	Análisis de la demanda dentro de la ESPOCH	122
4.4.4	Formación de la canasta.....	123
4.4.5	Comercialización. - Se desarrollará un proceso de comercialización asociado a una concientización del Comercio Justo, de los principios en los que se basa y de la importancia de la que el consumidor debe darle a la adquisición de estos productos, para ello se realizará las siguientes actividades:.....	126
4.5	Ejecución de la campaña de sensibilización	127
4.5.1	Generación de videos	127
4.6	Impacto de la presencia del proyecto en la economía de los agricultores.....	130
4.6.1	Canastas	130
4.6.2	Ferias.....	131
4.7	Políticas locales coherentes generadas participativamente	134
4.7.1	Evaluación de las políticas vigentes de comercio justo con los representantes de los productores de cada parroquia.	134
4.7.2	Evaluación de las políticas existentes con el comité de comercio justo	135
5	PLANIFICACIÓN Y ZONIFICACIÓN CONSENSUADAS CON LOS PRODUCTORES QUE PARTICIPAN EN EL PROYECTO DE COMERCIO JUSTO	141
5.1	Descripción del uso actual y potencial de los suelos	141
5.1.1	Parroquia Cacha	144
5.1.2	Parroquia Calpi	146
5.1.3	Parroquia Cubijies.....	148
5.1.4	Parroquia Flores	150
5.1.5	Parroquia Lican.....	152
5.1.6	Parroquia Licto.....	154
5.1.7	Parroquia Pungalá	156
5.1.8	Parroquia Punín.....	158
5.1.9	Parroquia Quimiag	160
5.1.10	Parroquia San Juan.....	162
5.2	Diseñar la planificación de la producción de acuerdo con la zonificación consensuada.....	164
5.2.1	Introducción	164
5.2.2	Importancia de planificación.....	166

5.2.3	- Recursos económicos para inversión.....	167
5.2.4	- Recursos de insumos, equipos y terreno propio	167
5.2.5	- Recursos naturales (Suelo, agua y etc.)	167
5.2.6	- Tecnologías productivas	168
5.2.7	- Registro en producción, comercialización y finanza.....	168
5.2.8	- Canal y experiencia (resultados) de venta	168
5.2.9	- Productividad de los rubros seleccionados en cada época (seca y lluviosa) .	171
5.2.10	- Colaboradores como otros agricultores o instituciones	171
5.3	Planificación Participativa.....	171
5.3.1	Análisis de la planificación participativa parroquia Cacha.....	171
5.3.2	Análisis de la planificación participativa parroquia Calpi	181
5.3.3	Análisis de la planificación participativa de la parroquia Cubijíes.....	189
5.3.4	Análisis de la planificación participativa de la parroquia Licán	197
5.3.5	Análisis de la planificación participativa de la parroquia Pungalá	205
5.3.6	Análisis de la planificación participativa de la parroquia Punín.....	214
5.3.7	Análisis de la planificación participativa de la parroquia San Luis	222
5.3.8	Análisis de la planificación participativa de la parroquia San Juan.....	230
5.4	Elaboración de Mapa de Cultivos	238
5.4.1	Práctica de Elaboración del “Mapa de Cultivos”	238
5.4.2	Programación de producción y venta (calendarización).....	238
5.4.3	Estrategias de comercialización	239
5.4.4	Discusión.....	240
6	USO DEL SISTEMA INVESTIGACIÓN E INFORMACIÓN	244
6.1	Diseñar el Sistema Informático	244
6.2	Secuencia del ingreso de la información.....	245
6.2.1	Ingreso de datos	245
6.2.2	Gestión de datos	246
6.3	Alimentar el sistema.....	249
6.3.1	Contar con una base de datos de productos, precios, productores que permitan realizar una comercialización directa.	249
6.4	Validar el Sistema de Información.....	256
6.4.1	Proceso metodológico empleado para el diseño del sistema	257
6.4.2	Resultados obtenidos	257
7	REFERENCIAS.....	258

CAPITULO 1

1 CONCEPTOS FUNDAMENTALES DEL COMERCIO JUSTO

1.1 Comercio Justo

El comercio justo (también denominado comercio equitable, comercio equitativo, o comercio alternativo) es una forma alternativa de comercio promovida por varias ONG (organizaciones no gubernamentales), por la Organización de las Naciones Unidas y por los movimientos sociales y políticos (como el pacifismo y el ecologismo) que promueven una relación comercial voluntaria y justa entre productores y consumidores.

El comercio justo es una iniciativa para crear canales comerciales innovadores, dentro de los cuales la relación entre las partes se orienta al logro del desarrollo sustentable y sostenible de la oferta. El comercio justo se orienta hacia el desarrollo integral, con sustentabilidad económica, social y ambiental, respetando la idiosincrasia de los pueblos, sus culturas, sus tradiciones y los derechos humanos básicos. El comercio justo puede ser considerado una versión humanista del comercio libre, que al igual que este es voluntario entre las dos partes y no tendría lugar si ambas partes no creyeran que iban a salir beneficiadas.

El comercio justo es un movimiento social global cuyas experiencias pioneras empezaron a finales de 1940 como respuestas alternativas al fracaso del modelo de comercio convencional. El comercio justo busca promover patrones productivos y comerciales responsables y sostenibles, así como oportunidades de desarrollo para los pequeños agricultores(as), campesinos(as) y artesanos(as) en desventaja económica y social, respecto a los actores dominantes en el mercado.

El comercio justo es un modelo comercial que pone al centro los seres humanos y la sostenibilidad social, económica y ambiental de las sociedades; dignificando el trabajo, respetando el medio ambiente y fomentando una gestión responsable y sostenible de los recursos naturales.

El comercio justo facilita a los pequeños productores(as) organizados un acceso directo al mercado en condiciones justas y equitativas, creando un canal de comercialización sostenible, solidario y de calidad, lo más directo posible entre productores y consumidores.

Con el ánimo de que se reconozca dignamente el trabajo de los productores(as) y sus organizaciones, de modo que los consumidores se comprometan con el desarrollo de sus comunidades. Además, busca garantizar a los trabajadores agrícolas y artesanales condiciones de trabajo dignas, promoviendo su asociatividad y empoderamiento.

1.2 Objetivos principales

Los elementos más importantes del movimiento de comercio justo son:

1. La sostenibilidad integral, en todas sus dimensiones (social, económica y ambiental), con un enfoque de responsabilidad compartida entre todos los actores involucrados en las cadenas comerciales.
2. Un trabajo profundo con quienes siempre han sido privados del acceso directo al mercado, promoviendo la asociatividad para que se conviertan en actores protagónicos del desarrollo local, y construyan relaciones comerciales justas y solidarias, transparentes, de largo plazo, que dignifiquen el trabajo de los seres humanos, que respeten las diversidades culturales, étnicas y de género, y que fomenten la sostenibilidad ambiental e intergeneracional.
3. La promoción y el respeto de los derechos humanos y laborales, fomentando un justo reconocimiento del trabajo de trabajadores agrícolas y artesanales.
4. Otro objetivo fundamental del comercio justo es fomentar la cultura de un consumo responsable porque consumir significa elegir qué tipo de desarrollo queremos.

1.3 Breve historia del comercio justo

Rafael Sanchis (2006), desde una experiencia personal en los países productores del Sur y con información sobre los índices del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, sostiene que el comercio justo se desarrolla principalmente con los países más desfavorecidos y apoya de manera especial a organizaciones de producción con participación de mujeres, además de otorgar un financiamiento previo a sus proveedores y establecer relaciones comerciales estables en el tiempo. En estrecha colaboración con las aportaciones de las organizaciones de cooperación internacional, el comercio justo se orienta al desarrollo y a una hipotética erradicación de la pobreza.

Así, el problema básico del comercio tradicional, que podría considerarse como injusto, lo constituyen las reglas inequitativas del juego y los dobles estándares que rigen los intercambios comerciales internacionales, los cuales han sesgado el crecimiento en beneficio

de los países desarrollados, con lo cual han profundizado aún más las diferencias entre ricos y pobres. El comercio justo es "una relación comercial basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, cuyo objetivo principal es lograr una mayor equidad en el comercio mundial" (EFTA, 2001a). La definición proviene de la red FINE, cuyo nombre está formado a partir de las letras iniciales de los nombres de las cuatro organizaciones de comercio justo que se agrupan en ella: Fairtrade Labelling Organizations International, FLO; International Fair Trade Association, IFAT, actualmente World Fair Trade Organization, WFTO; Network of European Worldshops, NEWS!, y European Fair Trade Association, EFTA.

Los objetivos estratégicos del comercio justo son:

1. Contribuir a que productores y trabajadores marginales superen la posición de vulnerabilidad en la que se encuentran y accedan a la seguridad y la autosuficiencia económica.
2. Otorgar a esos productores y trabajadores una mayor influencia en las decisiones de sus organizaciones.
3. Desempeñar un papel más activo en el escenario mundial en la búsqueda de mayor equidad en el comercio mundial (EFTA, 2001a).

Esos diferentes criterios y principios que los productores y los compradores se comprometen a respetar varían de acuerdo con el producto y el modo de producción (pequeños productores o plantación). Son establecidos por la FLO) a través de mecanismos de certificación.

Con respecto a los productores, los criterios son de dos tipos: a) Mínimos, a través de los cuales obtiene la certificación que permite su acceso a los programas de comercio justo, y b) de Progreso que incluye parámetros que alientan a los productores a mejorar en forma continua la calidad y sustentabilidad de su producción, fomentan el desarrollo organizacional e incrementan su bienestar (FLO, 2005).

Los productores se comprometen también a proteger el medio ambiente y a seguir las normas de salud y seguridad. En el caso de los empleados, el empleador se obliga a cumplir condiciones como permitir la sindicalización, pagar un salario digno, respetar estrictamente las normas de salud y seguridad de los trabajadores, y cumplir los convenios internacionales sobre el trabajo forzoso y el trabajo infantil.

En lo que corresponde a los compradores, los criterios certificación del comercio justo establecen que debe pagarse por el producto un precio *justo*, es decir, un importe que cubra los costos de un método de producción sostenible que no dañe al medio ambiente. Además, deben ser capaces de ofrecer a las organizaciones productivas un financiamiento previo a la cosecha y obligarse a establecer relaciones comerciales de largo plazo.

En lo que concierne a la historia del comercio justo, Gavin Fridell (2006) subraya que debe hacerse una distinción entre la *red de comercio justo* y el *movimiento de comercio justo*. La categoría de *red* se usa para referirse a una red formal de organizaciones no gubernamentales (ONG) que vincula a campesinos y trabajadores del Sur con socios del Norte a través de un sistema de reglas de comercio. En contraste, el término *movimiento* se usa para referirse a una corriente más general e informal que surgió a finales de la segunda Guerra Mundial y que ha tenido una influencia significativa en los círculos internacionales del desarrollo.

Para Fridell (2006) este movimiento no tiene existencia oficial, pero puede ser referente para englobar a una variedad de iniciativas dirigidas tanto por gobiernos de los países en desarrollo, como por organismos internacionales y ONG con el propósito de usar la regulación del mercado para proteger a los agricultores y trabajadores pobres de los altibajos del mercado. En referencia a la red de comercio justo, este autor señala que su desarrollo se ha visto influido de modo significativo por el movimiento, del que tomó el enfoque de combatir los precios injustos aplicados a los productos básicos para lograr "comercio, no ayuda".

Además, la red tuvo influencias de la teoría de la dependencia y su crítica a las desigualdades inherentes al sistema capitalista mundial.

Como resultado, desde un principio los promotores del comercio justo buscaron desarrollar un sistema alternativo de comercio en el que los precios no estuvieran determinados por los altibajos del sistema mundial, el cual se puede considerar inherentemente injusto, sino a través de negociaciones entre los interesados sustentadas en el principio de justicia para todas las partes.

Según los trabajos de autores como Gavin Fridell (2004a, 2006), Véronique Bisailon, Corinne Gendron y Marie-France Turcotte (2005), Flurina Dopfer y Alma Amalia González (2007), Mara Fridell, Ian Hudson y Mark Hudson (2008), Corinne Gendron, Véronique Bisailon y Ana Isabel Otero (2008), los múltiples orígenes de la red de comercio justo se

sitúan entre las décadas de los cuarenta y cincuenta del siglo XX, cuando organizaciones cristianas de Europa y Norteamérica empezaron a vender, mediante proyectos de adquisición directa, artesanías producidas por artesanos del Sur en condiciones desventajosas.

En las siguientes dos décadas estas estructuras se desarrollaron como organizaciones de comercio alternativo e iniciaron la importación y venta de artesanías de comercio justo a través de pedidos por correo, grupos eclesiásticos solidarios y tiendas de comercio justo. En las décadas de los setenta y ochenta, el café y otros productos básicos agrícolas fueron introducidos en los mercados de comercio justo y su facturación rápidamente excedió la de las artesanías y desató el crecimiento de la red.

Para la década de los noventa, en Europa y Norteamérica existían docenas de organizaciones alternativas dedicadas al comercio justo; las más grandes, con importantes ventas anuales de varios millones de dólares. Entre éstas destacan el Oxford Committee for Famine Relief (Comité Oxford de Ayuda contra el Hambre), mejor conocido como Oxfam, fundado en Gran Bretaña en 1942; la Fair Trade Federation (Federación de Comercio Justo) en Estados Unidos, cuyos inicios se remontan a 1946, y la Fédération Artisans du Monde (Federación de Artesanos del Mundo), creada en Francia en 1981, con antecedentes que datan de 1970.

En 1988 surgió la primera iniciativa para crear un sello de comercio justo, con la creación de la Fundación Max Havelaar en los Países Bajos. Esta iniciativa fue el fruto del encuentro entre una organización campesina mexicana (Unión de las Comunidades Indígenas de la Región del Istmo, UCIRI) y un asesor de la organización Solidaridad, quienes con la colaboración de las redes de la iglesia católica decidieron promover la creación de un sello de comercio justo que permitiera a las compañías transnacionales convencionales incursionar en el mercado justo a cambio de una cuota de certificación, a partir del supuesto de que los importadores convencionales estarían motivados a participar en el comercio justo porque el sello les daría un valor agregado en el mercado (Vander-Hoff, 2001, 2002).

Desde su formación, los sellos de comercio justo se difundieron rápidamente, según explica Gavin Fridell (2006). En la actualidad existen 17 iniciativas nacionales –bajo los nombres de Max Havelaar, TransFair, Fair Trade Foundation, Reilan Kauppa o Rättvisemärkt– coordinadas por la FLO, con sede en Bonn, Alemania.

La FLO tiene estándares internacionales de comercio justo para una variedad de productos agrícolas primarios que incluyen café, té, cacao, plátano, miel, caña de azúcar,

naranja, mango, piña y jugos de frutas. Los productos certificados por la FLO son comercializados bajo términos de precio mínimo garantizado e incluyen "primas sociales" pagadas por el comprador a las comunidades productoras para el desarrollo de infraestructura, como hospitales, escuelas, caminos y facilidades para el procesamiento. Esta organización internacional tiene estrictos estándares laborales y ambientales a los cuales deben adherirse sus socios del Sur y que incluyen la negativa al trabajo infantil y forzado, la libertad de asociación para los trabajadores y medidas de sustentabilidad ambiental. Adicionalmente, las cooperativas de los pequeños agricultores deben estar dirigidas por una asamblea general con derecho al voto para todas las familias integrantes y tener una junta electa democráticamente que determine el uso de la prima social (FLO, 2003).

Otro ejemplo de sello del comercio justo es la fundación STEP, creada en 1995 por organizaciones suizas, a través del cual los productores de tapices se comprometen a otorgar buenas condiciones de trabajo y de vida a los tejedores y tejedoras, a luchar contra el trabajo infantil y a proteger el medio ambiente.

La propuesta de crear un sello de comercio justo provocó división entre las organizaciones involucradas, ya que algunas se sentían capaces de garantizar por sí mismas la equidad a lo largo de todo el proceso productivo. Por lo tanto, consideraban que no tenían necesidad de colocar un sello de garantía. Ejemplo de ello es la red francesa de organizaciones de comercio justo denominada Minga.

Retomando el recorrido histórico del comercio justo, puede decirse que en su modalidad de *red* tuvo un crecimiento significativo como resultado de su reorientación e introducción en las grandes cadenas comerciales. Sin embargo, las ventas por comercio están aún muy lejos de cubrir las necesidades de los socios productores del Sur, muchos de los cuales sólo pueden vender una pequeña proporción de su producción total en los mercados de comercio justo. Según Laura T. Raynolds (2002) las cooperativas de comercio justo de café pueden vender en promedio sólo 20% de su producción. Al mismo tiempo, hay indicadores de límites significativos para las perspectivas de crecimiento a largo plazo de los mercados de comercio justo. De acuerdo con la EFTA, mientras los mercados relativamente no explotados han mostrado un crecimiento sustancial en años recientes, los mercados de comercio justo bien establecidos, como los de los Países Bajos y Alemania, han registrado un crecimiento lento o incluso una caída, lo que refleja "haber alcanzado un cierto nivel de umbral de ventas o cuotas de mercado que parece muy difícil de superar" (EFTA, 2001b: 33-36).

Para Gavin Fridell (2006), el indicador más alarmante de los límites del mercado de comercio justo es quizá la caída de las tasas de crecimiento del café de comercio justo, ya que se trata del sector tradicionalmente más grande y con la expansión más acelerada. Según este autor, en el 2000 la FLO indicó que estaba reticente a registrar cualquier nueva cooperativa debido al estancamiento de las ventas de café, que tuvo su origen en la caída de los precios de las exportaciones para granos de café convencionales, fenómeno que ha dañado la competitividad del comercio justo.

En respuesta a estas presiones del mercado mundial, los promotores del comercio justo han buscado escalar sus esfuerzos para expandir el mercado de este tipo de comercio, especialmente en Norteamérica.³

La principal estrategia empleada por los activistas es poner en marcha campañas de *buycotting*: en lugar de boicotear corporaciones para forzarlas a adoptar estándares de comercio justo, buscan crear una demanda de estos productos entre los consumidores y después obligar a las corporaciones a satisfacer la demanda, todo ello a través de acciones de envío de cartas y protestas. Quizá una de las más notables campañas de *buycotting* fue obligar en el año 2000 a Starbucks Coffee, la compañía más grande de café especializado, a empezar a ofrecer cantidades limitadas de café de comercio justo en sus tiendas en Estados Unidos (Waridel, 2002: 107-109).

Por otro lado, las respuestas de las grandes compañías trasnacionales del sector alimentario pueden agruparse en dos estrategias diferentes, pero complementarias. La primera es una crítica, sobre la base de la economía de la oferta y la demanda, de los medios que utiliza el comercio justo para cumplir con sus objetivos. La segunda es una campaña para demostrar que las grandes compañías reconocen la pertinencia de las reivindicaciones del comercio justo y se desplazan de manera proactiva para hacerles frente con una variedad de iniciativas.

En respuesta a las campañas de comercio justo, las compañías trasnacionales comenzaron a vender cantidades limitadas procedentes del comercio justo. Es el caso de Kraft Foods, Nestlé, Procter & Gamble y Sara Lee, las cuatro empresas más grandes del mundo en el sector alimentario. La creciente participación de las grandes compañías trasnacionales en la red de comercio justo, generalmente gestionada por los activistas, provoca serias preocupaciones acerca del futuro, ya que a través de un compromiso relativamente menor, las

compañías transnacionales logran publicidad favorable a ellas sin tener que abandonar sus prácticas comerciales tradicionales ni disminuir su rentabilidad.

Además de las campañas de *buycotting*, los activistas del comercio justo también han buscado expandir su mercado a través de ganarse el apoyo de las instituciones públicas, cuyas políticas de compras pueden ser un camino significativo para incrementar las ventas. Es el caso de Europa, donde el café y el té de comercio justo se consumen en una variedad de instituciones regionales, nacionales y locales, incluyendo la Unión Europea, la Presidencia de la República y el Parlamento Nacional de Alemania, la Asamblea Nacional Francesa, el Parlamento Escocés y la Cámara de los Comunes del Reino Unido (EFTA, 2001b, 2001c). En Norteamérica el apoyo de las instituciones públicas para el comercio justo ha tenido muy poco peso. Sin embargo, en fecha más reciente se han realizado campañas de estudiantes activistas que han logrado ganar el apoyo de cientos de proveedores de servicios de alimentos de los campus universitarios, aunque sólo unas cuantas universidades han adoptado políticas oficiales de comercio justo para sus compras.

La expansión de las adquisiciones públicas al comercio justo también levanta serias preocupaciones acerca de sus límites. Las instituciones públicas en Europa y Norteamérica han mostrado un creciente apoyo a la red, pero también han continuado rechazando las demandas mayores del movimiento; a la vez, han emprendido reformas empleando a la red como pantalla para cubrir su apoyo a las prácticas tradicionales, en muchos casos abusivas, de comercio. Así, mientras las instituciones públicas europeas apoyan la red de comercio justo, continúan promoviendo políticas neoliberales, entre otras, se niegan a reducir las altas barreras arancelarias para los productos básicos agrícolas, que es una antigua demanda del movimiento.

En síntesis, puede sostenerse que la comercialización de productos del comercio justo puede aumentar en forma significativa debido sobre todo a su introducción en las grandes casas comerciales y a su utilización por parte de las compañías alimentarias internacionales. Sin embargo, esta expectativa de crecimiento pone en riesgo el carácter alternativo del comercio justo y su papel en la creación de un consumo responsable, donde la adquisición de bienes materiales no sea un fin en sí mismo sino sólo una manera de satisfacer las necesidades. Este tipo de consumo⁴ supone a la vez la reducción de consumo, definición de actitudes de compra y selección informada de productos. La reducción resulta imprescindible, si se considera que los recursos del planeta son limitados. Las actitudes de compra deben ser

cuidadas para evitar adquisiciones compulsivas, restringir embalajes, recuperar el sistema de reparaciones y priorizar los bienes colectivos. La selección de productos debe basarse en una información previa sobre las mercancías adquiridas, que analice su contenido, sus implicaciones ambientales y las conductas de las empresas productoras y distribuidoras.

1.4 El comercio justo y su relación con el desarrollo local

1.4.1 Desarrollo local, evolución del concepto

Para definir la noción de lo local, quizá no haya otro camino que referirla a la correlativa noción de lo global. Cuando algo se define como local es porque se le considera en relación con una escala global. Así, un estado o una provincia es local con respecto al país global y una ciudad es local con respecto al estado o provincia al que pertenece.

Esta primera constatación lleva a una aseveración categórica: es imposible analizar un proceso de desarrollo local sin referirlo a la sociedad global en la que está inscrito. Al mismo tiempo, la afirmación del carácter relativo de la noción de lo local permite reconocer la inscripción de lo global en cada proceso de desarrollo. Pero para que esto sea así, para que en el análisis se reconozca la inscripción mutua de estas dos nociones relativas, es necesario partir de su clara distinción. Ello supone reconocer, por un lado, que el análisis de lo global, el análisis de las grandes determinaciones sistémicas y estructurales, no agota el conocimiento de la realidad. Vale decir que en el análisis de lo local se encuentran aspectos que le son específicos, que no son el simple efecto de la reproducción a escala de las determinaciones globales. La distinción de ambas nociones supone también admitir que el análisis de lo local no es todo el análisis de la realidad. Lo local no es "más realidad" que lo global. Más aun, lo global no es la simple adición de realidades locales, sino una dimensión específica de lo social.

En lo que respecta a la evolución del concepto de desarrollo local conviene señalar que durante las tres últimas décadas del siglo XX se comenzó a apostar por un modelo de desarrollo alternativo al neoliberal dominante en condiciones del proceso globalizador. Autores como Francisco. Albuquerque, Gioaccino Garofoli, José Arocena, Antonio Vázquez Barquero y José Luis Coraggio han divulgado una teoría en la que se exaltan las potencialidades de las pequeñas y medianas empresas, al tiempo que los monopolios se metamorfosean. En tal situación, se empezó a hablar de desarrollo endógeno y de desarrollo económico local y, después, de desarrollo local.

Según Juan Luis Klein (2005, 2006), en el desarrollo local convergen teorías y modelos que tienen orígenes disciplinarios distintos y que plantean métodos diversos, y en ciertos casos contrapuestos. Entre ellos es posible identificar teorías sobre el desarrollo con una visión alternativa, tales como el ecodesarrollo, el desarrollo integrado o bien el desarrollo a escala humana, cuya orientación hace frente a los equilibrios territoriales y a los problemas específicos derivados de un escaso desarrollo (Troitiño, 2000: 28, citado en Lozano Uvario, 2007). Asimismo, hay quienes argumentan que el desarrollo local es un planteamiento complementario, una "respuesta de solidaridad que surge en colectividades y regiones fragilizadas y marginadas que rechazan la exclusión" (Vachon, 2001).

Sin embargo, es posible encontrar un elemento unificador en el campo del desarrollo local, que es una serie de cuestionamientos sobre los orígenes, los actores, las modalidades y los objetivos de las acciones de desarrollo. Para que sea factible hablar de desarrollo local, las acciones de desarrollo deben llevarse a cabo por actores locales (Gumuchian *et al.*, 2003). En cuanto a sus objetivos, las acciones de desarrollo local deben habilitar a los actores locales a fin de que puedan desempeñar un papel activo en el desarrollo de sus colectividades y llevar a cabo iniciativas y proyectos, de manera que logren movilizar recursos endógenos y exógenos en beneficio de la colectividad local (Arocena, 2001; Fontan, Klein y Levesque, 2003).

Por otro lado, para comprender en toda su complejidad el concepto de desarrollo local, conviene referirse a la evolución histórica del concepto *desarrollo* en sentido amplio, especialmente en la visión occidental. Existe una primera etapa que coincide a grandes rasgos con la Revolución Industrial del siglo XIX, en la que no se emplea el término *desarrollo* sino *crecimiento económico*. Esta sinonimia de conceptos se empleó desde 1911 hasta la segunda Guerra Mundial. Entre ese conflicto bélico —el mayor de la historia— y la primera mitad de los años setenta, el conjunto de las sociedades occidentales vivió un periodo de crecimiento marcado por la modernización de las estructuras sociales, la implantación, con grados diversos, del Estado benefactor y la homogeneización económica a escala nacional. El Estado se erigió en el centro de la gobernanza. Fue también en este periodo cuando emergió la noción de desarrollo y se elaboraron las principales teorías de desarrollo regional. El desarrollo se presentó, en primer lugar, como una estrategia para expandir el modo de vida de las sociedades de producción y de consumo de masas hacia los países considerados como subdesarrollados (Rostow, 1960).

Por otra parte, autores como John Friedmann (1992) y Jacques Boudeville (1968, 1974) proponen una estrategia polarizada de modernización regional que conduzca a la homogeneización del territorio nacional y al triunfo de la sociedad nacional sobre la especificidad local, con enormes consecuencias en lo que respecta al análisis del papel de lo local en materia de desarrollo. Nace así una visión de la intervención territorial que se inspira en el paradigma de la planificación regional.

Las políticas de desarrollo regional constituyen, entonces, el principal instrumento de modernización y de unificación de los distintos *géneros de vida* existentes en el territorio.

El crecimiento que caracterizó a la sociedad occidental entre los años cuarenta y sesenta le dio legitimidad a este modelo. Sin embargo, desde principios de los setenta se advirtieron los primeros signos de una crisis que estalló a fines de la década. Se denunció el efecto perverso de esta política en las crecientes desigualdades entre las principales ciudades y las regiones como resultado de la concentración de las inversiones públicas en lo que se consideraba como los polos de desarrollo. Se denunció también la centralización del aparato estatal y su efecto aniquilador sobre la capacidad de acción de los actores locales (Stöhr y Taylor, 1981; Laurelli y Rofman, 1989; Boisier, 1990). Como efecto de la crítica del modelo considerado como estatista y centralizador, emergieron fórmulas alternativas, como el *autodesarrollo*, el *desarrollo endógeno*, el *desarrollo autocentrado* y el *desarrollo integrado*, entre otros. (Tremblay y Fontan, 1997).

A partir de la segunda mitad de los años setenta, esta concepción del territorio y de la intervención territorial se confrontó con un nuevo cambio paradigmático, en parte como un efecto de la globalización y también como resultado del emergente paradigma accionalista de Alain Touraine, que introdujo al actor en el análisis social. Las ciencias del desarrollo redescubren los lugares en la medida que en ellos se engendra la acción colectiva, las especificidades locales y regionales, la unicidad de lo social (Fontan, Klein y Tremblay, 2005). A través de lo local se ven trayectorias específicas de adaptación de las sociedades a los espacios supranacionales de la globalización. El territorio nacional deja de ser la escala única de la regulación centrada en el Estado (Brenner, 2003). En los territorios locales y regionales se hacen sentir efectos de estructuración en lo que corresponde tanto a los procesos de desarrollo como a los sistemas de actores que toman parte en estos procesos, lo que contribuye a recentrar las relaciones sociales en un ámbito local.

Con ciertas diferencias de matices, todas estas fórmulas señalan un cambio de perspectiva. La perspectiva ascendente se presenta como la alternativa frente a la perspectiva descendente (Stöhr y Taylor, 1981). El espacio local, visto en todas sus configuraciones, como región, aglomeración y barrio o distrito urbano, es considerado la base a partir de la cual se generan iniciativas y proyectos de desarrollo económico que movilizan a la sociedad civil. La evidencia de la crisis del fordismo le da credibilidad y validez a esta nueva visión del desarrollo, que se denominará, a partir de entonces, *desarrollo local* (Aydalot, 1983). En ella priman lo local y la sociedad civil, sin que esto signifique que lo local y los procesos de descentralización constituyan una panacea (De Mattos, 1988).

En este contexto comenzó a hablarse de *desarrollo local*. Un discurso cada vez más generalizado se centraba en el concepto de *iniciativa local*. La noción de desarrollo aplicada a los países industrializados se orientó con fuerza a movilizar el potencial humano que la crisis dejaba al borde del camino. Sin duda, hoy se aprecian algunos resultados positivos de este esfuerzo. Ha habido una considerable multiplicación de las acciones locales en áreas como la experimentación de nuevas fuentes de energía, la renovación de actividades tradicionales, los nuevos procedimientos de explotación de materias primas, la introducción de nuevas tecnologías, la apertura de nuevos canales comerciales y la revitalización de la pequeña empresa. Muy ligadas al desarrollo de iniciativas locales, la formación profesional, la capacitación y el acceso a nuevas aptitudes profesionales han sido instrumentos importantes en los esfuerzos por movilizar los recursos humanos.

La problemática local llevó a los países industrializados a incorporar la noción de desarrollo y a revisar la lógica uniforme y creciente hacia el progreso. Una cierta ideología de lo pequeño y lo local sustituyó a las viejas creencias macrodinámicas, en los grandes proyectos, en los gigantescos polos industriales (Schumacher, 1973; Arocena, 2001).

Esta nueva visión no se apoya en un modelo claro, lo que conduce a que cuando se hace referencia al desarrollo local se planteen estrategias contrapuestas. Por un lado la ortodoxia neoliberal que prima en la conducta de la sociedad globalizada a partir de los años ochenta ve en el desarrollo local la posibilidad de deshacerse de ciertas responsabilidades sociales que tienen un costo financiero importante. En este marco, el desarrollo local se plantea como el traspaso de responsabilidades sociales a actores de la sociedad civil tales como instituciones locales, organizaciones de beneficencia, grupos de presión que pueden asumirlas de manera más eficiente, y sobre todo, con recursos inferiores (Amin, 2005). Por

otra parte, la perspectiva comunitaria plantea un cambio en la visión del Estado con el fin de crear espacios de autonomía donde puedan afirmarse nuevas solidaridades locales, formas activas de identidad que le den al pueblo, localmente organizado, un mayor poder de participación en la toma de decisiones (Teisserenc, 1994; Tremblay y Fontan, 1997). Esta valorización de los aspectos vinculados a lo local puede relacionarse con la revalorización de la llamada *nueva geografía regional* (Nogué i Font, 1989) y las corrientes humanistas, que apoyadas en corrientes filosóficas existencialistas y fenomenológicas, convierten el espacio en lugar (Di Méo, 1998) al propugnar como uno de sus objetivos la comprensión de los hechos, el estudio de la experiencia humana directa en un lugar, entendido como espacio concreto, a través de analizar sus valores, significados e intuiciones. Todo ello se vincula, de acuerdo con Moltó y Hernández (2002), a las políticas derivadas del reporte Bruntland de 1987, donde se aboga por el desarrollo de un nuevo modelo económico basado en la promoción, entre otros, de los recursos endógenos.

Esa perspectiva del desarrollo supone la existencia de sistemas territoriales en los cuales priman mecanismos locales de regulación y formas territoriales de innovación. A partir de ella se lanza la tesis de los medios innovadores (Aydalot, 1983), según la cual existen mecanismos de regulación y formas territoriales de innovación donde imperan formas de colaboración entre los actores, que reemplazan a las relaciones de confrontación. Dicha colaboración se manifiesta de diversas maneras. En lugar de la gran empresa aislada del medio social se ven redes de empresas integradas en la colectividad. La sinergia y la colaboración tecnológica sustituyen al aislacionismo clásico del sector industrial con respecto a los centros de investigación y de formación. La concertación estratégica orienta la acción de las élites dirigentes. Convenciones locales entre actores matizan la aplicación de normas nacionales en materia de salarios y de gestión de la mano de obra. Todo esto contribuye a delinear las características de lo que Benko y Lipietz (1992) llaman las *regiones ganadoras*.

En otro enfoque, Romeo Cotorruelo (2001) indica que el desarrollo local es una estrategia territorial competitiva basada en el pleno aprovechamiento del potencial de utilidad endógeno con la adecuada inserción de impulsos y recursos estratégicos exógenos. Para este autor, el desarrollo local tiene un carácter pluridimensional e integrado y supone la implantación de un proceso sistemático y sostenible de largo plazo que dinamiza el territorio y la sociedad local, mediante la participación protagonista y corresponsable de los principales actores socioeconómicos y políticos locales.

Por su parte, Antonio Vázquez Barquero (2000b: 230) apunta que el desarrollo local se puede definir como:

un proceso de crecimiento y cambio estructural que se produce como consecuencia de la transferencia de los recursos de las actividades tradicionales a las modernas, de la utilización de economías externas y de la introducción de innovaciones, y que genera el aumento del bienestar de la población de una ciudad, una comarca o una región. Cuando la comunidad local es capaz de utilizar el potencial de desarrollo y de liderar el proceso de cambio estructural, la forma de desarrollo se puede convenir en denominarla desarrollo local endógeno.

Siguiendo de nueva cuenta a Juan Luis Klein (2005), se puede decir que existe un consenso en torno al hecho de que el desarrollo a partir de la iniciativa local debe plantearse sobre la base del desarrollo durable, el cual se tiene que ver en su dimensión tanto temporal como geográfica.

Asimismo, conviene considerar al desarrollo local como un proceso de cambio social más que como una mera estrategia de promoción local; donde existe un desarrollo local comunitario que puede ser visto como un proceso social solidario basado en la iniciativa individual y que puede convertirse en un factor de dinamización de la fuerza o potencial endógeno de un territorio (Precedo Ledo, 2004: 77).

Al diferir en cierto grado de lo anterior, Albuquerque (2004) señala que por lo general este tipo de desarrollo económico de carácter local, basado en el uso de recursos endógenos y llevado adelante por pequeñas empresas, ha surgido sin demasiado respaldo político-administrativo –o carente por completo de él– desde las instancias centrales de la administración pública. Para ese autor, el surgimiento de dichas iniciativas de desarrollo económico local ha dependido esencialmente de los agentes territoriales mediante la concertación de esfuerzos diversos (Vázquez Barquero, 1988).

1.5 Desarrollo local y comercio justo

La problemática que presenta la definición de desarrollo local se debe, en opinión de Boisier (2004), a dos factores. El primero de ellos es que se trata de una *práctica sin teoría*. El segundo, es el hecho de ser un concepto que reconoce por lo menos tres matrices de origen: a) la que inserta el desarrollo local en una lógica de regulación horizontal que refleja la perspectiva centro-periferia; b) la que considera al desarrollo local como una respuesta a la

crisis macroeconómica y al ajuste en los países europeos, y c) la que ve el desarrollo local como un fenómeno estimulado por la globalización y la dialéctica global-local.

En ese contexto, un factor de acercamiento entre desarrollo local y comercio justo radica en el hecho de que ambos conceptos tienen como objetivo común mejorar las condiciones de vida de las comunidades a través de la participación de los actores que se encuentran en la base de la organización comunitaria (productores, mujeres, grupos marginados) y la rearticulación de relaciones de intercambio comercial. Asimismo, los dos conceptos analizan la conformación de redes productivas y comerciales, locales, regionales e internacionales.

Sin embargo, existe por lo menos una contradicción mayor entre estos dos movimientos, la cual radica en el hecho de que el comercio justo ha sido tradicionalmente articulado en el sentido Norte-Sur (en un sentido de desarrollo de arriba hacia abajo) y el consumidor se encuentra geográficamente alejado de los productores. En cambio, las iniciativas de desarrollo local hacen de la producción y el consumo un tema más local (desarrollo desde abajo), al margen de las implicaciones regionales, nacionales e internacionales.

Esta contradicción podría convertirse en canal de aproximación por la complementariedad entre ambos tipos de iniciativas. Por un lado, las iniciativas de desarrollo local necesitan inscribirse en contextos más extensos, ya sean regionales, nacionales o internacionales; por el otro, la perspectiva local que implica el comercio justo podría superar la simple organización productiva y permitir una mayor participación de los productores locales en las instancias políticas locales. La distribución local de productos del comercio justo también debe ser una prioridad de cualquier iniciativa de desarrollo sostenible.

Siguiendo a Bisailon, Gendron y Turcotte (2005), desde un punto de vista teórico se puede sostener que el comercio justo constituye una posibilidad real de elaborar un nuevo marco para el desarrollo económico a través de una correa de transmisión que promueva el desarrollo y la equidad social, todo en relación con el medio ambiente, y que presida un reacomodo de lo económico en lo social (Raynolds, 2000). Para estas autoras, si bien a menudo se ha denunciado al comercio internacional y la ayuda al desarrollo por considerarlos factores que fomentan la dependencia de los países en desarrollo, el comercio justo marca una diferencia al apoyar sus demandas con una propuesta concreta, la de un intercambio basado en reciprocidad y equivalencia (Lecomte, 2003).

1.5.1 Desarrollo local y comercio justo o economía social solidaria y comercio justo

Bisaillon, Gendron y Turcotte consideran que en el comercio justo se han unido la teoría y la práctica mediante la creación de un nuevo arquetipo de relaciones sociales basadas en la solidaridad entre los productores del Sur y los clientes del Norte (Perna, 2000). Para ellas, el comercio justo ayuda a mejorar las condiciones de vida de los productores y trabajadores marginados en el Sur, e intenta dar una respuesta concreta a las desigualdades que engendra el neoliberalismo, al redefinir las transacciones económicas. De acuerdo con estas ideas el panorama que tenemos va más allá del concepto de desarrollo local y forma parte de lo que se conoce como economía social y solidaria. Ésta es definida por José Luis Coraggio (2004, 2009) como una alternativa al sistema capitalista dominante en cuya implementación se requieren gobiernos de raíz popular capaces de generar normas jurídicas y políticas públicas integrales dirigidas a reconocer, potenciar y desarrollar formas de producción, distribución, circulación y consumo alternativas ante las formas capitalistas excluyentes y predominantes y sus transformaciones socialmente insensibles, asociadas a la globalización y la revolución tecnoorganizativa del capital.

El término economía social y solidaria tiene una connotación diferente en el contexto europeo; allí designa a un conjunto de iniciativas económicas con finalidad social, que se involucran en la construcción de una nueva forma de vivir y de pensar la economía a través de decenas de miles de proyectos tanto en los países del Norte como en los del Sur. Esta economía sitúa al individuo en el centro del desarrollo económico y social. La economía solidaria se basa en un proyecto que es al mismo tiempo económico, político y social, lo que da lugar a una nueva forma de hacer política y de establecer relaciones humanas sobre la base del consenso y la acción ciudadana (Solidaires du Monde, 2010).

En el contexto europeo, la economía social y solidaria agrupa cooperativas, mutualidades, asociaciones, sindicatos y fundaciones que operan con sustento en los principios de igualdad entre las personas (una persona, un voto), solidaridad entre los miembros e independencia económica. Sin embargo, la primera parte del término –*economía social*– se refiere más bien a organizaciones identificadas por su estatus y que ocupan un lugar importante en la economía (bancos, fondos mutuos, etcétera). El segundo adjetivo –*solidaria*– se refiere a actividades diseñadas para experimentar nuevos "modelos" de funcionamiento de la economía, tales como el comercio justo o la integración a través de la actividad económica.

La transición hacia *otra economía* mediante las prácticas que llamamos *economía social y solidaria*, no puede limitarse a procurar la integración de los excluidos (a la misma economía dominante que los excluyó) a través de la producción y mercadeo de bienes y servicios y el cumplimiento de las reglas del mercado idealizado (la competitividad como prueba de legitimidad). Para Coraggio (2004), es evidente que los criterios de *otra economía* incluyen la valoración de actividades generadoras de condiciones favorables para la libre asociación de individuos, unidades domésticas o comunidades, en la reconstrucción de un metabolismo socionatural basado en relaciones de reciprocidad entre los seres humanos y con la naturaleza. Pero agrega Coraggio que esto aún no es suficiente y que resulta imperioso evitar que el principio de mercado sea la regla que conforme los principios en los que se basa la institucionalización inevitable de los sistemas económicos. Por lo tanto, debe existir un principio de reciprocidad, uno de redistribución y uno de planificación (Coraggio, 2004).

Recapitulando, el comercio justo puede verse como una variable en el desarrollo local con el potencial de convertirse en vector importante de ese tipo de desarrollo. Es posible que su mayor contribución no sea tanto el precio justo, que sigue siendo insuficiente, o la prima social, que se diluye con frecuencia entre el número de productores, sino la plataforma de despegue que significa para el pequeño productor pertenecer a una cooperativa o a un grupo organizado. En este sentido, el productor es ahora capaz de asignar un valor agregado a su producto gracias a que se integran cada vez más pasos en la transformación de los productos agrícolas o en el diseño y comercialización de los productos artesanales. Sin embargo, problemas como la falta de consenso entre los principales actores sobre los canales de distribución de los productos (mercado alternativo *versus* mercado convencional) o la exclusión de los pequeños productores en el proceso de toma de decisiones del ámbito internacional, llevan a pensar que el comercio justo puede perder su carácter de alternativa y tomar el mismo matiz mercantilista que el comercio convencional.

Asimismo, debe señalarse que ese carácter alternativo implica necesariamente el compromiso de cuidar el medio ambiente, no sólo durante la producción sino en las fases de la distribución. En ese sentido, el hecho de que la mayor parte de los productos de este comercio sean transportados desde lugares alejados al de su distribución final, lleva a reflexionar sobre su impacto medioambiental.

1.5.2 Ejemplos de comercio justo

Enseguida se presentan ejemplos concretos de acciones de comercio justo y de los actores que intervienen en él, desde la perspectiva tanto de los productores como de los consumidores. El objetivo principal es identificar factores detonantes del desarrollo local que el comercio justo podría generar en las comunidades productoras. Entre ellos, conviene destacar el impulso a una economía social y solidaria, estrategias de trabajo cooperativo, densificación del tejido social, búsqueda de reciprocidad en los beneficios y consolidación del sistema productivo local o bien el desarrollo de la gobernanza ambiental.

El comercio justo en el Sur. Perspectivas de los productores

Una de las cooperativas de comercio justo más exitosas del mundo

Uno de los ejemplos más conocidos a escala mundial de un caso de éxito en el comercio justo es la UCIRI, una cooperativa de producción de café en Oaxaca, México, con una membresía de más de 2 500 familias. La UCIRI ha desempeñado un papel clave en la formación del sello de comercio justo desde la década de los ochenta y por lo general se le considera una de las cooperativas de comercio justo más exitosas del mundo.

A lo largo de su participación en el comercio justo, los miembros de la UCIRI han ganado mayores ingresos y un acceso significativamente mejor a los servicios sociales a través de proyectos cooperativos de salud, educación y capacitación. La cooperativa ha construido su propia infraestructura económica, así como facilidades para el procesamiento y transporte del café, y ha provisto a sus miembros un mayor acceso a créditos, tecnología y habilidades para la comercialización. Todo esto ha incrementado la capacidad de sus miembros para combatir la pobreza extrema, la destrucción y la degradación ambiental, a la vez que ha mejorado sus habilidades, no sólo para sobrevivir en el mercado internacional, sino para ser competitivos en él (Doppler y González, 2007; Fridell, 2006; VanderHoff, 2001, 2002; Waridel, 2002; Simpson y Rapone, 2000).

Adicionalmente, los miembros de la UCIRI han desarrollado importantes lazos de solidaridad con sus socios del Norte y han mejorado su sentido de unidad e identidad colectiva, dados los requerimientos organizativos y administrativos para mantener una cooperativa de comercio justo. Esto ha fortalecido sus habilidades para apoyar iniciativas comunitarias e instar al gobierno a defender sus intereses, así como los de otros pequeños productores rurales de México. A lo largo de los años, la UCIRI ha desempeñado un papel

clave en la formación de una variedad de organizaciones locales y regionales, incluidos diversos grupos de comercio justo y de certificación orgánica, así como organizaciones con demandas más amplias que apoyan a los pequeños productores en general, como la Coordinadora Estatal de Productores de Café de Oaxaca y la Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras (Fridell, 2006; VanderHoff, 2001, 2002; Simpson y Rapone, 2000).

Un intento de consolidar el sistema productivo local

La quinua o quinoa es otro producto emblemático del comercio justo en el mercado internacional. Bolivia es su principal productor. Pablo Laguna, Zinia Cáceres y Aurélie Carlmtrand (2006) señalan que la cadena global de valor de la quinua boliviana tiende a una gobernanza del tipo *controlada por los clientes* y en ella destacan tres fases: a) predominio de la coordinación cívica y doméstica en la acción colectiva de los campesinos organizados, las ONG y los importadores del comercio solidario, el Estado y la cooperación técnica internacional, cuya movilización conjunta han afianzado la relación Sur-Norte de la cadena de la quinua y consolidado una mejora del modelo de las organizaciones económicas campesinas; b) preponderancia de la coordinación industrial y mercantil en la expansión de la quinua orgánica. Según los autores citados, esta fase estuvo marcada por el surgimiento de nuevas empresas privadas locales, así como de importadoras extranjeras, que introdujeron estructuras de contrato en el campo y la coordinación vertical entre empresas privadas locales y distribuidoras extranjeras, y c) configuración de una cadena global de valor de la quinua en la que se impuso la coordinación mercantil e industrial en detrimento de los valores cívicos y domésticos, que inicialmente habían impulsado el nacimiento de la calidad orgánica y del comercio justo. Este comportamiento también fue observado por Laura Raynolds (2007) en otras cadenas Sur-Norte de productos orgánicos, y por Marie Christine Renard (2003) en la cadena del café del comercio justo.

Fortaleciendo el tejido social

En un contexto geográfico diferente conviene mencionar dos ejemplos del subcontinente indio que revisten especial interés. Uno de ellos es el movimiento Khadi (que significa "ropa hecha a mano") para promover la autosuficiencia e impulsar el boicot a los productos extranjeros, y el otro es el movimiento cooperativo. Ambos se iniciaron en la década de los veinte. Estos movimientos pueden considerarse como antecedentes de organizaciones de comercio justo, como la Equitable Marketing Association (EMA); Sasha,

sociedad de comercio justo asentada en Calcuta y emanada del movimiento cooperativo estudiantil de los años sesenta, o la Sundarban Khadi & Village Industrial Society (SKVIS), organización de mujeres que cultivan, tejen y comercializan la seda, las cuales se benefician de la asistencia técnica de organizaciones no gubernamentales del Norte, especializadas en proyectos de desarrollo. Estas organizaciones tienen un papel fundamental en la representación de los intereses de los productores, ayudan a implementar cadenas de suministro mediante la consolidación de los pedidos y la organización y coordinación de la logística de exportación. Por otro lado, colaboran con iniciativas de desarrollo social, tales como planes de ahorro y de salud. Un aspecto importante de las organizaciones indias ligadas al comercio justo ha sido su énfasis en el empoderamiento de productores a través de acciones concretas, como la promoción de decisiones democráticas en el seno de las estructuras cooperativas (Low y Davenport, 2005).

Búsqueda de reciprocidad en los beneficios

Por otro lado, conviene apuntar que en los países europeos la articulación del comercio justo está bastante desarrollada, tanto en un sentido Norte-Sur de consumidores-productores como entre los actores europeos. Sin embargo, las relaciones con actores del comercio justo en África se reducen, por lo general, a la compra de las materias primas. De acuerdo con la Dirección General de la Cooperación Internacional y del Desarrollo de Francia (République Française, 2005), las organizaciones de comercio justo de Togo, Benin, Burkina Faso y Camerún han expresado su voluntad de desarrollar tanto las relaciones comerciales como el apoyo técnico en el seno de una red africana de comercio justo.

A principios de noviembre del 2001 se llevó a cabo en Kadoma, Togo, la primera plataforma de reflexión para lograr un comercio justo en los países del Sur. En ella, actores africanos del comercio justo debatieron sobre la forma en que la visión y la definición que en el Norte se tiene de él pudieran ser un activo de desarrollo en el Sur, y de cómo adaptar sus criterios a las condiciones locales. Esta reunión dio lugar a una declaración de principios que contó con amplia difusión: la Declaración de Kadoma, que reafirma la adhesión a una forma humanitaria de intercambios comerciales. A partir de ella decidieron redactar un documento que fijara principios de vida respetuosos de los criterios básicos del comercio justo.

De esa forma, se intentó establecer un nexo entre los productores del Sur y los consumidores del Norte, entre los productores del Sur y los consumidores del Sur y entre la

insuficiencia del Sur y abundancia del Norte (Direction Générale des Affaires Etrangères et Européennes, 2005).

1.5.2.1 El comercio justo en el Norte. Perspectivas de los consumidores

Herramienta de apoyo a la gobernanza ambiental.

Un primer ejemplo es la ley 2005-882 votada el 7 de julio de 2005 por la Asamblea Nacional Francesa a favor de las pequeñas y medianas empresas. Dicho texto estipula en su artículo 60: 1) El comercio justo se inscribe en la estrategia nacional de desarrollo sostenible. 2) En el seno de actividades de comercio de la artesanía y los servicios, el comercio justo organiza los intercambios de bienes y servicios entre los países desarrollados y los productores desfavorecidos situados en los países en vías de desarrollo. Este comercio tiende a establecer relaciones duraderas con el fin de asegurar el progreso económico y social de estos productores. 3) Las personas físicas o morales que vigilen el respeto de las condiciones definidas son reconocidas por una comisión cuya composición, competencias y criterios de reconocimiento de las personas citadas son definidas por decreto en el Consejo de Ministros (République Française, 2005).

Respecto de esa iniciativa, conviene apuntar que Guy Hascouët, entonces secretario de Estado de la Economía Solidaria, y la Asociación Francesa de Normalización (Afnor) reunieron en 2002 a las principales empresas francesas implicadas en el comercio justo y los representantes de organismos competentes (ministerios, sindicatos, asociaciones y consumidores), en total unas 60 personas, con el fin de normalizar los pasos a seguir para que un producto fuera considerado como surgido de este tipo de comercio. Estos trabajos duraron tres años. Sin embargo, para la Asociación Minga, la Plataforma de Comercio Justo (PFCE), la federación de Artesanos del Mundo y la asociación Max Havelaar Francia bloquearon esos trabajos y obligaron a la comisión encargada a renunciar al establecimiento de una norma.⁵

Para la Asociación Minga este rechazo está basado en la negativa a aplicar la noción de comercio justo a todo tipo de transacciones que cumplan las normas de esta opción de comercio, cualesquiera que sean los países de origen y de destino, y han impuesto su limitación a sólo las transacciones entre países desarrollados del Norte con pequeños productores del Sur.

El comercio justo como parte de una economía social solidaria o nuevo nicho de mercado

De acuerdo con lo mencionado antes, los sellos de comercio justo se difundieron rápidamente desde su formación (Fridell, 2006). En la actualidad existen 17 iniciativas nacionales –bajo los nombres de Max Havelaar, TransFair, Fair Trade Foundation, Reilan Kauppa o Rättvisemärkt– coordinadas por la FLO. La Fundación Max Havelaar nació en los Países Bajos como fruto del encuentro entre la organización campesina mexicana UCIRI con un asesor católico holandés, quien aprovechó las redes de colaboración de la iglesia católica para promover la creación de un sello de comercio justo que permitiera a las compañías transnacionales convencionales incursionar en el mercado justo a cambio de una cuota de certificación, bajo el entendido de que los importadores convencionales estarían motivados a participar en el comercio justo porque el sello les daría un valor agregado en el mercado. Es innegable que este proceso de certificación aumentó la notoriedad del comercio justo.

En esa misma línea, la introducción de los productos alimenticios, como café, azúcar, chocolate y té, en diferentes parlamentos europeos contribuye a esa notoriedad y funciona como una promoción activa de la imagen de esta alternativa comercial, representando un paso importante para lograr un reconocimiento oficial que preceda la concesión de una norma como la Certificación Europea (CE).

El consumo de café etiquetado Max Havelaar en los parlamentos europeo, neerlandés e italiano constituye un ejemplo de lo anterior. A propósito de los parlamentos europeo y holandés, conviene destacar que en ambos casos se aprobó una resolución para emplear en sus servicios de cafetería solamente productos surgidos del comercio justo, concretamente aquellos que cuentan con la etiqueta Max Havelaar (Jeudy, 1998).

En el caso del Parlamento italiano se trata del consumo del café etiquetado TransFair. Esta iniciativa surgió de la Castellanza, una cooperativa de Varese, en Lombardía, que se puso en contacto con un miembro del Partido Popular italiano, quien ayudó a preparar en enero de 1997 una carta al presidente de la Cámara de Diputados pidiendo su apoyo para desarrollar la comercialización de productos del comercio justo. La respuesta del presidente de la Cámara de Diputados, que ya estaba sensibilizado al concepto, se tradujo en una misiva firmada por 60 diputados en la que se exigía que productos como café, té, azúcar y chocolate que se consumen en las reuniones de ese cuerpo legislativo fueran cambiados por productos del comercio justo. La petición fue aprobada en febrero de 1997.

El reconocimiento a ese nivel institucional aumentó la notoriedad del comercio justo en Italia y facilitó su introducción en instituciones como los municipios o las escuelas.

De acuerdo a lo apuntado en los párrafos anteriores, la creación de etiquetas que certifiquen el origen "justo" de los productos ha contribuido a una identificación del consumidor europeo, en general, y francés en particular, del comercio justo. En la actualidad en la mayor parte de los supermercados galos es posible encontrar una variedad importante de productos como chocolates, mermeladas, té y, por supuesto, café provenientes del comercio justo. Marcas como Alter Eco o Etiquable se han ido consolidando desde el segundo lustro de la década de los noventa del siglo pasado. Sin embargo, organizaciones francesas agrupadas en la red Minga, como Action Consommation, Alternatives Solidaires, Andines Scop, Attac litoral Nord, L'Atelier Équitable y una treintena más, señalan que ésta no es la mejor opción para desarrollar un comercio cuyo objetivo sea la equidad, ya que debería favorecerse una total transparencia de los intercambios comerciales, en la cual el consumidor pudiera constatar paso a paso que cada actividad se rige por un trato justo. Así no habría necesidad de sellos o etiquetas que garantizaran la pertenencia al comercio justo.

En esa misma línea, conviene mencionar el caso de la organización italiana Altromercato, que se concibe a sí misma como una institución que coopera con grupos democráticamente organizados de pequeños productores, con los que busca construir una relación equitativa. Para esta organización, el comercio justo permite a los pequeños productores un desarrollo social y económico, y acceso al mercado local e internacional, a la vez que contribuye a mejorar su capacidad técnica y la calidad de sus productos.

Según sus propios textos, Altromercato es una organización asociada a la IFAT, sin fines de lucro, que agrupa a 130 asociaciones o cooperativas en Italia, que trabajan en el ámbito del comercio justo. Estas tiendas operan principalmente a través de cerca de 3 000 voluntarios. Sin embargo, la actividad Altromercato también crea puestos de trabajo en el Norte, cuenta con 100 personas que trabajan en el grupo de compra y 150 en las tiendas. En el Sur, abarca 170 grupos de trabajadores en 42 países, que exportan sus productos (Altromercato, 2009).

Un ejemplo más dentro del contexto europeo, es la Coordinadora Estatal de Comercio Justo, organización que tiene la finalidad de potenciar esta alternativa en España. En ella están integradas tanto las organizaciones que importan los productos, como las tiendas que los venden. Según sus documentos oficiales, los integrantes de esta coordinadora están involucrados activamente en el apoyo a los productores, la sensibilización de los

consumidores y el desarrollo de campañas para promover cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional; todo ello con apoyo de los consumidores.

A propósito del comercio justo en España, Cristina Xalma (2006) apunta que uno de los rasgos que ha caracterizado el proceso de implantación del comercio justo en España ha sido la falta de datos cuantitativos que faciliten su seguimiento. En los últimos años, y con el objeto de cubrir este déficit, varias entidades han hecho un notable esfuerzo de investigación. Destacan a estos efectos los estudios impulsados en Europa por EFTA, FLO, ¡IFAT y NEWS!, con capítulos específicos que tratan el caso español. También, las investigaciones llevadas a cabo por organizaciones como Intermón-Oxfam, Sodepaz, o la Coordinadora Estatal de Organizaciones de Comercio Justo, entre otras, así como las impulsadas por algunos gobiernos autonómicos. La conclusión general de estos trabajos apunta hacia una implantación aún escasa del comercio justo en España en comparación con otros Estados europeos, lo cual hace pensar en que existe un cierto margen de crecimiento.

Otro aspecto a considerar en los mencionados trabajos es el origen de los productos. En ese sentido, Xalma (2006: 20) apunta que entre los años 2000 y 2003 los productos de comercio justo que se consumieron en España procedían básicamente de 34 países, distribuidos a lo largo de los continentes africano y asiático, así como de regiones de América del Sur y Centroamérica. Durante el bienio 2004-2005 el circuito de importación se ha transformado, especialmente a través de nuevas incorporaciones que han permitido que el número de países desde los que se importa algún producto del comercio justo aumente hasta sumar 42.

1.6 10 Principios del comercio justo World Fair Trade Organization



Los 10 Principios del Comercio Justo según Vasileva y Reynaud (2021), especifican las formas en que las Empresas de Comercio Justo se establecen y se comportan para garantizar que ponen a las personas y al planeta en primer lugar. La WFTO lleva a cabo la verificación y el seguimiento para garantizar que se respeten estos principios.

1.6.1 Principio Uno: Creando Oportunidades para Productores Económicamente Desfavorecidos

La reducción de la pobreza a través del comercio constituye una parte clave de los objetivos de la organización. La organización apoya a los pequeños productores marginados, ya sean empresas familiares independientes o agrupados en asociaciones o cooperativas. Busca permitirles pasar de la inseguridad de ingresos y la pobreza a la autosuficiencia económica y la propiedad. La organización tiene un plan de acción para llevarlo a cabo.

1.6.2 Principio Dos: Transparencia y Responsabilidad

La organización es transparente en su gestión y relaciones comerciales. Es responsable ante todas sus partes interesadas y respeta la sensibilidad y confidencialidad de la información comercial suministrada. La organización encuentra formas apropiadas y participativas de involucrar a los empleados, miembros y productores en sus procesos de toma de decisiones. Garantiza que se proporcione información relevante a todos sus socios comerciales. Los canales de

comunicación son buenos y abiertos en todos los niveles de la cadena de suministro.

1.6.3 Principio Tres: Prácticas Comerciales Justas

La organización comercia con preocupación por el bienestar social, económico y ambiental de los pequeños productores marginados y no maximiza las ganancias a su costa. Es responsable y profesional en el cumplimiento de sus compromisos en tiempo y forma. Los proveedores respetan los contratos y entregan los productos a tiempo y con la calidad y especificaciones deseadas.

Los compradores de Comercio Justo, reconociendo las desventajas financieras que enfrentan los Productores y Proveedores de productos FT, aseguran que los pedidos se paguen al recibir los documentos o según lo acordado mutuamente. Para los productos Handicraft FT, se realiza un prepago sin intereses de al menos el 50 % previa solicitud. Para los productos Food FT, se realiza un prepago de al menos el 50% a un interés razonable si se solicita. Las tasas de interés que pagan los proveedores no deben ser más altas que el costo de los préstamos de terceros para los compradores. No se requiere el cobro de intereses.

Cuando los proveedores de Comercio Justo del sur reciben un pago por adelantado de los compradores, se aseguran de que este pago se transfiera a los productores o agricultores que fabrican o cultivan sus productos de Comercio Justo.

Los compradores consultan con los proveedores antes de cancelar o rechazar pedidos. Cuando los pedidos se cancelen por causas ajenas a los productores o proveedores, se garantiza una compensación adecuada por el trabajo ya realizado. Los proveedores y productores consultan con los compradores si hay un problema con la entrega y se aseguran de que se proporcione una compensación cuando las cantidades y calidades entregadas no coincidan con las facturadas.

La organización mantiene relaciones de largo plazo basadas en la solidaridad, la confianza y el respeto mutuo que contribuyen a la promoción y

crecimiento del Comercio Justo. Mantiene una comunicación efectiva con sus socios comerciales. Las partes involucradas en una relación comercial buscan aumentar el volumen del comercio entre ellos y el valor y la diversidad de su oferta de productos como una forma de hacer crecer el Comercio Justo para los productores con el fin de aumentar sus ingresos. La organización trabaja en cooperación con las demás Organizaciones de Comercio Justo del país y evita la competencia desleal. Evita duplicar los diseños de patrones de otras organizaciones sin permiso.

El Comercio Justo reconoce, promueve y protege la identidad cultural y las habilidades tradicionales de los pequeños productores reflejadas en sus diseños artesanales, productos alimenticios y otros servicios relacionados.

1.6.4 Principio Cuatro: Pago Justo

Una retribución justa es aquella que ha sido negociada y acordada entre todos mediante el diálogo y la participación permanente, que proporciona una retribución justa a los productores y que además puede ser sostenida por el mercado, teniendo en cuenta el principio de igual salario por igual trabajo de mujeres y hombres. El objetivo es siempre el pago de un Salario Digno Local. El Pago Justo se compone de Precios Justos, Salarios Justos y Salarios Dignos Locales.

1.6.4.1 Precios razonables

Un Precio Justo se negocia libremente a través del diálogo entre el comprador y el vendedor y se basa en una fijación de precios transparente. Incluye un salario justo y una ganancia justa. Los precios justos representan una parte equitativa del precio final para cada actor de la cadena de suministro.

1.6.4.2 Salarios justos

Un Salario Justo es un salario equitativo, libremente negociado y acordado mutuamente, y supone el pago de al menos un Salario Digno Local.

1.6.4.3 Salario Digno Local

Un Salario Digno Local es la remuneración recibida por una semana de trabajo estándar (no más de 48 horas) por un Trabajador en un lugar en particular, suficiente para permitir un nivel de vida digno para el Trabajador y su familia. Los elementos de un nivel de vida decente incluyen alimentos, agua, vivienda, educación, atención médica, transporte, vestimenta y otras necesidades esenciales, incluida la provisión para eventos inesperados.

1.6.5 Principio cinco: Asegurar que no haya trabajo infantil ni trabajo forzoso

La organización se adhiere a la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño y la legislación nacional/local sobre el trabajo infantil. La organización asegura que no existe trabajo forzoso en su plantilla y/o miembros o trabajadores a domicilio.

Las organizaciones que compren productos de Comercio Justo a grupos de productores, ya sea directamente o a través de intermediarios, se aseguran de que no se utilice trabajo forzoso en la producción y que el productor cumpla con la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño y las leyes nacionales/locales sobre el empleo de niños. Cualquier participación de los niños en la producción de productos de Comercio Justo (incluido el aprendizaje de un arte u oficio tradicional) siempre se divulga y supervisa y no afecta negativamente el bienestar, la seguridad, los requisitos educativos y la necesidad de jugar de los niños.

1.6.6 Sexto Principio: Compromiso con la No Discriminación, la Equidad de Género y el Empoderamiento Económico de las Mujeres, y la Libertad de Asociación

La organización no discrimina en la contratación, remuneración, acceso a capacitación, promoción, despido o jubilación por motivos de raza, casta, origen nacional, religión, discapacidad, género, orientación sexual, afiliación sindical, afiliación política, condición de VIH/SIDA o edad.

La organización tiene una política y un plan claros para promover la igualdad de género que garantiza que tanto las mujeres como los hombres tengan la capacidad de obtener acceso a los recursos que necesitan para ser productivos y también la capacidad de influir en el entorno normativo, normativo e institucional más amplio. que da forma a sus medios de subsistencia y sus vidas. Los estatutos y estatutos organizacionales permiten y permiten que las mujeres se conviertan en miembros activos de la organización por derecho propio (cuando se trata de una organización basada en membresía) y que asuman posiciones de liderazgo en la estructura de gobierno, independientemente del estatus de la mujer en relación con la propiedad. de activos tales como terrenos y propiedades. Cuando las mujeres están empleadas dentro de la organización, incluso cuando se trata de una situación de empleo informal, reciben el mismo salario por el mismo trabajo. La organización reconoce los plenos derechos laborales de las mujeres y se compromete a garantizar que las mujeres reciban todos los beneficios laborales legales. La organización tiene en cuenta las necesidades especiales de salud y seguridad de las mujeres embarazadas y madres lactantes.

La organización respeta el derecho de todos los empleados a formar y afiliarse a sindicatos de su elección ya negociar colectivamente. Cuando el derecho a afiliarse a sindicatos y negociar colectivamente esté restringido por la ley y/o el entorno político, la organización habilitará medios de asociación y negociación independientes y libres para los empleados. La organización se asegura de que los representantes de los empleados no sean objeto de discriminación en el lugar de trabajo.

1.6.7 Principio Siete: Garantizar Buenas Condiciones de Trabajo

La organización proporciona un ambiente de trabajo seguro y saludable para los empleados y/o miembros. Cumple, como mínimo, con las leyes nacionales y locales y los convenios de la OIT sobre salud y seguridad.

El horario y las condiciones de trabajo de los empleados y/o afiliados (y de cualquier trabajador a domicilio) cumplen con las condiciones establecidas por las leyes nacionales y locales y los convenios de la OIT.

Las Organizaciones de Comercio Justo conocen las condiciones de salud y seguridad en los grupos de productores a los que les compran. Buscan, de manera continua, crear conciencia sobre los problemas de salud y seguridad y mejorar las prácticas de salud y seguridad en los grupos de productores.

1.6.8 Principio Ocho: Brindar Desarrollo de Capacidades

La organización busca aumentar los impactos de desarrollo positivos para los pequeños productores marginados a través del Comercio Justo.

La organización desarrolla las habilidades y capacidades de sus propios empleados o miembros. Las organizaciones que trabajan directamente con los pequeños productores desarrollan actividades específicas para ayudar a estos productores a mejorar sus habilidades de gestión, capacidades de producción y acceso a los mercados: local/regional/internacional/Comercio Justo y general, según corresponda. Las organizaciones que compran productos de Comercio Justo a través de intermediarios de Comercio Justo en el Sur ayudan a estas organizaciones a desarrollar su capacidad para apoyar a los grupos de productores marginados con los que trabajan.

1.6.9 Principio Nueve: Promoción del Comercio Justo

La organización sensibiliza sobre el objetivo del Comercio Justo y sobre la necesidad de una mayor justicia en el comercio mundial a través del Comercio Justo. Aboga por los objetivos y actividades del Comercio Justo según el alcance de la organización. La organización proporciona a sus clientes información sobre sí misma, los productos que comercializa y las organizaciones de productores o miembros que elaboran o cosechan los productos. Siempre se utilizan técnicas honestas de publicidad y marketing.

1.6.10 Principio Décimo: Respeto al Medio Ambiente

Las organizaciones que producen productos de Comercio Justo maximizan el uso de materias primas de fuentes gestionadas de forma sostenible en sus gamas, comprando localmente cuando sea posible. Utilizan tecnologías de producción que buscan reducir el consumo de energía y, en la medida de lo posible, utilizan tecnologías de energía renovable que minimizan las emisiones de gases de efecto invernadero. Buscan minimizar el impacto de su flujo de residuos en el medio ambiente. Los productores de materias primas agrícolas de Comercio Justo minimizan sus impactos ambientales mediante el uso de métodos de producción orgánicos o de bajo uso de pesticidas siempre que sea posible.

Los compradores e importadores de productos de Comercio Justo dan prioridad a la compra de productos fabricados con materias primas que se originan en fuentes gestionadas de forma sostenible y que tienen el menor impacto general en el medio ambiente.

Todas las organizaciones utilizan materiales reciclados o fácilmente biodegradables para el embalaje en la medida de lo posible, y las mercancías se envían por mar siempre que sea posible.

Última revisión y aprobación por parte de los miembros de WFTO en noviembre de 2017. world fair trade organization

1.7 Estándares Fairtrade

Los Estándares Fairtrade garantizan unas condiciones comerciales más justas entre agricultores y compradores, protegiendo los derechos de los trabajadores y proporcionando el marco para que los productores construyan explotaciones agrarias más eficientes y sostenibles y organizaciones democráticas prósperas.

Fairtrade International Organización Internacional que crea los Estándares de Fairtrade acordados internacionalmente, coordina a toda la organización a nivel mundial y es propietaria del Sello Fairtrade. Fundada en 1997 y con base en Bonn, Alemania.

Tres redes regionales de productores que representan a los agricultores y trabajadores de: África-Oriente Medio, Asia-Pacífico y América Latina-Caribe.

Estas tres redes forman parte de la Junta Directiva de Fairtrade International, tienen el 50% de los votos en la Asamblea General y participan activamente en el establecimiento de nuevos estándares y políticas para Fairtrade.

25 organizaciones nacionales que promueven los productos Fairtrade en cada uno de los países consumidores. Una de estas organizaciones nacionales es Fairtrade Ibérica, centrada en sensibilizar al consumidor final y a facilitar la certificación a los fabricantes locales interesados en incorporar el sello Fairtrade en los productos fabricados y/o consumidos en España y Portugal.

FLOCERT Acreditada con la norma ISO 17065 es la principal entidad certificadora independiente de Fairtrade. Inspecciona a los productores y comerciantes para verificar que cumplen los Criterios de Comercio Justo y los Estándares Fairtrade.

FAIRTRADE cumple con 8 de los 17 ODS

También nos fijamos en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la agenda 2030 de la ONU, como parte de la forma de medir nuestras contribuciones para lograr un mundo sostenible. Al alinear nuestros indicadores con los ODS, unimos nuestras acciones a un movimiento global que aborda directamente la desigualdad y la justicia social y medioambiental.



Los objetivos clave de los Estándares Fairtrade son:

- Garantizar que los productores reciban precios que cubran sus costes medios de producción sostenible.

- Proporcionar una Prima Fairtrade adicional que pueda invertirse en proyectos que mejoren el desarrollo social, económico y medioambiental.
- Permitir la prefinanciación a los productores que lo requieran.
- Facilitar las asociaciones comerciales a largo plazo y permitir un mayor control de los productores sobre el proceso comercial.
- Establecer criterios básicos y de desarrollo claros para garantizar que las condiciones de producción y comercio de todos los productos certificados Fairtrade sean social y económicamente justas, así como ambientalmente responsables

1.7.1 Principios comunes

Los siguientes principios comunes se consideran en todos los Estándares Fairtrade y son aplicables a los pequeños productores y trabajadores y a sus organizaciones.

1.7.1.1 Social

La organización productora debe establecerse de forma transparente para sus miembros y no debe discriminar a ningún miembro o grupo social en particular. Los Estándares Fairtrade prohíben el trabajo infantil y el trabajo forzoso, promueven la igualdad de género y exigen a las empresas que operen con prácticas laborales no discriminatorias, tasas de pago iguales o superiores a los salarios mínimos legales o regionales, libertad de asociación y derechos de negociación colectiva para la fuerza laboral, garantías para la seguridad y salud de los trabajadores e instalaciones que permitan a los trabajadores gestionar la Prima de Comercio Justo Fairtrade. Además, todos los miembros de la organización deben tener acceso a los procesos democráticos de toma de decisiones y, en la medida de lo posible, participar en las actividades de la organización.

1.7.1.2 Económico

Para todos los productos, los Estándares Fairtrade exigen que los compradores paguen un Precio Mínimo Fairtrade y/o una Prima Fairtrade a los productores.

El Precio Mínimo Fairtrade tiene como objetivo ayudar a los productores a cubrir los costes de una producción sostenible.

La Prima Fairtrade es el dinero que los trabajadores de una plantación destinan a invertir en mejorar la calidad de vida en su comunidad.

Los Estándares Fairtrade también exigen que los compradores concedan un anticipo financiero sobre los contratos, llamado prefinanciación, si los productores lo solicitan.

1.7.1.3 Medioambiental

Los Estándares Fairtrade incluyen requisitos sobre prácticas agrícolas respetuosas con el medio ambiente.

Las áreas en las que se centran son: el uso mínimo y seguro de productos agroquímicos, la gestión adecuada y segura de los residuos, el mantenimiento de la fertilidad del suelo y de los recursos hídricos, y el no uso de organismos genéticamente modificados (OGM).

Los Estándares Fairtrade no exigen la certificación ecológica, sin embargo se promueve la producción ecológica y se recompensa con Precios Mínimos Fairtrade más altos para los productos cultivados ecológicamente.

CAPÍTULO 2

2 DIAGNÓSTICO AGRÍCOLA DEL CANTÓN RIOBAMBA.

2.1 Inventario de los principales productos agrícolas que produce el cantón.

El proyecto inicio en el mes de enero del 2020, durante los dos primeros meses se realizó gestión con las principales autoridades del cantón, así como con las autoridades parroquiales y a su vez se logró contactar a diferentes grupos de asociaciones agrícolas, con el fin de socializar y comprometer a las autoridades en unir esfuerzos para la consecución de este proyecto. Es así como empezó el levantamiento de la línea base en primer lugar a través de la revisión de bibliografía de los PDOT de cada una de las 11 parroquias rurales del cantón para posteriormente realizar entrevistas a las autoridades parroquiales y a su vez a las autoridades de las asociaciones agrícolas del cantón.

Debido a las condiciones de salud y riesgo eminentes por la presencia del COVID en nuestra provincia se descartó las entrevistas personales tanto con autoridades de las juntas parroquiales como con representantes de las asociaciones de agricultores.

Por ello se buscó una alternativa y aprovechando a la vez la información ya levantada por otras instituciones como el GADM Riobamba, se inició el desarrollo de las encuestas a los representantes antes mencionado obteniendo los siguientes resultados hasta el momento.

2.1.1 Principales cultivos producidos en las parroquias rurales de la ciudad de Riobamba

Para el desarrollo de la entrevista se buscó implementar un instrumento que contenga todos los parámetros a evaluar en los objetivos del proyecto, como son los cultivos prioritarios por parroquia, costos de producción, mercado de productos, insumos de producción entre otros. La siguiente tabla resume los resultados obtenidos hasta el momento, los espacios en blanco referentes al cultivo 2 o 3 que se encuentran en blanco pertenecen a los agricultores que solamente trabajan con un cultivo.

La información contenida en esta tabla fue obtenida mediante la realización de encuestas a los encargados de las asociaciones de carácter agrícola situadas en las parroquias rurales de la ciudad de Riobamba.

Tabla 1. Información de los tres principales cultivos según los encuestados en las parroquias rurales del cantón Riobamba.

Parroquia	Cultivo 1	Área m ²	Cantidad cosechada	Unidad	Cultivo 2	Área m ²	Cantidad cosechada	Unidad	Cultivo 3	Área m ²	Cantidad cosechada	Unidad
Cacha	Frutilla	2500	70	cartones	N/R				N/R			
Cacha	Frutilla	1000	45	cajas	Papa	2500	120	qq	Cebada	2500	10	qq
Cacha	Cebada	3500	8	sacos	Trigo	1500	2	qq	Quinoa	2500	4	qq
Cacha	Maíz	1000	10	sacos	Quinoa	1000	2	qq	Trigo	800	2	qq
Cacha	Tomate riñón	1000	700	cartones	Maíz	1000	50	sacos	Lechuga	400	900	lechugas
Cacha	Tomate riñón	1000	600	cajas	Frutilla	1000	40	cajas	Tuna	2000	200	cientos
Cacha	Papa	500	15	qq	Alverja	700	20	sacos	N/R			
Cacha	Papa	2000	20	qq	Maíz	4	10	qq	N/R			
Calpi	Papa	800	20	qq	N/R				N/R			
Calpi	Frutilla	1000	40	cajas	Papa	1000	30	sacos	Maíz	1000	20	sacos
Calpi	Papa	1000	20	qq	Maíz	1200	20	sacos	N/R			

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

Calpi	Alverja	7500	80	sacos	Maíz	6000	2	qq	Alfalfa	4000	5	sacas
Calpi	Maíz	5000	10	qq	Alverja	7500	60	qq	N/R			
Cubijies	Frutilla	3500	80	cajas	Tomate de árbol	3000	40	sacos	N/R			
Cubijies	Brócoli	2000	4500	pellas	Papa	3000	100	qq	Fréjol	1000	12	sacos
Cubijies	Papa	1500	30	qq	Aguacate	1000	600	aguacates	N/R			
Flores	Maíz	1000	45	sacos	Fréjol	1000	45	sacos	Alverja	1700	50	sacos
Licán	Alverja	800	5	qq	Alfalfa	2500	100	cargas	Tomate de árbol	1500	12	sacos
Licán	Cebolla	1800	40	sacos	Alverja	800	20	sacos	Zanahoria	900	40	sacos
Licán	Quinua	5000	7	qq	Cebada	1500	2	qq	Col	600	850	coles
Licán	Cebolla	3000	80	sacos	Alverja	800	35	sacos	N/R			
Licán	Papa	700	8	qq	Maíz	300	6	sacos	N/R			
Licán	Maíz	10	10	qq	Quinua	10000	15	qq	Alverja	20000	200	sacos
Licán	Frutilla	1200	400	cartones	Tomate de árbol	1000	40	sacos	Papa	500	25	sacos
Licán	Cebolla	400	10	sacos	N/R				N/R			
Licán	Maíz	300	5	sacos	Papa	1000	10	sacos	Alfalfa	3500	50	cargas
Licto	Mora	1500	25	cajas	Tomate de árbol	20	30	sacos	N/R			
Licto	Fréjol	1000	15	sacos	Papa	1000	20	qq	Col	1000	800	coles
Licto	Alverja	1000	12	sacos	Col	1500	1000	coles	Vainita	800	40	cajas
Licto	Fréjol	800	15	sacos	Maíz	2000	50	sacos	Papa	2000	40	qq
Licto	Brócoli	1800	3800	pellas	N/R				N/R			
Licto	Tomate riñón	1800	40	TM	Pepinillo	1400	40	TM	Pimiento	1000	15	TM
Licto	Col	1000	1200	coles	Maíz	2000	55	sacos	Cebada	4000	20	sacos
Licto	Maíz	2500	6	qq seco	Trigo	1500	2	qq	Cebada	1500	2	qq
Licto	Papa	800	30	qq	Alverja	750	30	sacos	Maíz	1200	40	sacos
Licto	Maíz	3500	30	sacos	Alverja	700	20	sacos	Papa	2000	80	qq
Licto	Frutilla	2500	90	cartones	Tomate de árbol	15000	100	sacos	N/R			
Licto	Lechuga	1500	150	sacos	Col	7500	8000	coles	Cebolla	5000	400	sacos
Licto	Brócoli	500	1000	pellas	Coliflor	500	1000	pellas	Papa	1500	50	qq

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

Licto	Alverja	1000	50	sacos	Habas	1000	60	sacos	Papa	500	15	sacos
Licto	Brócoli	800	1800	pellas	Lechuga	1500	175	sacos	Papa	7500	150	sacos
Licto	Col	5000	5800	coles	Papa	4000	120	qq	Maíz	3500	120	sacos
Licto	Brócoli	800	1800	pellas	Lechuga	1500	175	sacos	Papa	7500	150	sacos
Licto	Papa	2000	130	qq	Cebolla	1500	120	sacos	Maíz	3500	200	sacos
Licto	Papa	2000	70	sacos	Alverja	500	12	sacos	N/R			
Licto	Papa	1500	40	qq	Alverja	700	20	sacos	Maíz	1200	15	sacos
Licto	Maíz	300	6	sacos	Papa	800	5	sacos	Fréjol	300	3	sacos
Pungalá	Maíz	3500	30	sacos	Papa	3500	60	qq	N/R			
Pungalá	Papa	800	20	qq	N/R				N/R			
Pungalá	Maíz	1200	3	sacos	Papa	3500	30	qq	N/R			
Punín	Lechuga	1800	4500	lechugas	Alverja	800	30	sacos	Fréjol	500	20	sacos
Punín	Lechuga	2500	7000	lechugas	Culantro	1500	150	cargas	Nabo	2500	300	cargas
Punín	Tomate de árbol	6000	10	sacos	Lechuga	1000	2000	lechugas	Brócoli	1500	3800	pellas
Punín	Pepino	600	350	cajas	Maíz	600	15	sacos	N/R			
Punín	Tomate riñón	1100	800	cartones	Maíz	1000	50	sacos	N/R			
Punín	Tomate riñón	1000	600	cartones	Lechuga	1300	120	sacos	N/R			
Punín	Maíz	7500	200	sacos	Papa	3500	150	qq	N/R			
Punín	Tomate riñón	1200	800	cartones	Pimiento	1200	120	sacos	Alverja	1200	40	sacos
Punín	Tomate riñón	3000	1800	cartones	N/R				N/R			
Punín	Col	4000	4000	coles	Vainita	800	60	cajas	Remolacha	800	30	sacos
Punín	Tomate de árbol	7500	150	sacos/mes	Tomate riñón	3000	4000	cartones	Pepino	2000	1600	cajas
Quimiag	Papa	6000	80	qq	Maíz	3000	80	sacos	Frutilla	1000	30	cajas
Quimiag	Papa	1000	150	qq	Frutilla	1200	40	cajas	Maíz	1000	3	qq
Quimiag	Papa	15000	250	qq	Maíz	6000	100	sacos	N/R			
Quimiag	Maíz	12000	600	sacos	N/R				N/R			

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

Quimiag	Papa	2500	250	qq	Maíz	800	100	sacos	Alverja	500	60	sacos
Quimiag	Aguacate	6000	40	gavetas	N/R				N/R			
Quimiag	Pasto	5000	200	cargas	N/R				N/R			
Quimiag	Papa	3500	80	qq	Habas	3500	120	sacos	N/R			
Quimiag	Papa	1000	50	qq	Maíz	800	50	sacos	N/R			
Quimiag	Brócoli	4000	2000	m ²	Col	1500	1200	coles	Maíz	1200	45	sacos
Quimiag	Maíz	10000	300	sacos	N/R				N/R			
Quimiag	Papa	10000	500	qq	N/R				N/R			
Quimiag	Brócoli	500	1000	pellas	Alverja	800	30	sacos	Papa	300	15	sacos
Quimiag	Papa	600	20	qq	Maíz	800	45	sacos	N/R			
Quimiag	Cebolla	4000	100	sacos	Papa	2000	90	qq	N/R			
Quimiag	Papa	2000	150	qq	Habas	600	25	sacos	N/R			
Quimiag	Papa	1000	120	qq	Maíz	2500	80	sacos	N/R			
Quimiag	Brócoli	800	2500	pellas	Col	1500	1000	coles	Maíz	1200	40	sacos
San Juan	Papa	3500	80	qq	N/R				N/R			
San Juan	Papa	10000	400	qq	Habas	10000	400	sacos	Melloco	3000	30	sacos
San Juan	Papa	3500	50	qq	Habas	3000	40	sacos	Mashua	500	10	sacos
San Juan	Papa	1250	60	qq	N/R				N/R			
San Juan	Papa	10000	250	qq	N/R				N/R			
San Juan	Papa	1000	30	qq	Habas	600	25	sacos	Mashua	200	15	qq
San Juan	Papa	6000	150	qq	Habas	5000	90	sacos	Ajo	1250	0	qq
San Juan	Papa	10000	250	qq	Pasto	10000	150	cargas	N/R			
San Juan	Papa	2000	90	qq	Habas	800	15	sacos	Zanahoria	800	23	sacos
San Juan	Papa	1000	15	qq	Melloco	1200	15	sacos	Habas	400	5	sacos
San Juan	Papa	800	25	qq	Habas	800	10	sacos	N/R			
San Juan	Papa	2500	100	qq	Habas	1000	50	sacos	Melloco	3000	30	sacos
San Juan	Papa	80000	7200	qq	Habas	10000	600	qq	N/R			
San Juan	Habas	600	2	sacos	Melloco	3500	25	sacos	Habas	800	6	sacos

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

San Luis	Lechuga	1500	200	sacos	Tomate riñón	1300	700	cajas	Brócoli	2000	5000	pellas
San Luis	Fréjol	500	16	sacos	Papa	400	15	qq	Maíz	500	15	sacos
San Luis	Maíz	7054	200	sacos choclo	Vicia y Avena	350	7054	m ²	Papa	7054	300	sacos
San Luis	Lechuga	0	0	lechugas	Brócoli	0	0	pellas	Papa	0	0	qq
San Luis	Fréjol	800	80	sacos	Alverja	800	35	sacos	Lechuga	1000	100	sacos
San Luis	Papa	300	8	qq	Maíz	1200	20	sacos	N/R			
San Luis	Tomate riñón	1500	800	cartones	Remolacha	1700	150	sacos	Perejil	700	150	cargas
San Luis	Rábano	1300	150	sacos	Lechuga	1500	175	sacos	Culantro	1500	80	cargas
San Luis	Maíz	10000	250	sacos	N/R				N/R			
San Luis	Alfalfa	3500	150	cargas	Maíz	3500	125	sacos	Papa	500	80	qq
San Luis	Papa		38	sacos	Habas	4	15	sacos	N/R			

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

Como muestra la tabla 1. dentro del inventario de productos cultivados en las parroquias rurales de la ciudad de Riobamba, destacan productos como la papa y el maíz que son los que encuentran distribuidos en todas las parroquias del cantón, es importante destacar que la variación en superficie sembrada es significativa.

Existe también una cantidad representativa de cultivos como tomate de carne, tomate de árbol, lechuga, brócoli, habas, frutilla, pepino, col, y pastos. Por otro lado, a través de entrevistas realizadas a los presidentes de las juntas parroquiales se evidencia que en parroquias como San Luis existe una variedad de hortalizas, leguminosas y tubérculos. En Quimiag podemos encontrar frutales y gran cantidad de pastos.

2.1.2 Productores por Cultivo

La información contenida en la tabla 2 fue obtenida mediante la realización de encuestas a los encargados de las asociaciones de carácter agrícola situadas en las parroquias rurales de la ciudad de Riobamba.

Tabla 2. Número de productores por cultivo

Nº	Producto	Número de parroquias donde se produce	Porcentaje de productores x cultivo
1	Papa	8	27
2	Maíz	7	19
3	Fréjol	4	6
4	Frutilla	2	5
5	Tomate riñón	4	5
6	Lechuga	4	5
7	Tomate de árbol	4	4
8	Alverja	3	4
9	Habas	2	4
10	Brócoli	4	3
11	Pepino	2	3
12	Cebada	2	2
13	Mora	2	2
14	Pimiento	2	2
15	Zanahoria	1	2
16	Aguacate	1	1
17	Col	1	1
18	Trigo	1	1
19	Melloco	1	1
20	Mashua	1	1
21	Ajo	1	1
22	Remolacha	1	1
23	Perejil	1	1
24	Rábano	1	1
25	Culantro	1	1
26	Cebolla P.	1	1
27	Quinua	1	1

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

Lel 27% de los productores se dedican al cultivo de papa; el 19% al cultivo de maíz, esta información se encuentra plasmada en la tabla 2, y coincide con el área sembrada donde la papa y el maíz destacan por tener la mayor superficie, cosa que no sucede con las habas, donde la cantidad de productores decrece, lo que nos lleva a suponer que este cultivo se concentra en zonas o productores mayoritariamente de monocultivo.

2.1.3 Cultivos por parroquia

La información contenida en la tabla 3 fue obtenida mediante el levantamiento de encuestas a los encargados de las asociaciones de carácter agrícola situadas en las parroquias rurales de la ciudad de Riobamba.

Tabla 3 Cultivos por parroquia

Nº	Producto	Número de parroquias donde se produce	Equivalente porcentual (%)
1	Papa	8	72,73%
2	Maíz	7	63,64%
3	Tomate de árbol, Fréjol, Brócoli, Tomate riñón y Lechuga	4	36,36%
4	Alverja	3	27,27%
5	Frutilla, Cebada, Pepino, Habas, Mora y Pimiento	2	18,18%
6	Aguacate, Col, Trigo, Melloco, Mashua, Ajo, Remolacha, Perejil, Rábano, Culantro, Cebolla P, Zanahoria, Quinoa	1	9,09%

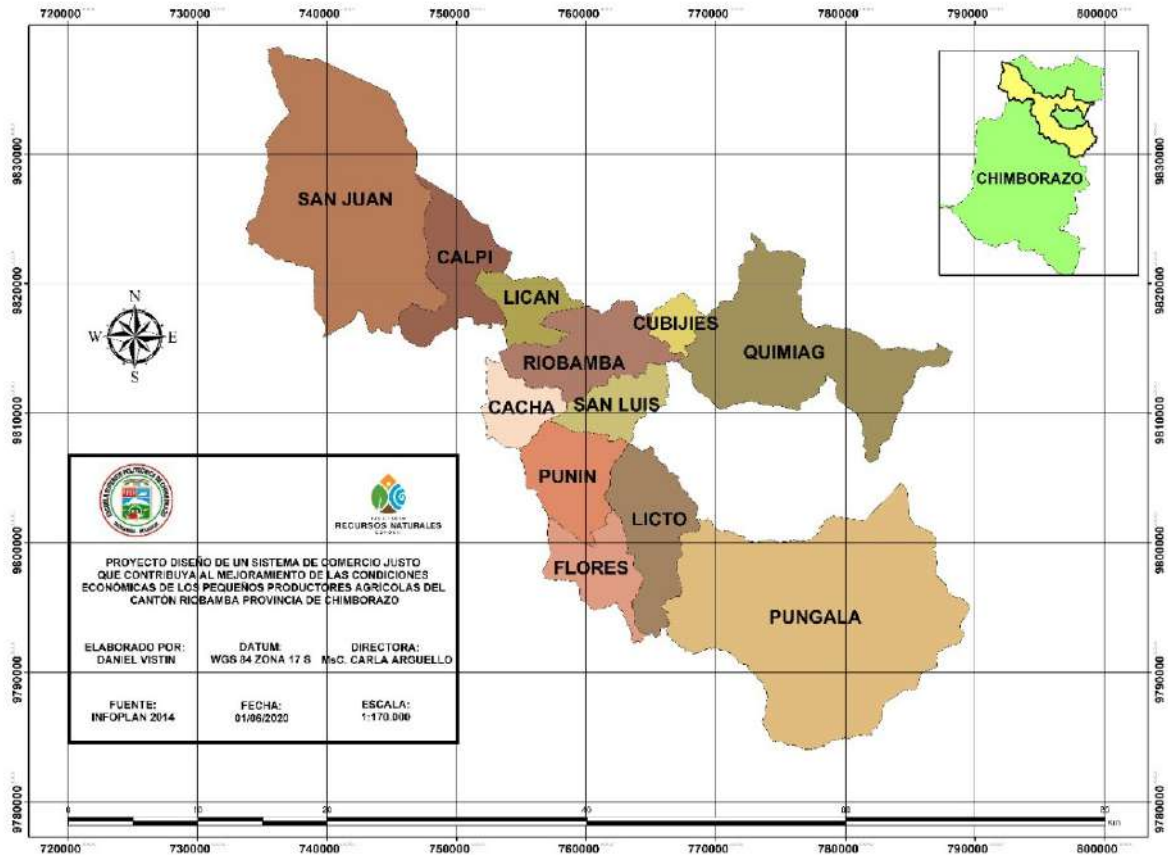
Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

Si analizamos la producción de cultivos tomando en cuenta las parroquias, podemos darnos cuenta de que los cultivos preponderantes continúan siendo las papa y el maíz, pero aparecen otros como el tomate de árbol y la frutilla dos cultivos que sin ser nuevos en el mercado han estado evolucionando en las distintas parroquias, esto debido en buena manera a los márgenes de utilidad que pueden brindar siempre y cuando se les dé un buen manejo.

2.1.4 Superficie destinada para producción agrícola.

MAPAS TEMÁTICOS

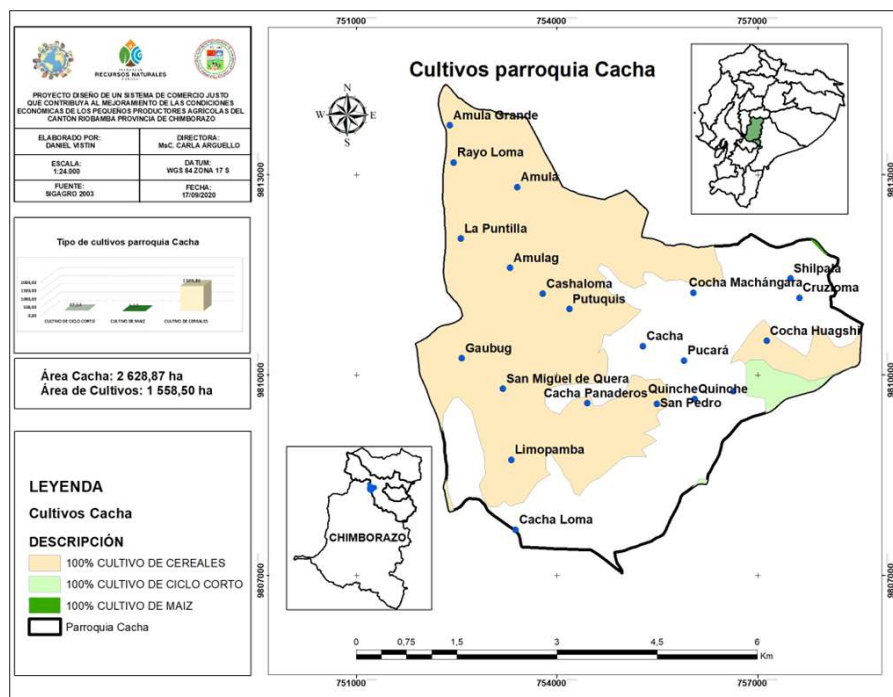
Figura 1. Área de estudio del proyecto “CSAG”



Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

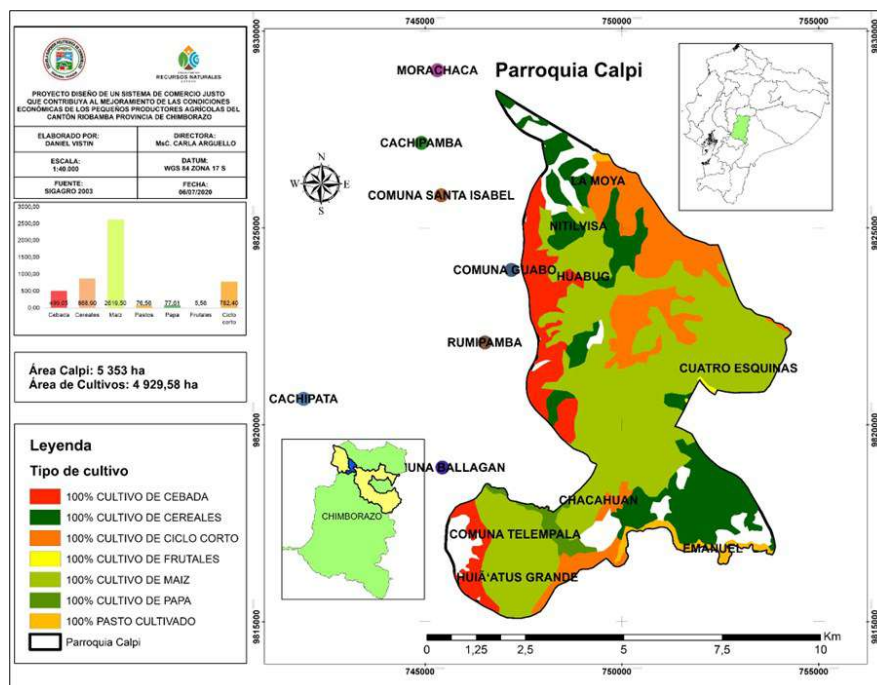
La figura 1, muestra el área de estudio considerada dentro del cantón Riobamba. La distribución geográfica se encuentra a nivel parroquial.

Figura 2. Distribución de cultivos en la parroquia Cacha



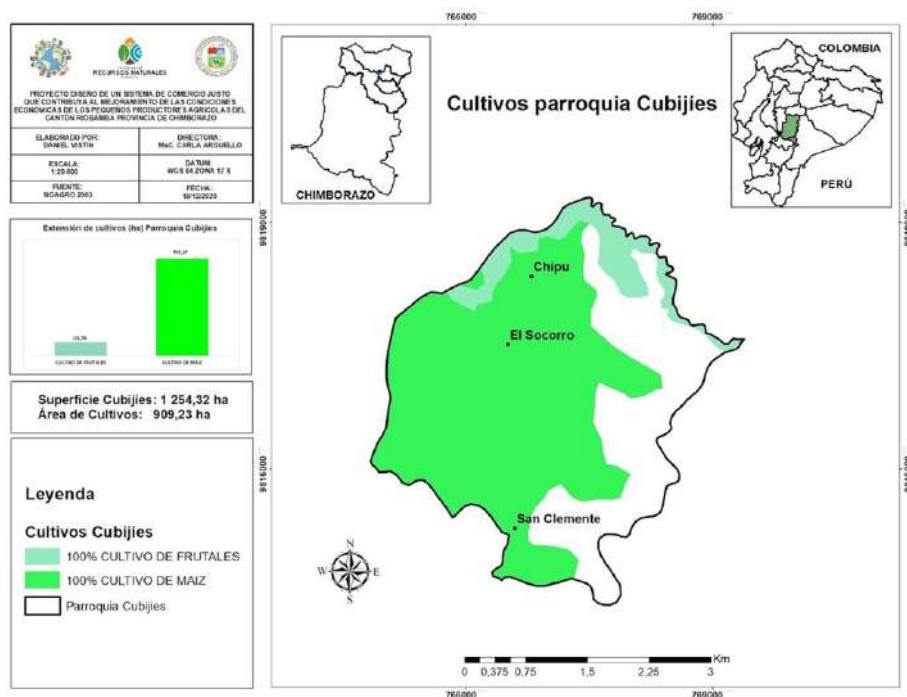
Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

Figura 3. Distribución de cultivos en la parroquia Calpi



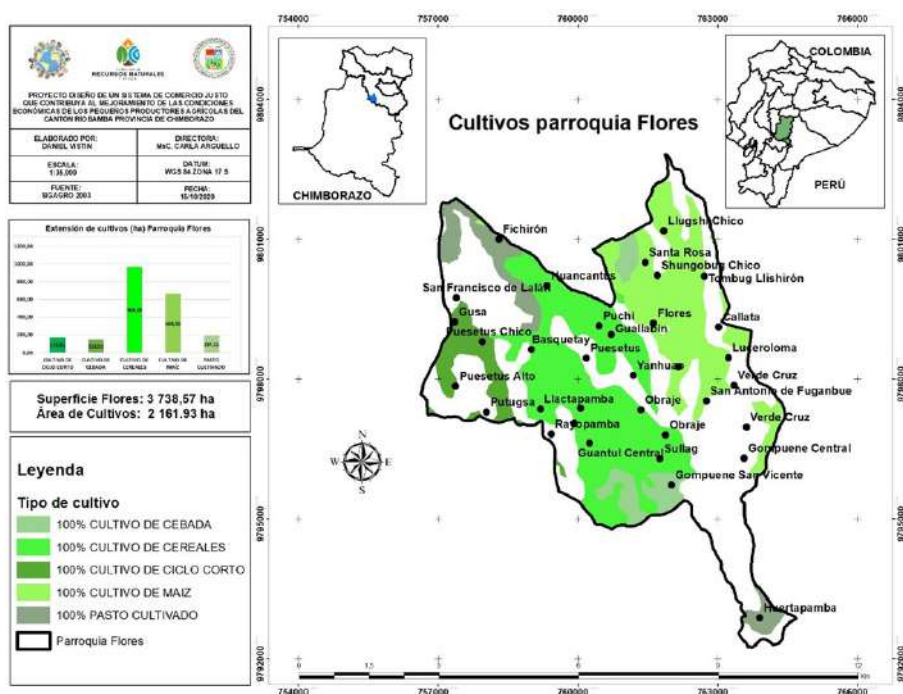
Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

Figura 4. Distribución de cultivos en la parroquia Cubijes



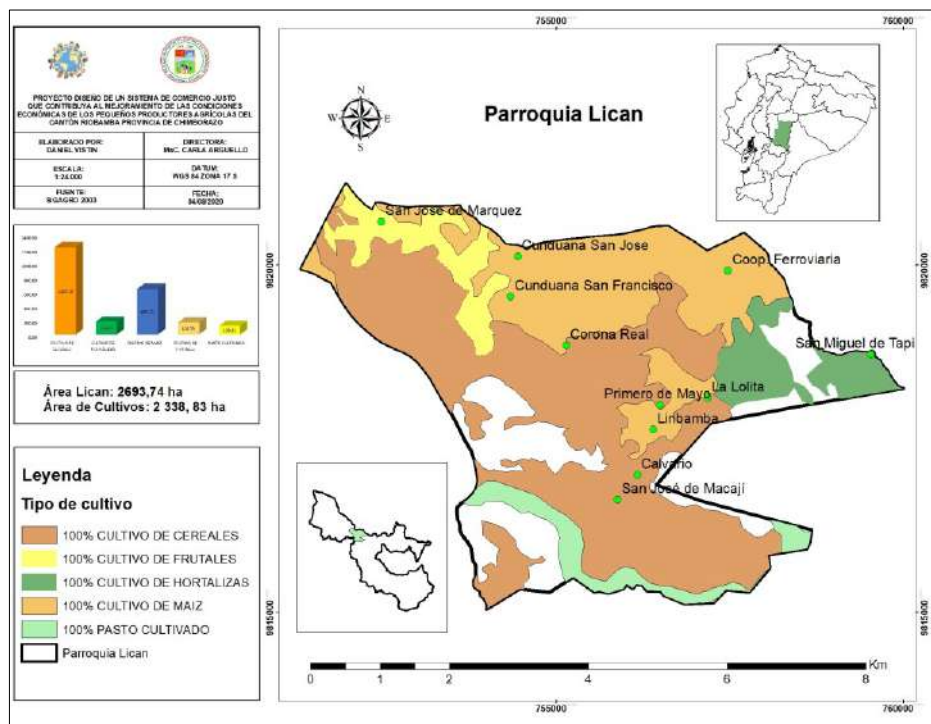
Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

Figura 5. Distribución de cultivos en la parroquia Flores



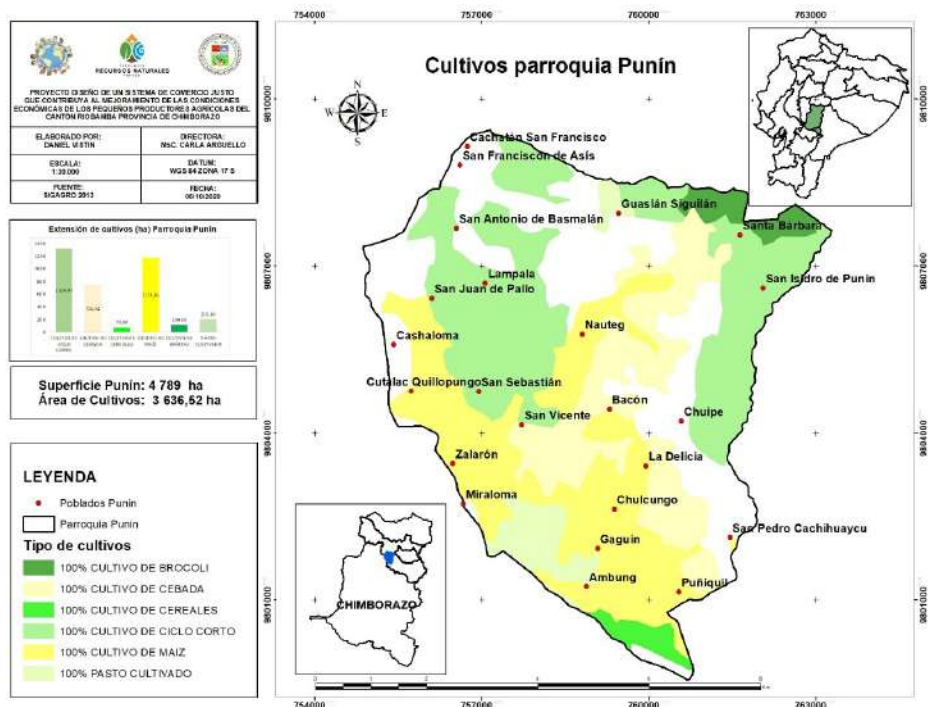
Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

Figura 6. Distribución de cultivos en la parroquia Lican



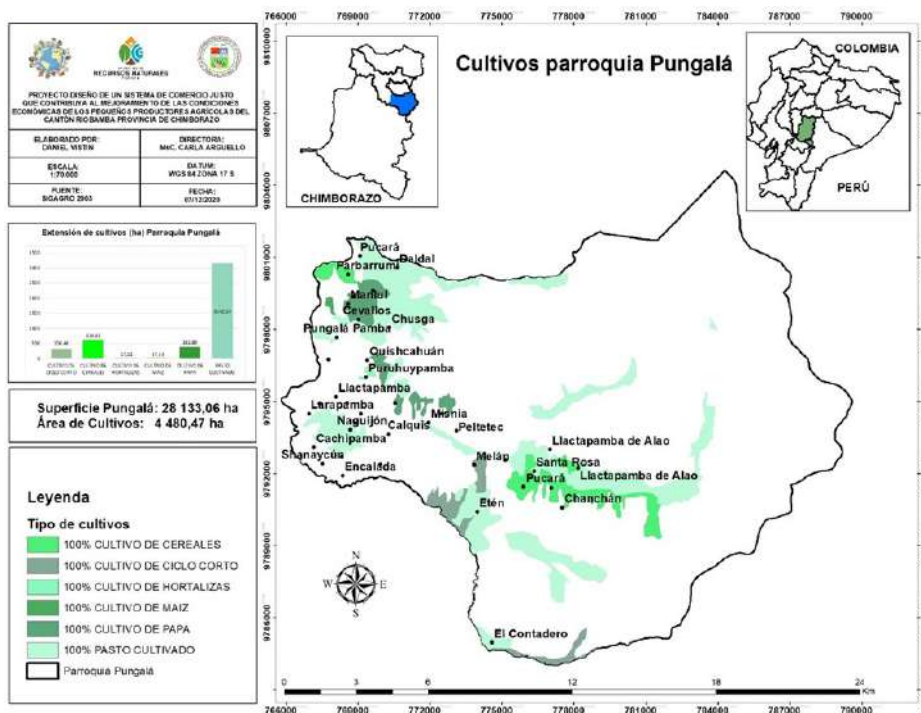
Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

Figura 7. Distribución de cultivos en la parroquia Punin



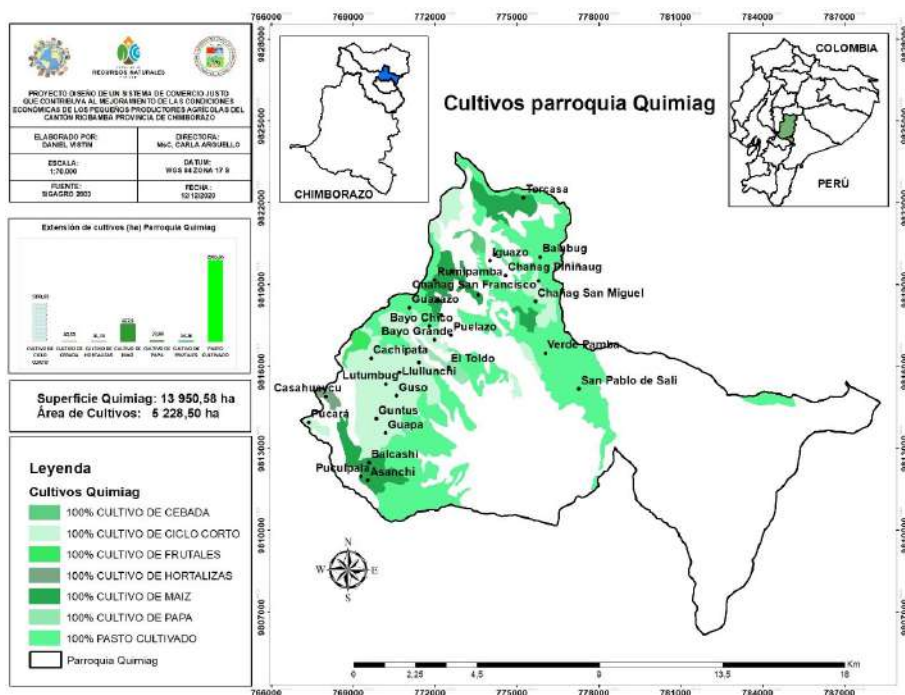
Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

Figura 8. Distribución de cultivos en la parroquia Pungalá



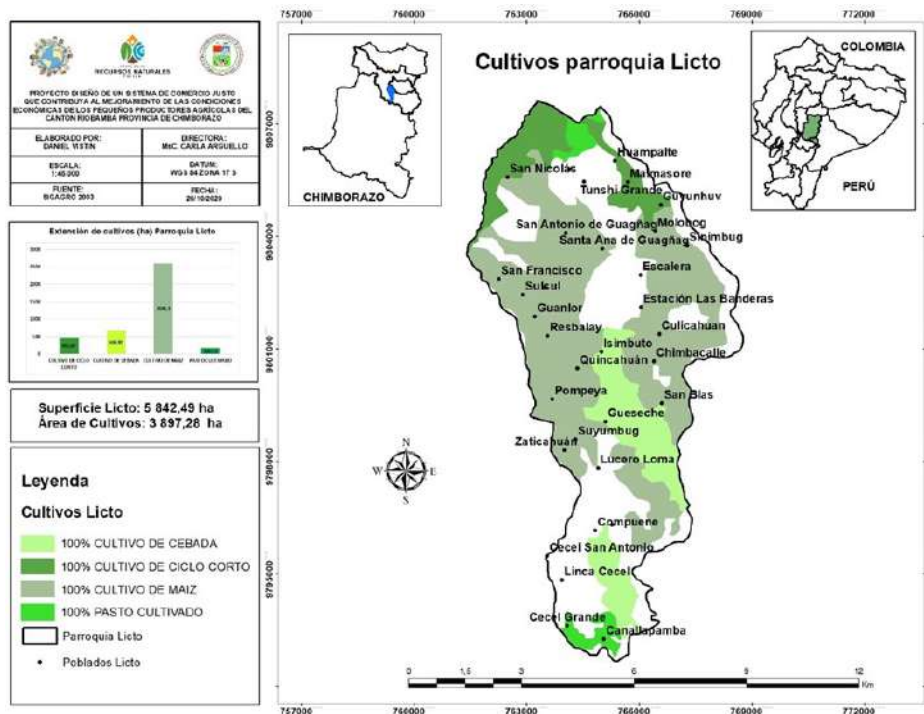
Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

Figura 9. Distribución de cultivos en la parroquia Quimiag



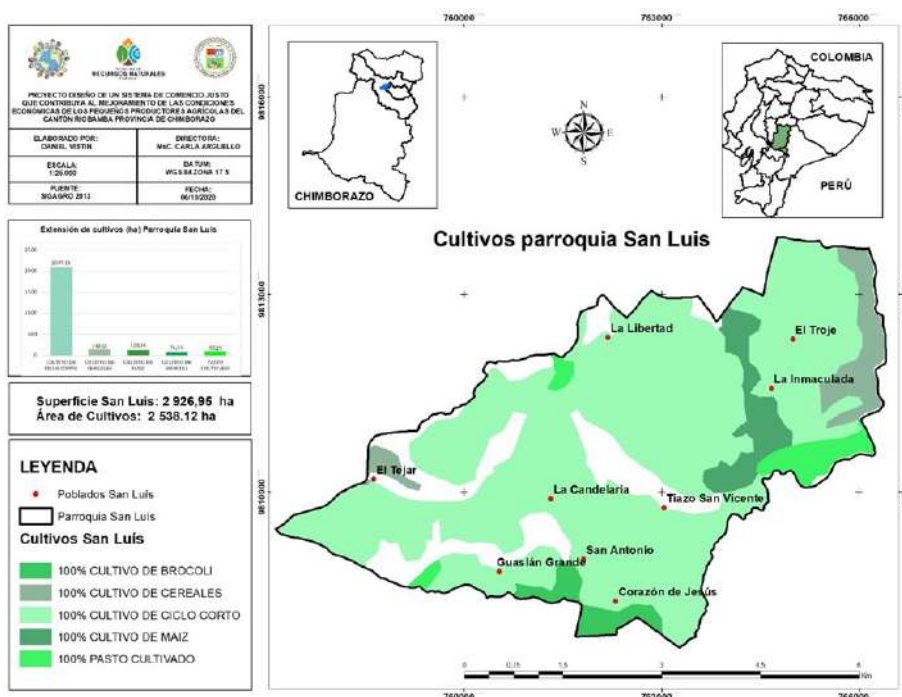
Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

Figura 10. Distribución de cultivos en la parroquia Licto



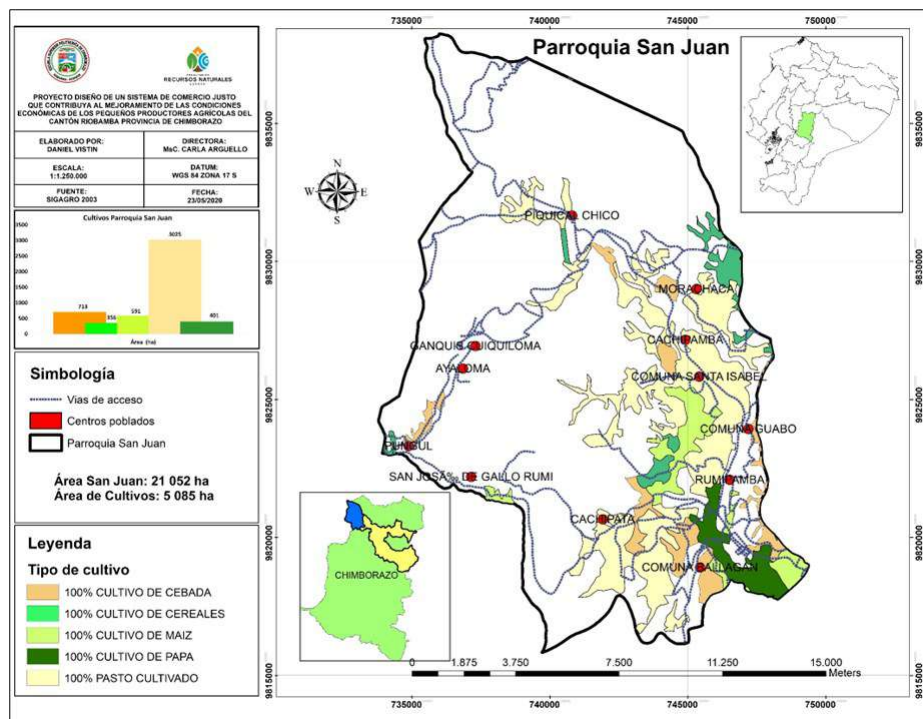
Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

Figura 11. Distribución de cultivos en la parroquia San Luis



Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

Figura 12. Distribución de cultivos en la parroquia San Juan



Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

2.2 Costos de producción de los principales productos agrícolas del cantón.

Para la determinación de costos de producción en lo referente a insumos por rubro agrícola fue necesario realizar un cotejo de valores de los mencionado por los agricultores en la encuesta, con la información recopilada a los centros agrícolas (agroquímicos) ubicados alrededor de los mercados mayorista lugar donde acuden la mayoría a los agricultores del cantón. Es importante dar a notar que uno de los principales inconvenientes que tiene el agricultor es que no conoce sus costos de producción y esto sin duda los perjudica al momento de realizar su análisis costo beneficio.

Por ello hemos buscado ser muy minuciosos en el análisis de los costos de producción, se desarrolló una matriz que considera todos y cada uno de los costos asociados a el cultivo incluso los costos endógenos que normalmente el productor descarta como son: precio de semillas, pagos de alquiler de usos de suelo o predial, acceso al agua, precio de productos fertilizantes, insecticidas, herbicidas y principalmente mano de obra familiar no contemplada.

A continuación, presentamos el resumen de los resultados analizados en los principales cultivos por costo unitario y costo total por cultivo:

2.2.1 Papa

Tabla 4. Costo de producción unitario y total del rubro papa.

ACTIVIDAD O LABOR	RUBRO	UNIDADES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1. PREPARACIÓN DE SUELO	GLIFOSATO	GALON	1	25	25
	TRACTOR ARADO	HORA	8	15	120
	TRACTOR CRUZA	HORA	6	15	90
	TRACTOR RASTRA	HORA	4	15	60
2. VARIEDAD	INIAP	Kg	1350	0,6	810
3. SIEMBRA	SIEMBRA	JORNAL	18	15	270
4. FERTILIZACIÓN	18-46-00	Kg	600	0,64	384
	SULPOMAG	Kg	200	0,6	120
	MURIATO DE POTASIO	Kg	200	0,55	110
	UREA	Kg	200	0,52	104
5. LABORES CULTURALES	RASCADILLO	JORNAL	10	15	150
	MEDIO APORQUE	JORNAL	20	15	300
	APORQUE	JORNAL	20	15	300
	RIEGO	JORNAL	8	15	120
6. CONTROL FITOSANITARIO	PHYTON	LITRO	0,4	32	12,8
	ACEFATO 75%	Kg	0,8	33	26,4
	KARATE	LITRO	1	28	28
	PROFENOFOS	LITRO	1	26	26
	FIJADOR	LITRO	0,5	5	2,5
	INDICATE	LITRO	0,2	25	5
	APLICACIÓN MANCOCEB,	JORNAL	4	15	60
	CYMOXANIL, ALIET, CURZATE		4	60	240
	APLICACIÓN	JORNAL	12	15	180
7. COSECHA	CAVE Y RECOLECCIÓN	JORNAL	60	15	900
	SACOS	UNDAD	400	0,32	128
8. POSTCOSECHA	CLASIFICACIÓN Y	JORNAL	20	15	300

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

	ENSACADO				
	TRANSPORTE	SACO	400	0,5	200
9. INDIRECTOS	ARRIENDO TERRENO	AÑO	1	600	600
COSTO TOTAL					5687,7
INGRESOS 600 * 12,5					7500
INGRESO NETO					1812,3

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

2.2.2 Maíz suave

Tabla 5. Costo de producción unitario y total del rubro maíz suave choclo.

ACTIVIDAD O LABOR	RUBRO	UNIDADES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1. PREPARACIÓN DE SUELO	GLIFOSATO	GALON	1	25	25
	TRACTOR ARADO	HORA	4	15	60
	TRACTOR CRUZA	HORA	4	15	60
	TRACTOR RASTRA	HORA	4	15	60
2. VARIEDAD	CHAZO	Kg	1350	2.5	125
3. SIEMBRA	SIEMBRA	JORNAL	12	15	180
4. FERTILIZACIÓN	18-46-00	Kg	150	0,64	96
	MURIATO DE POTASIO	Kg	150	0,55	82.5
	UREA	Kg	150	0,52	104
5. LABORES CULTURALES	RASCADILLO	JORNAL	10	15	150
	APORQUE	JORNAL	20	15	300
	RIEGO	JORNAL	8	15	120
6. CONTROL FITOSANITARIO	CLOROTALONIL	LITRO	1,4	14	21
	ACEFATO 75%	Kg	0,8	33	26,4
	KARATE	LITRO	1	28	28
	FIJADOR	LITRO	0,5	5	2,5
	INDICATE	LITRO	0,2	25	5
	APLICACIÓN	JORNAL	4	15	60
7. COSECHA	RECOLECCIÓN	JORNAL	40	15	600
	SACOS	UNDAD	400	0,32	128
	CLASIFICACIÓN Y	JORNAL	10	15	150

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

8. POSTCOSECHA	ENSACADO				
	TRANSPORTE	SACO	400	0,25	100
9. INDIRECTOS	ARRIENDO TERRENO	AÑO	1	300	300
COSTO TOTAL					2783,4
INGRESOS 450 * 12,5					5625
INGRESO NETO					2841,6

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

2.2.3 Arveja

Tabla 6. Costo de producción unitario y total del rubro arveja.

LABOR / ACTIVIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1. ANÁLISIS DE LABORATORIO				
ANÁLISIS COMPLETO DE SUELO	ANÁLISIS	1.00	30.00	30.00
2. PREPARACIÓN DEL SUELO				
APLICACIÓN HERBICIDA	JORNAL			
ARADO	HORA	3.00	15.00	45.00
RASTRA	HORA	3.00	15.00	45.00
SURCADA	JORNAL	10.00	15.00	150.00
DESINFECCION DEL SUELO	JORNAL	1.00	15.00	15.00
3. PLANTACIÓN				
SEMILLA	Kg	35.00	9.90	346.50
PLANTACIÓN	JORNAL	12.00	15.00	180.00
RIEGO	JORNAL			
4. FERTILIZACIÓN				
FERTILIZACIÓN SOLIDA				
18-46-00	Kg	200.00	0.66	132.00
SULPOMAG	Kg	150.00	0.74	111.00
5. LABORES CULTURALES				
DESHIERBA Y CORONAMIENTO	JORNAL	10.00	15.00	150.00
TUTOREO	JORNAL	10.00	15.00	150.00
TUTORES	POSTES	160.00	0.20	32.00
PIOLA PLÁSTICA	ROLLOS	68.00	4.00	272.00
RIEGO	JORNAL	6.00	15.00	90.00
APORQUE	JORNAL	15.00	15.00	225.00
6. CONTROLES FITOSANITARIOS				
FUNGUICIDAS				
CUSTON	Kg	1.50	13.28	19.92
AGRY-GENT	Kg	0.15	117.00	17.55
SCORE	L	1.50	34.48	51.72
ABAMECTIN	L	0.30	62.00	18.60

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

MATADOR	L	1.50	13.08	19.62
APLICACIÓN	JORNAL	6.00	15.00	90.00
8. COSECHA				
COSECHA	JORNAL	30.00	15.00	450.00
9. POSCOSECHA				
SELECCIÓN	JORNAL	10.00	15.00	150.00
SACOS	SACO	600.00	0.25	150.00
10. TRANSPORTE				
POR SACO		600.00	0.25	150.00
COSTO TOTAL				3060.91
INGRESOS				600 * 8
				4800.00
INGRESO NETO				1739.09

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

2.2.4 Haba

Tabla 7. Costo de producción unitario y total del rubro haba

LABOR / ACTIVIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1. ANÁLISIS DE LABORATORIO				
ANÁLISIS COMPLETO DE SUELO	ANÁLISIS	1.00	30.00	30.00
2. PREPARACIÓN DEL SUELO				
ARADO	HORA	3.00	15.00	45.00
RASTRA	HORA	2.00	15.00	30.00
ELABORACIÓN DE CAMAS	JORNAL	2.00	15.00	30.00
3. PLANTACIÓN				
SEMILLA	Kg	90.00	2.00	180.00
APLICACIÓN FERTILIZANTE DE FONDO	JORNAL	6.00	15.00	90.00
PLANTACIÓN	JORNAL	3.00	15.00	45.00
4. FERTILIZACIÓN				
FERTILIZACIÓN SOLIDA				
COMPOST	TM	6.00	70.00	420.00
ROCA FOSFORICA	Kg	300.00	0.18	54.00
MURIATO DE POTASIO	Kg	100.00	0.52	52.00
BIOL	LITRO	120.00	0.50	60.00
5. LABORES CULTURALES				
DESHIERBA Y CORONAMIENTO	JORNAL	16.00	15.00	240.00
TUTOREO	JORNAL			
TUTORES	POSTES			
RIEGO	JORNAL	2.00	15.00	30.00
RASCADILLO	JORNAL			
MEDIO APORQUE	JORNAL			
APORQUE	JORNAL	15.00	15.00	225.00
6. CONTROLES FITOSANITARIOS				

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

FUNGUICIDAS

BENOMIL	Kg	0.10	24.00	2.40
CLOROTALONIL	L	0.25	15.00	3.75
LORSBAN	L	0.40	16.25	6.50
PERFEKTHION	L	0.30	15.50	4.65
KAÑÓN	L	1.00	15.00	15.00
ENGEO	L	2.25	85.00	191.25
APLICACIÓN	JORNAL	9.00	15.00	135.00

7. COSECHA

COSECHA	JORNAL	40.00	15.00	600.00
---------	--------	-------	-------	--------

8. POSCOSECHA

SELECCIÓN	JORNAL	10.00	15.00	150.00
SACOS	SACO	600.00	0.32	192.00

9. TRANSPORTE

POR SACO		600.00	0.25	150.00
----------	--	--------	------	--------

COSTO TOTAL 2981.55

INGRESOS 600*9 5400.00

INGRESO NETO 2418.45

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

2.2.5 Tomate de árbol

Tabla 8. Costo de producción unitario y total del rubro tomate de árbol.

LABOR / ACTIVIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1. ANÁLISIS DE LABORATORIO				
ANÁLISIS COMPLETO DE SUELO	ANÁLISIS	1.00	30.00	30.00
2. PREPARACIÓN DEL SUELO				
APLICACIÓN HERBICIDA	JORNAL	4.00	15.00	60.00
ARADO	HORA	4.00	15.00	60.00
RASTRA	HORA	6.00	15.00	90.00
ELABORACIÓN DE CAMAS	JORNAL			
3. PLANTACIÓN				
PLANTAS	PLANTAS	2500.00	0.65	1625.00
PILÓN	PILÓN			
SEMILLA	Kg			
TRAZADO O VALIZA	JORNAL	2.00	15.00	30.00
HOYADO	JORNAL	10.00	15.00	150.00
APLICACIÓN FERTILIZANTE DE FONDO	JORNAL	7.00	15.00	105.00
PLANTACIÓN	JORNAL	2.00	15.00	30.00
TRANSPLANTE	JORNAL			
RIEGO	JORNAL	2.00	15.00	30.00

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

4. FERTILIZACIÓN

FERTILIZACIÓN SOLIDA

16-16-16	Kg			
INTEGRADOR	Kg	1000.00	0.90	900.00
8-20-20	Kg	1500.00	0.54	810.00
RAPHOS	Kg			
NITRABORO	Kg	750.00	0.90	675.00
PENETRANTE	L	0.60	13.00	7.80

FERTILIZACIÓN FOLIAR

PROMEBORO	L	1.50	20.00	30.00
K FOL	Kg	12.00	10.00	120.00
ÁCIDO GIBERÉLICO	PASTILLA			
ALGAS	Kg	0.75	20.00	15.00
SOLUAGRO	Kg	6.00	6.00	36.00
BM 86	L	6.00	17.00	102.00
BORO Zn	L	6.00	17.00	102.00
FERTRILON	Kg	2.40	23.00	55.20
APLICACIONES FITOSANITARIAS	JORNAL	30.00	15.00	450.00

6. CONTROL QUÍMICO DE MALEZAS

PARQUAT	LITRO	4.00	7.50	30.00
GLIFOSATO	LITRO	4.00	6.50	26.00
ATACINA	Kg		11.00	
APLICACIÓN	JORNAL	4.00	15.00	60.00

7. CONTROLES FITOSANITARIOS

FUNGUICIDAS

DIMETOMORF	Kg	9.00	20.00	180.00
CIMOXANIL	Kg			
SATISFAR	Kg	0.60	140.00	84.00
KORSO	Kg	6.00	15.00	90.00
PREDOSTAR	Kg	0.75	40.00	30.00
NOVAK	Kg	1.00	33.00	33.00
METALAXIL	Kg	3.00	22.00	66.00
SCORE	L	1.20	90.00	108.00
TACORA	L	1.50	30.00	45.00
DIMEFOL	Kg	7.20	22.00	158.40
MALATHION	Kg	3.00	9.00	27.00
ACEFATO	Kg	4.80	23.00	110.40
CHARAMIDA	L	4.80	55.00	264.00
KAÑÓN	L	0.68	15.00	10.13
COSECHA	JORNAL	125.00	15.00	1875.00

9. POSCOSECHA

SELECCIÓN	JORNAL	40.00	15.00	600.00
SACOS	SACO	450.00	0.40	180.00

10. TRANSPORTE

FLETE POR VIAJE	FLETE	450.00	0.50	225.00
-----------------	-------	--------	------	--------

11. ARRENDAMIENTO TERRENO

ARRIENDO		600.00	1.00	600.00
----------	--	--------	------	--------

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

12. AGUA DE RIEGO	ANUAL	45.00	1.00	45.00
COSTO TOTAL				8149.925
INGRESOS 450*24				10800
INGRESO NETO				2650.075

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

2.2.6 Col

Tabla 9. Costo de producción unitario y total del rubro col.

LABOR / ACTIVIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1. ANÁLISIS DE LABORATORIO				
ANÁLISIS COMPLETO DE SUELO	ANÁLISIS	1.00	30.00	30.00
2. PREPARACIÓN DEL SUELO				
ARADO	HORA	6.00	15.00	90.00
RASTRA	HORA	4.00	15.00	60.00
3. PLANTACIÓN				
PLANTAS	PLANTAS			
PILON	PILÓN	25000.00	0.01	300.00
TRANSPLANTE	JORNAL	18.00	15.00	270.00
RIEGO	JORNAL	20.00	15.00	300.00
4. FERTILIZACIÓN				
FERTILIZACIÓN SOLIDA				
GALLINAZA	CAMIÓN	1.00	600.00	600.00
ÁCIDOS HÚMICOS	L	1.50	4.82	7.23
5. LABORES CULTURALES				
DESHIERBA Y CORONAMIENTO	JORNAL	20.00	15.00	300.00
TUTOREO	JORNAL			
TUTORES	POSTES			
RIEGO	JORNAL	10.00	15.00	150.00
APORQUE	JORNAL	15.00	15.00	225.00
6. CONTROLES FITOSANITARIOS				
NEEM X	L	3.00	25.00	75.00
INPIDE	L	3.00	7.78	23.34
KOCIDE 101	Kg	5.00	6.40	32.00
NEW BT (BT)	Kg	2.00	30.00	60.00
TRICHODERMA VIRIDE	Kg	0.20	30.00	6.00
APLICACIÓN	JORNAL	8.00	15.00	120.00
7. COSECHA				
COSECHA	JORNAL	18.00	15.00	270.00
8. POSCOSECHA				
SELECCIÓN	JORNAL	4.00	15.00	60.00
CARGAS	CARGAS			

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

9. TRANSPORTE				
FLETE POR VIAJE	FLETE	5.00	15.00	75.00
10. AGUA DE RIEGO		0.50	45.00	22.50
COSTO TOTAL				3076.07
INGRESOS		24000.00 * 0.25		4800.00
INGRESO NETO				1723.93

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

2.2.7 Quinua

Tabla 10. Costo de producción unitario y total del rubro quinua.

ACTIVIDAD O LABOR	RUBRO	UNIDADES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1. ANÁLISIS DE LABORATORIO	ANÁLISIS COMPLETO DE SUELO	ANALISIS	1	30.00	30.00
	ARADO Y CRUZA	HORA	6	15.00	90.00
2. PREPARACIÓN DEL SUELO	SURCADO	HORA	8	15.00	120.00
	SEMILLA	HORA	23	2.50	57.50
3. PLANTACIÓN	SIEMBRA	JORNAL	7	15.00	105.00
	ABONO ORGANICO (Bocashi)	SACOS	80	4.00	320.00
4. FERTILIZACIÓN	Biol	LITROS	10	2.00	20.00
	DESHIERBA	JORNAL	6	5.00	30.00
5. LABORES CULTURALES	APORQUE APLICACIONES DE BIOL	JORNAL	7	5.00	35.00
		JORNAL	2.00	15.00	30.00
6. COSECHA	COSECHA	JORNAL	8.00	15.00	120.00
	SACOS	UNIDAD	23.00	0.25	5.75
	TRILLA	SACOS	23.00	2.00	46.00
7. TRANSPORTE	FLETE POR VIAJE	SACOS	23.00	0.25	5.75
COSTO TOTAL					1015.00
INGRESOS		23*80			1840.00
INGRESOS NETOS					825.00

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

2.2.8 Tomate riñón

Tabla 11. Costo de producción unitario y total del rubro tomate riñón.

LABOR / ACTIVIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1. ANÁLISIS DE LABORATORIO				
ANÁLISIS COMPLETO DE SUELO	ANÁLISIS	1.00	3.00	30.00

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

2. PREPARACIÓN DEL SUELO

APLICACIÓN HERBICIDA	JORNAL			
ARADO	HORA	6.00	15.00	90.00
RASTRA	HORA	4.00	15.00	60.00

3. PLANTACIÓN

PLANTAS	PLANTAS			
PILON	PILÓN	30000.00	0.12	3600.00
TRANSPLANTE	JORNAL	10.00	15.00	150.00
RIEGO	JORNAL			

4. FERTILIZACIÓN

FERTILIZACIÓN SOLIDA

GALLINAZA	CAMIÓN	4.00	600.00	2400.00
18-46-00	Kg	455.00	0.66	300.30
MAGNESAMON	Kg	90.00	0.60	54.00
SULFATO DE AMONIO	Kg		0.34	
MURIATO DE POTASIO	Kg	90.00	0.52	46.80
RAFHOS	Kg		0.76	
NITRABORO	Kg	90.00	0.90	81.00
ABONO AZUL	Kg	70.00	1.76	123.20
ABONO MORADO	Kg	70.00	1.76	123.20
HUMITA	Kg	45.00	2.42	108.90

FERTIRIEGO

INICIO	Kg	282.00	5.50	1551.00
FLORACIÓN	Kg	282.00	6.16	1737.12
ENGROSE	Kg	255.00	5.50	1402.50
MAGNESIO	Kg	150.00	0.88	132.00
ÁCIDOS HÚMICOS	Kg	59.00	8.58	506.22
NITRATO DE CALCIO	Kg	165.00	0.88	145.20
NITRATO DE POTASIO	Kg	55.00	1.76	96.80
NITRATO DE MAGNESIO	Kg	27.50	0.88	24.20
BORO	Kg	7.00	12.65	88.55
BM 86	L	10.00	17.00	170.00
BORO Zn	L	5.00	17.00	85.00
FERTRILON	Kg	2.00	23.00	46.00
ENRAIZANTE	L	5.00	14.00	70.00
MAXIN	L	2.50	56.00	140.00
QUICELLUM	L	2.50	58.00	145.00
FOSFITO Ca	L	5.00	16.00	80.00
METALOSATO Ca	SOBRE	10.00	6.75	67.50
METALOSATO B	SOBRE	10.00	6.75	67.50
METALOSATO K	SOBRE	10.00	6.75	67.50
METALOSATO MICROS	SOBRE	10.00	6.75	67.50
MICROORGANISMOS	DOSIS	3.00	50.00	150.00

5. LABORES CULTURALES

DESHIERBA Y CORONAMIENTO	JORNAL			
TUTOREO	JORNAL	10.00	15.00	150.00

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

TUTORES	POSTES			
6. CONTROLES FITOSANITARIOS				
FUNGUICIDAS				
SATISFAR	Kg	2.00	140.00	280.00
NOVAK	Kg	4.00	33.00	132.00
CAPTAN	Kg	5.00	15.00	75.00
TERRACLOR	Kg	5.00	17.50	87.50
TACHIGAREN	L	2.00	75.00	150.00
METHARANCH	Kg	10.00	23.00	230.00
PHYTON	L	5.00	47.00	235.00
INSECTICIDAS				
NEW MEWCTIN	L	2.00	85.00	170.00
DECIS	L	0.10	40.00	4.00
SULTAN	L	5.00	30.00	150.00
RUBIK	Kg	60.00	11.00	660.00
APLAUD	Kg	4.00	60.00	240.00
METOMIL	Kg		38.00	
APLICACIÓN	JORNAL	30.00	15.00	450.00
7. COSECHA				
COSECHA	JORNAL	200.00	15.00	3000.00
8. POSCOSECHA				
SELECCIÓN	JORNAL	120.00	15.00	1800.00
CARTONES	CARTONES	6000	0.5	3000.00
9. TRANSPORTE				
FLETE POR VIAJE	FLETE			
POR CARTÓN	CARTÓN	6000	0.25	1500.00
POR CAJA				
10. INVERNADERO				
CONSTRUCCIÓN INVERNADERO	m2	10000.00	3.50	35000.00
11. SISTEMA DE RIEGO				
SISTEMA DE RIEGO	SISTEMA	1.00	6500.00	6500.00
12. ARRENDAMIENTO TERRENO				
	ARRIENDO	1.00	600.00	600.00
13. AGUA DE RIEGO				
	ANUAL	1.00	45.00	45.00
COSTO TOTAL			68465.49	
INGRESOS		6000*11	66000	
INGRESO NETO			-2465.49	

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

Nota: El valor negativo en el ingreso neto de este cultivo resulta por que los valores de construcción de invernadero y riego no están amortizados a 4 años que es su duración real.

2.2.9 Cebolla colorada

Tabla 12. Costo de producción unitario y total del rubro cebolla colorada.

LABOR / ACTIVIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1. ANÁLISIS DE LABORATORIO				
ANÁLISIS COMPLETO DE SUELO	ANÁLISIS	1.00	30.00	30.00
2. PREPARACIÓN DEL SUELO				
APLICACIÓN HERBICIDA	JORNAL			
ARADO	HORA	6.00	15.00	90.00
RASTRA	HORA	6.00	15.00	90.00
3. PLANTACIÓN				
PLANTAS	PLANTAS			
PILON	PILÓN	300000.00	0.01	1800.00
APLICACIÓN FERTILIZANTE DE FONDO	JORNAL	2.00	15.00	30.00
PLANTACIÓN	JORNAL			
TRANSPLANTE	JORNAL	20.00	15.00	300.00
RIEGO	JORNAL	8.00	15.00	120.00
4. FERTILIZACIÓN				
FERTILIZACIÓN SOLIDA				
ECO-ABONAZA	Kg	48.00	5.00	240.00
10-30-10	Kg	150.00	0.72	108.00
FOSFATO MONOAMÓNICO	Kg	45.00	1.00	45.00
NITRATO DE POTASIO	Kg	585.00	0.79	462.15
UREA	Kg	100.00	0.50	50.00
ENRAIZANTE	L	1.00	14.00	14.00
AMINOACIDOS	L	1.00	13.00	13.00
CALCIO-BORO	L	2.00	14.00	28.00
MICROS	Kg	0.80	23.00	18.40
5. LABORES CULTURALES				
RIEGO	JORNAL	12.00	15.00	180.00
RASCADILLO	JORNAL	20.00	15.00	300.00
MEDIO APORQUE	JORNAL			
APORQUE	JORNAL	30.00	15.00	450.00
6. CONTROLES FITOSANITARIOS				
FUNGUICIDAS				
TERRACLOR	Kg	2.50	17.50	43.75
VITAVAX	L	5.00	23.00	115.00
MANCOZEB	Kg	9.00	7.00	63.00
AMISTAR TOP	Kg	3.00	124.21	372.63
OXICLORURO DE COBRE	Kg	3.00	7.60	22.80
TROFEO	Kg	0.80	23.00	18.40
ZERO	Kg	0.50	30.00	15.00
KAÑÓN	L	1.50	15.00	22.50
APLICACIÓN	JORNAL	8.00	15.00	120.00

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

7. COSECHA				
COSECHA	JORNAL	30.00	15.00	450.00
8. POSCOSECHA				
SELECCIÓN	JORNAL			
SACOS	SACO	840.00	0.33	277.20
CARTONES	CARTONES			
CAJAS	CAJAS			
CARGAS	CARGAS			
9. TRANSPORTE				
FLETE POR VIAJE	FLETE	20.00	5.00	100.00
COSTO TOTAL				5988.83
EGRESOS				840*8
INGRESOS NETOS				731.17

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

2.2.10 Lechuga

Tabla 13. Costo de producción unitario y total del rubro lechuga.

LABOR / ACTIVIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1. ANÁLISIS DE LABORATORIO				
ANÁLISIS COMPLETO DE SUELO	ANÁLISIS	1.00	30.00	30.00
2. PREPARACIÓN DEL SUELO				
ARADO	HORA	6.00	15.00	90.00
RASTRA	HORA	4.00	15.00	60.00
3. PLANTACIÓN				
PLANTAS	PLANTAS			
PILON	PILÓN	65000.00	0.02	1300.00
APLICACIÓN FERTILIZANTE DE FONDO	JORNAL	2.00	15.00	30.00
TRANSPLANTE	JORNAL	12.00	15.00	180.00
RIEGO	JORNAL	1.00	15.00	15.00
4. FERTILIZACIÓN				
FERTILIZACIÓN SOLIDA				
GALLINAZA	CAMIÓN	2.00	600.00	1200.00
18-46-00	Kg	200.00	0.66	132.00
UREA	Kg	150.00	0.50	75.00
NITRATO DE CALCIO	Kg	50.00	0.72	36.00
ENRAIZANTE	L	0.50	14.00	7.00
AMINOACIDOS	L	0.50	13.00	6.50
CALCIO-BORO	L	1.00	14.00	14.00
MICROS	Kg	0.40	23.00	9.20
5. LABORES CULTURALES				
RIEGO	JORNAL	8.00	15.00	120.00

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

RASCADILLO	JORNAL	10.00	15.00	150.00
MEDIO APORQUE	JORNAL			
APORQUE	JORNAL	15.00	15.00	225.00
6. CONTROL QUÍMICO DE MALEZAS				
PARQUAT	LITRO		7.50	
GLIFOSATO	LITRO		6.50	
ATRACINA	Kg		11.00	
APLICACIÓN	JORNAL		15.00	
7. CONTROLES FITOSANITARIOS				
FUNGUICIDAS				
CIMOXANIL	Kg	1.50	13.00	19.50
KORSO	Kg	0.50	15.00	7.50
PREDOSTAR	Kg		40.00	
NOVAK	Kg	0.40	33.00	13.20
TILT	L	0.20	35.00	7.00
TROFEO	Kg	0.40	23.00	9.20
ZERO	Kg	0.25	30.00	7.50
KAÑÓN	L	0.75	15.00	11.25
APLICACIÓN	JORNAL	3.00	15.00	45.00
8. COSECHA				
COSECHA	JORNAL	15.00	15.00	225.00
9. POSCOSECHA				
SELECCIÓN	JORNAL	15.00	15.00	225.00
SACOS	SACO	2500.00	0.32	800.00
10. TRANSPORTE				
FLETE POR VIAJE	FLETE	35.00	15.00	525.00
11. ARRENDAMIENTO TERRENO				
	ARRIENDO	1.00	800.00	800.00
12. AGUA DE RIEGO				
		0.25	45.00	11.25
COSTO TOTAL				6386.1
INGRESOS 2500*3				7500
INGRESO NETO				1113.9

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

2.2.11 Fréjol

Tabla 14. Costo de producción unitario y total del rubro fréjol.

LABOR O ACTIVIDAD	RUBRO	UNIDADES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1. PREPARACION DEL SUELO	TRACTOR ARADA	HORA	8	15	120
	TRACTOR CRUZA	HORA	6	15	90
	TRACTOR RASTRA	HORA	4	15	60
2. VARIEDAD	CANARIO	Kg	50	3,5	175
3. SIEMBRA	SIEMBRA	JORNAL	18	15	270

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

4. FERTILIZACIÓN	18-46-00	Kg	600	0,64	384
	SULPOMAG	Kg	200	0,6	120
	MURIATO DE POTASIO	Kg	200	0,55	110
5. LABORES CULTURALES	RASCADILLO	JORNAL	10	15	150
	MEDIO APORQUE	JORNAL	20	15	300
	RIEGO	JORNAL	8	15	120
6. CONTROL FITOSANITARIO	ROBRAL	Kg	0,4	40	16
	ACEFATO 75%	Kg	0,8	33	26,4
	KARATE	LITRO	1	28	28
	PROFENOFOS	LITRO	1	26	26
	FIJADOR	LITRO	0,5	5	2,5
	INICATE	LITRO	0,2	25	5
7. COSECHA	RECOLECCIÓN	JORNAL	60	15	900
	SACOS	UNIDAD	400	0,32	128
8. POSCOSECHA	CLASIFICACIÓN Y ENSACADO	JORNAL	20	15	300
	TRANSPORTE	SACO	400	0,5	200
9. INDIRECTOS	ARREINDO DEL TERRENO	AÑO	1	500	500
				TOTAL EGRESOS	4030,9
				INGRESOS 500 * 12	6000
				INGRESO NETO	1969,1

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

2.2.12 Brocoli

Tabla 15. Costo de producción unitario y total del rubro brócoli.

LABOR O ACTIVIDAD	RUBRO	UNIDADES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1. PREPARACION DEL SUELO	TRACTOR ARADA	HORA	8	15	120
	TRACTOR CRUZA	HORA	6	15	90
	TRACTOR RASTRA	HORA	4	15	60
2. VARIEDAD	BROCOLÍ	PLANTAS	41000	0.011	451
3. SIEMBRA	SIEMBRA	JORNAL	20	15	300
4. FERTILIZACIÓN	18-46-00	Kg	600	0,64	384
	SULPOMAG	Kg	200	0,6	120
	MURIATO DE POTASIO	Kg	300	0,55	165
5. LABORES CULTURALES	RASCADILLO	JORNAL	12	15	180
	MEDIO APORQUE	JORNAL	25	15	375
	RIEGO	JORNAL	8	15	120

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

6. CONTROL FITOSANITARIO	ROBRAL	Kg	0,4	40	16
	ACEFATO 75%	Kg	0,8	33	26.4
	KARATE	LITRO	1	28	28
	PROFENOFOS	LITRO	1	26	26
	FIJADOR	LITRO	1	5	5
	INICATE	LITRO	1	25	25
7. COSECHA	RECOLECCIÓN	JORNAL	60	15	900
	SACOS	UNIDAD	200	0,32	64
8. POSCOSECHA	CLASIFICACIÓN Y ENSACADO	JORNAL	20	15	300
	TRANSPORTE	SACO	200	0,5	100
9. INDIRECTOS	AREINDO DEL TERRENO	AÑO		1	500
				COSTO TOTAL	4355.4
				INGRESOS 32800 * 12	8200
				INGRESO NETO	3844,6

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

2.3 Canales de comercialización de los productos agrícolas del cantón

El canal de comercialización no es otra cosa que el camino que recorre el producto desde el terreno del agricultor al consumidor final.

Figura 13. Cadena de producción genérica



Podemos observar diferentes ejemplos de la cadena de producción, pero en el caso particular de la producción agrícola del cantón Riobamba podemos identificar que la mayoría de ellos recorren cuatro posibles caminos:

Figura 14. Cadena de producción



Si bien se ha determinado que el 90% de los productos cultivados en el cantón se comercializan en los principales mercados de la ciudad se ha evidenciado que un alto porcentaje de la producción se destinado a los intermediarios o al mercado mayorista.

De acuerdo con el PDOT de la ciudad en el perímetro del centro de la ciudad y su zona de influencia encontramos a los siguientes mercados siendo en total 11 los centros de comercialización que sirven a la ciudad en una modalidad de comercio al por menor.

1. Centro Comercial Popular La Condamine
2. Mariano Borja o La Merced
3. Simón Bolívar o San Alfonso
4. Plaza Juan Bernardo de León o Plaza Roja de la Concepción
5. Pedro de Lizarzaburu o San Francisco
6. Víctor Proaño (Santa Rosa)
7. Oriental “El Prado”
8. Gral. Juan Bernardo Dávalos
9. La Esperanza 1
10. La esperanza 2
11. Plaza San Francisco o de las Hierbas

Si bien algunos agricultores mencionaron vender a intermediarios de diferentes mercados, los resultados de las encuestas son los siguientes (Tabla 16):

Tabla 16. Canales de comercialización

CANAL DE COMERCIALIZACIÓN N° DE PRODUCTORES	
INTERMEDIARIO	4
MAYORISTA	46
CONS. FINAL	5
EN EL LOTE	1
EN LA ASOCIACIÓN	1

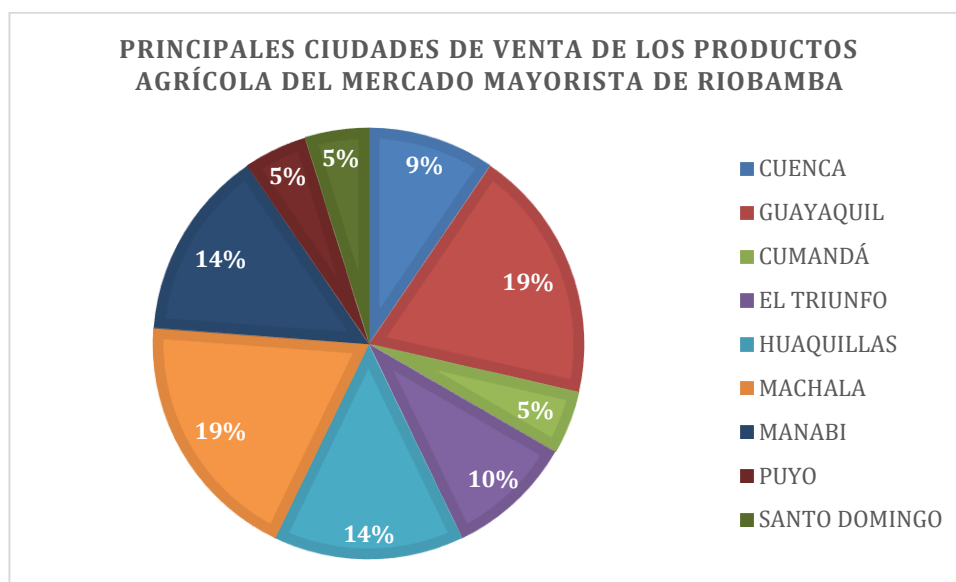
Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

Por acción de la pandemia existen asociaciones que entregan sus productos en canastas directo a los consumidores.

Podemos notar que mayoritariamente nuestros productores realizan la venta de sus productos en el Mercado mayorista de la ciudad de Riobamba, estando estos sometidos a los precios que ofertan los compradores mayoristas, los cuales en muchas ocasiones no cubren los costos de producción en que incurren los productores.

Al ser los productos acogidos por los vendedores intermediarios ellos a la vez envían los productos a otras ciudades siendo las principales Guayaquil y Machala (Figura 15).

Figura 15. Principales ciudades de venta de los productos



Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

De los intermediarios que venden los productos agrícolas en otras ciudades el 19% tienen entregas directas, el 81% realiza sus ventas por su cuenta en los diferentes mercados tal como lo muestra la tabla 17.

Tabla 17. Principales mercados de distribución de productos y los horarios de feria.

CIUDAD	MERCADO	DÍAS
Cuenca	Mercado Arenal	Martes, Jueves; Sábado
	Feria libre	Sábado, Lunes, Jueves
Cumandá	Mercado san Alfonso	Sábado
Huaquillas	Mayorista de Huaquillas	Sábado, Domingo, Lunes, Miércoles, Jueves
El Triunfo	Mercado Santa Rosa	Miércoles;
	Mercado municipal	Jueves, Martes;
Guayaquil	Mercado de Transferencia de víveres Monte Bello	Jueves;
	Mercado José Mascote	Lunes, Viernes
	Mercado Municipal	Sábado, Viernes, Lunes, Miércoles
	Mayorista Machala	Lunes, Martes, Miércoles, Jueves, Viernes, Sábado
	Mercado Rayito de Sol	Sábado, Jueves;
Manabí	Mayorista Manabí	Jueves;
	Mercado Playita Mia	Jueves, Sábado;
	Mercado Municipal	Lunes, Viernes
Puyo	Mercado Mariscal	Miércoles, Sábado;
Santo Domingo	Mercado Juan Eulogio	Lunes, Viernes

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

CAPÍTULO 3

3 COSTOS REALES DE PRODUCCIÓN - FACTORES ENDÓGENOS INVISIBILIZADOS.

3.1 Acompañamiento a los productores en los procesos productivos para identificar costos reales.

Tabla 18. Resultados matrices de costos reales (Tomate de árbol)

MATRIZ DE COSTOS DE PRODUCCIÓN DE CULTIVOS

CULTIVO: TOMATE DE ÁRBOL

COSTOS DE ESTABLECIMIENTO					COSTOS DE PRODUCCIÓN		
LABOR / ACTIVIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNL.	COSTO TOT.	CANTIDAD	COSTO UNL.	COSTO TOT.
1.ANÁLISIS DE LABORATORIO							
ANÁLISIS COMPLETO DE SUELO	ANÁLISIS	1.00	25.00	25.00			
2.PREPARACIÓN DEL SUELO							
APLICACIÓN HERBICIDA	JORNAL	8.00	15.00	120.00			
ARADO	HORA						
RASTRA	HORA						
ELABORACIÓN DE CAMAS	JORNAL						
3. PLANTACIÓN							
PLANTAS	PLANTAS	2500.00	0.65	1625.00			
PILON	PILÓN						
SEMILLA	Kg						
TRAZADO O VALIZA	JORNAL	2.00	15.00	30.00			
HOYADO	JORNAL	10.00	15.00	150.00			
APLICACIÓN FERTILIZANTE DE FONDO	JORNAL	7.00	15.00	105.00			
PLANTACIÓN	JORNAL	2.00	15.00	30.00			
TRANSPLANTE	JORNAL						
RIEGO	JORNAL	2.00	15.00	30.00			
4. FERTILIZACIÓN							
FERTILIZACIÓN DE FONDO							

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

UREA	Kg						
10-30-10	Kg	200.00	0.38	76.00			
18-46-00	Kg						
YARA MILA COMPLEX	Kg						
MAGNESAMON	Kg						
ABONO AZUL	Kg						
PAPA SIEMBRA	Kg						
GALLINAZA	CAMIÓN GH						
ABONO DE GANADO	CAMIÓN GH						
HUMUS	SACO 40 Kg	63.00	4.80	302.40			
FERTILIZACIÓN DE MANTENIMIENTO							
UREA	Kg	450.00	0.64	288.00	600.00	0.64	384.00
NITROFOSCA	Kg	26.00	0.86	22.36	0.00	0.86	0.00
10-30-10	Kg	172.00	0.38	65.36	575.00	0.38	218.50
SULPOMAG	Kg	432.00	0.64	276.48	740.00	0.64	473.60
MURIATO DE POTASIO	Kg	293.00	0.32	93.76	467.00	0.32	149.44
APLICACIÓN	JORNAL	12.00	15.00	180.00	40.00	15.00	600.00
FERTIRIEGO							
INICIO							
FLORACIÓN							
ENFROSE							
MANTENIMIENTO							
DESARROLLO							
5. LABORES CULTURALES							
DESHIERBA Y CORONAMIENTO	JORNAL	2.00	15.00	30.00	3.00	15.00	45.00
TUTOREO	JORNAL	8.00	15.00	120.00	2.00	15.00	30.00
TUTORES	POSTES	2500.00	0.40	1000.00	0.00	0.80	0.00
RIEGO	JORNAL	7.00	15.00	105.00	10.00	15.00	150.00
6. CONTROL QUÍMICO DE MALEZAS							
PARAQUAT	LITRO	4.00	5.80	23.20	4.00	5.80	23.20
GLIFOSATO	LITRO	4.00	9.26	37.04	4.00	9.26	37.04
APLICACIÓN	JORNAL	4.00	15.00	60.00	4.00	15.00	60.00
7. CONTROLES FITOSANITARIOS							
CONTROL DE PULGÓN	JORNAL	4.00	15.00	60.00	5.00	15.00	75.00
CIPERMETRINA	LITRO	1.50	12.45	18.68	3.40	12.45	42.33
CLORPIRIFOS	LITRO	0.80	14.53	11.62	2.80	14.53	40.68

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

TIAMETOXAN+LAMDACIALOTRINA	LITRO						
IMIDACLOPIR	LITRO						
OTRTO 1							
OTRTO 2							
OTRTO 3							
CONTROL CHINCHE	JORNAL	4.00	15.00	60.00	5.00	15.00	75.00
ACEFATO	Kg	1.10	17.60	19.36	2.60	17.60	45.76
METOMIL	Kg	1.30	36.00	46.80	1.10	36.00	39.60
CIPERMETRINA	LITRO						
CLORPIRIFOS	LITRO						
TIAMETOXAN+LAMDACIALOTRINA	LITRO						
IMIDACLOPIR	LITRO						
OTRO 1							
OTRO 2							
OTRO 3							
CONTROL LANCHA	JORNAL	6.00	15.00	90.00	7.00	15.00	105.00
METALAXIL+MANCOCEB	Kg	5.60	22.00	123.20	8.40	22.00	184.80
HIDROXIDO CÚPRICO	Kg	3.80	7.00	26.60	5.60	7.00	39.20
OTRO 1							
OTRO 2							
OTRO 3							
CONTRO OIDIO	JORNAL	4.00	15.00	60.00	5.00	15.00	75.00
PENCONAZOL	LITRO	1.90	46.50	88.35	4.50	46.50	209.25
AZUFRE MICRONIZADO	Kg	7.50	4.40	33.00	9.00	4.40	39.60
OTRO 1							
OTRO 2							
OTRO 3							
CONTROL NEMÁTODOS	JORNAL	4.00	15.00	60.00	3.00	15.00	45.00
MOCAP	Kg	50.30	12.76	641.83	100.50	12.76	1282.38
RUGBY	Kg						
NAKAR	LITRO						
OTRO 1							
OTRO 2							
OTRO 3							
8. COSECHA							
COSECHA	JORNAL	15.00	15.00	225.00	125.00	15.00	1875.00
VALDES	VALDE	50.00	2.00	100.00			
9. POSCOSECHA							
SELECCIÓN	JORNAL	6.00	15.00	90.00	35.00	18.00	630.00

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

SACOS	SACO	450.00	0.40	180.00	1200.00	0.40	480.00
CARTONES	CARTONES						
CAJAS	CAJAS						
CARGAS	CARGAS						
10. TRANSPORTE							
FLETE	FLETE	450.00	0.50	225.00	1200.00	0.50	600.00
11. INVERNADERO							
CONSTRUCCIÓN INVERNADERO	m2						
12. SISTEMA DE RIEGO							
SISTEMA DE RIEGO	SISTEMA						
13 . TOTAL COSTOS	TOTAL			6954.04			8054.38
14. RENDIMIENTO	SACO 40 Kg	150.00	26.00	3900.00	1200.00	26.00	31200.00
15. BENEFICIO				-3054.04			23145.62

3.2 Rubros de producción.

El proceso de levantamiento de esta información se realizó a través de dos medios: el primero basado en los PDOT de cada parroquia rural y el segundo a través de las encuestas on-line dirigidas tanto a los representantes de las asociaciones de productores por parroquia rural, como a los presidentes de las de las juntas parroquiales rurales pertenecientes al cantón Riobamba.

Es importante, explicar que en el cantón el 19,79% de la población activamente económica se dedica a la actividad agrícola. Además, es necesario señalar que la variedad de cultivos que existen en cierta temporada cambia mucho para la próxima. Esta rotación de cultivos, en general se da cada seis meses.

El análisis de los resultados de este factor se realizó primero con la información de las encuestas realizadas y después empleando los datos contenidos en los PDOTs de cada parroquia.

3.2.1 Principales cultivos producidos en las parroquias rurales de la ciudad de Riobamba

Para las entrevistas se elaboró un instrumento que contenía todos los parámetros a evaluar propuestos en los objetivos del proyecto, como son: cultivos prioritarios por parroquia, costos de producción, mercado de productos, insumos de producción entre otros.

La información fue obtenida mediante la aplicación de encuestas a los encargados de las asociaciones de carácter agrícola situadas en las parroquias rurales del cantón Riobamba. La tabla 19 muestra información referente a los tres principales cultivos que prioriza cada una de las parroquias rurales del cantón Riobamba.

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

Tabla 19. Información de los tres principales cultivos según los encuestados en las parroquias rurales del cantón Riobamba.

Parroquia	Cultivo 1	Área m ²	Cantidad cosechada	Unidad	Cultivo 2	Área m ²	Cantidad cosechada	Unidad	Cultivo 3	Área m ²	Cantidad cosechada	Unidad
Cacha	Frutilla	2500	70	cartones	N/R				N/R			
Cacha	Frutilla	1000	45	cajas	Papa	2500	120	qq	Cebada	2500	10	qq
Cacha	Cebada	3500	8	sacos	Trigo	1500	2	qq	Quinua	2500	4	qq
Cacha	Maíz	1000	10	sacos	Quinua	1000	2	qq	Trigo	800	2	qq
Cacha	Tomate riñón	1000	700	cartones	Maíz	1000	50	sacos	Lechuga	400	900	lechugas
Cacha	Tomate riñón	1000	600	cajas	Frutilla	1000	40	cajas	Tuna	2000	200	cientos
Cacha	Papa	500	15	qq	Alverja	700	20	sacos	N/R			
Cacha	Papa	2000	20	qq	Maíz	4	10	qq	N/R			
Calpi	Papa	800	20	qq	N/R				N/R			
Calpi	Frutilla	1000	40	cajas	Papa	1000	30	sacos	Maíz	1000	20	sacos
Calpi	Papa	1000	20	qq	Maíz	1200	20	sacos	N/R			
Calpi	Alverja	7500	80	sacos	Maíz	6000	2	qq	Alfalfa	4000	5	sacas
Calpi	Maíz	5000	10	qq	Alverja	7500	60	qq	N/R			
Cubijies	Frutilla	3500	80	cajas	Tomate de árbol	3000	40	sacos	N/R			
Cubijies	Brócoli	2000	4500	pellas	Papa	3000	100	qq	Fréjol	1000	12	sacos
Cubijies	Papa	1500	30	qq	Aguacate	1000	600	aguacates	N/R			
Flores	Maíz	1000	45	sacos	Fréjol	1000	45	sacos	Alverja	1700	50	sacos
Licán	Alverja	800	5	qq	Alfalfa	2500	100	cargas	Tomate de árbol	1500	12	sacos
Licán	Cebolla	1800	40	sacos	Alverja	800	20	sacos	Zanahoria	900	40	sacos
Licán	Quinua	5000	7	qq	Cebada	1500	2	qq	Col	600	850	coles
Licán	Cebolla	3000	80	sacos	Alverja	800	35	sacos	N/R			
Licán	Papa	700	8	qq	Maíz	300	6	sacos	N/R			
Licán	Maíz	10	10	qq	Quinua	10000	15	qq	Alverja	20000	200	sacos
Licán	Frutilla	1200	400	cartones	Tomate de árbol	1000	40	sacos	Papa	500	25	sacos
Licán	Cebolla	400	10	sacos	N/R				N/R			

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

Licán	Maíz	300	5	sacos	Papa	1000	10	sacos	Alfalfa	3500	50	cargas
Licto	Mora	1500	25	cajas	Tomate de árbol	20	30	sacos	N/R			
Licto	Fréjol	1000	15	sacos	Papa	1000	20	qq	Col	1000	800	coles
Licto	Alverja	1000	12	sacos	Col	1500	1000	coles	Vainita	800	40	cajas
Licto	Fréjol	800	15	sacos	Maíz	2000	50	sacos	Papa	2000	40	qq
Licto	Brócoli	1800	3800	pellas	N/R				N/R			
Licto	Tomate riñón	1800	40	TM	Pepinillo	1400	40	TM	Pimiento	1000	15	TM
Licto	Col	1000	1200	coles	Maíz	2000	55	sacos	Cebada	4000	20	sacos
Licto	Maíz	2500	6	qq seco	Trigo	1500	2	qq	Cebada	1500	2	qq
Licto	Papa	800	30	qq	Alverja	750	30	sacos	Maíz	1200	40	sacos
Licto	Maíz	3500	30	sacos	Alverja	700	20	sacos	Papa	2000	80	qq
Licto	Frutilla	2500	90	cartones	Tomate de árbol	15000	100	sacos	N/R			
Licto	Lechuga	1500	150	sacos	Col	7500	8000	coles	Cebolla	5000	400	sacos
Licto	Brócoli	500	1000	pellas	Coliflor	500	1000	pellas	Papa	1500	50	qq
Licto	Alverja	1000	50	sacos	Habas	1000	60	sacos	Papa	500	15	sacos
Licto	Brócoli	800	1800	pellas	Lechuga	1500	175	sacos	Papa	7500	150	sacos
Licto	Col	5000	5800	coles	Papa	4000	120	qq	Maíz	3500	120	sacos
Licto	Brócoli	800	1800	pellas	Lechuga	1500	175	sacos	Papa	7500	150	sacos
Licto	Papa	2000	130	qq	Cebolla	1500	120	sacos	Maíz	3500	200	sacos
Licto	Papa	2000	70	sacos	Alverja	500	12	sacos	N/R			
Licto	Papa	1500	40	qq	Alverja	700	20	sacos	Maíz	1200	15	sacos
Licto	Maíz	300	6	sacos	Papa	800	5	sacos	Fréjol	300	3	sacos
Pungalá	Maíz	3500	30	sacos	Papa	3500	60	qq	N/R			
Pungalá	Papa	800	20	qq	N/R				N/R			
Pungalá	Maíz	1200	3	sacos	Papa	3500	30	qq	N/R			
Punín	Lechuga	1800	4500	lechugas	Alverja	800	30	sacos	Fréjol	500	20	sacos
Punín	Lechuga	2500	7000	lechugas	Culantro	1500	150	cargas	Nabo	2500	300	cargas

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

Punín	Tomate de árbol	6000	10	sacos	Lechuga	1000	2000	lechugas	Brócoli	1500	3800	pellas
Punín	Pepino	600	350	cajas	Maíz	600	15	sacos	N/R			
Punín	Tomate riñón	1100	800	cartones	Maíz	1000	50	sacos	N/R			
Punín	Tomate riñón	1000	600	cartones	Lechuga	1300	120	sacos	N/R			
Punín	Maíz	7500	200	sacos	Papa	3500	150	qq	N/R			
Punín	Tomate riñón	1200	800	cartones	Pimiento	1200	120	sacos	Alverja	1200	40	sacos
Punín	Tomate riñón	3000	1800	cartones	N/R				N/R			
Punín	Col	4000	4000	coles	Vainita	800	60	cajas	Remolacha	800	30	sacos
Punín	Tomate de árbol	7500	150	sacos/mes	Tomate riñón	3000	4000	cartones	Pepino	2000	1600	cajas
Quimiag	Papa	6000	80	qq	Maíz	3000	80	sacos	Frutilla	1000	30	cajas
Quimiag	Papa	1000	150	qq	Frutilla	1200	40	cajas	Maíz	1000	3	qq
Quimiag	Papa	15000	250	qq	Maíz	6000	100	sacos	N/R			
Quimiag	Maíz	12000	600	sacos	N/R				N/R			
Quimiag	Papa	2500	250	qq	Maíz	800	100	sacos	Alverja	500	60	sacos
Quimiag	Aguacate	6000	40	gavetas	N/R				N/R			
Quimiag	Pasto	5000	200	cargas	N/R				N/R			
Quimiag	Papa	3500	80	qq	Habas	3500	120	sacos	N/R			
Quimiag	Papa	1000	50	qq	Maíz	800	50	sacos	N/R			
Quimiag	Brócoli	4000	2000	m ²	Col	1500	1200	coles	Maíz	1200	45	sacos
Quimiag	Maíz	10000	300	sacos	N/R				N/R			
Quimiag	Papa	10000	500	qq	N/R				N/R			
Quimiag	Brócoli	500	1000	pellas	Alverja	800	30	sacos	Papa	300	15	sacos
Quimiag	Papa	600	20	qq	Maíz	800	45	sacos	N/R			
Quimiag	Cebolla	4000	100	sacos	Papa	2000	90	qq	N/R			
Quimiag	Papa	2000	150	qq	Habas	600	25	sacos	N/R			
Quimiag	Papa	1000	120	qq	Maíz	2500	80	sacos	N/R			
Quimiag	Brócoli	800	2500	pellas	Col	1500	1000	coles	Maíz	1200	40	sacos
San Juan	Papa	3500	80	qq	N/R				N/R			

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

San Juan	Papa	10000	400	qq	Habas	10000	400	sacos	Melloco	3000	30	sacos
San Juan	Papa	3500	50	qq	Habas	3000	40	sacos	Mashua	500	10	sacos
San Juan	Papa	1250	60	qq	N/R				N/R			
San Juan	Papa	10000	250	qq	N/R				N/R			
San Juan	Papa	1000	30	qq	Habas	600	25	sacos	Mashua	200	15	qq
San Juan	Papa	6000	150	qq	Habas	5000	90	sacos	Ajo	1250	0	qq
San Juan	Papa	10000	250	qq	Pasto	10000	150	cargas	N/R			
San Juan	Papa	2000	90	qq	Habas	800	15	sacos	Zanahoria	800	23	sacos
San Juan	Papa	1000	15	qq	Melloco	1200	15	sacos	Habas	400	5	sacos
San Juan	Papa	800	25	qq	Habas	800	10	sacos	N/R			
San Juan	Papa	2500	100	qq	Habas	1000	50	sacos	Melloco	3000	30	sacos
San Juan	Papa	80000	7200	qq	Habas	10000	600	qq	N/R			
San Juan	Habas	600	2	sacos	Melloco	3500	25	sacos	Habas	800	6	sacos
San Luis	Lechuga	1500	200	sacos	Tomate riñón	1300	700	cajas	Brócoli	2000	5000	pellas
San Luis	Fréjol	500	16	sacos	Papa	400	15	qq	Maíz	500	15	sacos
San Luis	Maíz	7054	200	choclo	Vicia y Avena	350	7054	m ²	Papa	7054	300	sacos
San Luis	Lechuga	0	0	lechugas	Brócoli	0	0	pellas	Papa	0	0	qq
San Luis	Fréjol	800	80	sacos	Alverja	800	35	sacos	Lechuga	1000	100	sacos
San Luis	Papa	300	8	qq	Maíz	1200	20	sacos	N/R			
San Luis	Tomate riñón	1500	800	cartones	Remolacha	1700	150	sacos	Perejil	700	150	cargas
San Luis	Rábano	1300	150	sacos	Lechuga	1500	175	sacos	Culantro	1500	80	cargas
San Luis	Maíz	10000	250	sacos	N/R				N/R			
San Luis	Alfalfa	3500	150	cargas	Maíz	3500	125	sacos	Papa	500	80	qq
San Luis	Papa		38	sacos	Habas	4	15	sacos	N/R			

N/R: No registra

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N - ESPOCH 2020

3.2.2 Análisis de PDOT de parroquias rurales del cantón Riobamba

3.2.2.1 Parroquia Cacha

3.2.2.2 Principales Productos del territorio

Los principales productos de la Parroquia Cacha son los siguientes (Tabla 20):

Tabla 20. Matriz para descripción de la Actividad Agropecuaria dentro de la Parroquia

TEMAS/SECTOR	INDICADOR
Agropecuaria	Número de Unidades Productivas Agrícolas: Habas: 28,35 (Tm) Maíz: 24,84 (Tm) Cebada: 113,16 (Tm)
	Formas de tenencias de la tierra: Herencias
	Cobertura de riego: Número de usuarios: 96 Superficie total de riego: 139,06 Caudal adjudicado: 0,3 Caudal efectivo concluido: 0,3
	Tipo de riego por tamaño de UPAS y superficie: Gravedad Superficie total bajo riego (ha): 139,06
	PEA agrícola por sexo: Hombres: 1466 Mujeres: 1430
	Principales productos agropecuarios: Habas, maíz y cebada
	Número de UPA por producto: Habas: 523 Maíz: 712 Cebada: 898
	Superficie cultivada por productos: Habas 80,62 ha Maíz 49,68 ha Cebada 94,68 ha
	Número de cabezas de ganado por productos: 0
	Volumen de producción de principales productos agropecuarios: Habas 507,91 (Tm) Maíz 24,84 (Tm) Cebada 113,16 (Tm)
Actividad	Rendimiento de principales productos agropecuarios: Habas 80,62 (tm/ha) Maíz 49,68 (tm/ha)

Destino de la producción:

Autoabastecimiento

Comercio

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N - ESPOCH 2020

La baja calidad del suelo y falta de agua de regadío ha causado que la producción agrícola de la parroquia sea destinada para consumo interno y pequeñas cantidades sean comercializadas en la ciudad. A esto debe sumarse la irregularidad del suelo, existiendo tres niveles climáticos en donde las partes altas tiene mayor posibilidad de desarrollar actividad agrícola, mientras que el resto de las comunidades deben esperar la acción de la naturaleza a través de la lluvia.

3.2.2.3 Parroquia Calpi

Principales Productos del territorio

De acuerdo con el informe del MAGAP de noviembre 2014, la superficie productiva de la parroquia corresponde a 525 has, con un promedio de predio de 0,27 hectáreas lo que indica que existe alto grado de minifundio asociado con la distribución de herencias y la ubicación de asentamientos en zonas productivas.

Las dimensiones del minifundio impiden su explotación económica y la comercialización de la producción. El agricultor puede aprovechar los cultivos para el **autoconsumo**. Esto quiere decir que las plantaciones se destinan a la **agricultura de subsistencia** (se consume lo que se produce) y no a la venta para obtener ingresos monetarios.

Tabla 21. Distribución de los Cultivos en la parroquia Calpi

Parroquia	Cultivo	Superficie productiva parroquial (ha)	% Cultivo	Superficie cultivo (ha)
Calpi	Alfalfa	525,2016	28,91	151,81
	Quinoa		18,91	99,33
	Maíz		16,82	88,36
	Papa		15,28	80,26
	Brócoli		10,14	53,23
	Pasto		5,54	29,09

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

Hortalizas	3,45	18,11
Haba	0,44	2,33
Avena	0,27	1,44
Vicia	0,24	1,23

Fuente: MAGAP, noviembre 2014

MAGAP, Inventario Hídrico de la Provincia de Chimborazo, GADPCH

Tabla 22. Producción de quinua en la parroquia Calpi

Comunidad	Nº familias	Hectáreas	m ²	Producción estimada/toneladas	
Nitiluisa	21	10,13	101300	12.7	279.4
Palacio Real	1	0,92	9200	1.15	25.3
San Juan de Gaushi	16	8,27	82700	10.33	227.26
Calpi Loma	2	0,8	8000	1	22
Calpi	4	1,56	15600	1.95	42.9
San Vicente de Luisa	10	3,22	32200	4.03	88.66
La Moya	10	2,79	27900	3.48	76.56
Jatari Campesino	6	1,69	16900	2.11	46.42
Bayushi San Vicente	17	1,62	16200	2.03	44.66
San Francisco de Cunuhuachay	60	31.55	315500	39.44	867.68

TOTAL	147	62.55	625500	78.22	867.68
-------	-----	-------	--------	-------	--------

TON. QUINTAL

Fuente: MCCH, 2015

3.2.2.4 Parroquia Cubijes

Principales productos del territorio

Tabla 23. Cultivos que se han conservado en asentamientos humanos de la parroquia.

Nombre del cultivo	Mes de preparación del suelo	Uso de maquinaria en la preparación del suelo		Mes de siembra	Mes de cosecha	Mese más secos	Meses de descanso de los terrenos
		Si	No				
Maíz	Octubre	x		Noviembre	Abril	Diciembre	Mayo-Junio
Zanahoria	Julio		x	Septiembre	Enero	Diciembre	Febrero - Abril
Acelga	Septiembre		X	Octubre	Noviembre		Diciembre
Papa	Abril	X	X	Mayo	Noviembre	Diciembre	Diciembre -Enero
Alfalfa	Julio		X	Agosto	Octubre	Diciembre	Noviembre – Enero
Col	Cualquier época		X	Cualquier época	Cualquier época	Diciembre	Cualquier época
Chochos	Cualquier época		X	Cualquier época	Cualquier época	Diciembre	Cualquier época
Arveja	Octubre		X	Noviembre	Mayo	Junio	Octubre
Tomate	Octubre		X	Noviembre	Noviembre	Junio	Octubre

Fuente: Taller comunal/ Mesa de trabajo socio-cultural.
Elaborado por: Equipo técnico del Gobierno Parroquial de Cubijes

Los cultivos más frecuentes en esta parroquia son los tubérculos, hortalizas, leguminosas y gramíneas como el maíz. La mayoría de los cultivos tienen preparación del terreno con maquinaria. Tanto los meses de siembra, los de cosecha, así como los meses de preparación del terreno están bien definidos (PDyOT GAD Cubijes, 2018).

Tabla 24. Cultivos sembrados en Cubijíes

Cabecera parroquial	Comunidad El Socorro	Cominidad El Porlón	Comunidad San Clemente
Maíz	Maíz	Alfalfa	Pasto
Alfalfa	Alfalfa	Maíz	Maíz
Papas	Papas	Brócoli	Arveja
	Fréjol	Coliflor	Papas
	Arveja	Papas	Alfalfa

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de la parroquia Cubijíes
Elaborado por: Equipo de redacción del informe final UNACH

Los cultivos sembrados que predominan en la parroquia Cubijíes son el maíz, las papas y la alfalfa sembradas en la cabecera Parroquial; maíz, alfalfa, papas, frejol y arveja en la Comunidad el Socorro; alfalfa, maíz, brócoli, coliflor y papas se siembra en la comunidad el Porlón y pasto, maíz, alverja, papas y alfalfa se siembran en la Comunidad San Clemente.

3.2.2.5 Parroquia Flores

Tabla 25. Matriz para descripción de la Actividad Agropecuaria dentro de la Parroquia Flores

TEMA/SECTORES	INDICADOR
	Número de Unidades Productivas Agrícolas y superficie: Existe un área total de 2866 Ha cultivables, con un total de 5732 UPAS
	Formas de Tenencia de la tierra: En la parroquia
	Flores la superficie en promedio que cada familia posee es
	Cobertura de riego: Existen cuatros sistemas de riego; El Obraje, Gompue Central y Gompue San
	Vicente, Santa Rosa y Tumbug Lluishirum, Shungubug Grande, Puesetus Alto y Puesetus Llactapamba. Las actividades de las juntas de regantes son de administración, mantenimiento y mingas.
	Tipo de riego por tamaño de UPAS y Superficie: El servicio de riego abastece a un total de 465 Unidades Productivas Agropecuarias UPAS, con un promedio de 116

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

Actividad Agropecuaria	UPA's por sistema, que representa una cobertura del 51%.
	Proporcionado riego a un total de 14 hectáreas con un promedio de 3.50 hectáreas por sistema, siendo únicamente la forma de aplicación del riego en un 100% de inundación.
	PEA agrícola por sexo: 1117 hombres, 1454 mujeres con un total de 2571 pobladores económicamente.
	Principales productos agropecuarios: Papas, cebada, pastos, quinua, maíz, haba y cebolla blanca
	Número de cabezas de ganado por tipo: 1939 bovinos,
	Rendimiento de principales productos agropecuarios en Tm/Ha. Maíz; 0.76, papa 0.78, cebada 0.89, quinua
	Destino de la producción. La venta de sus productos lo hacen en la feria de Riobamba, Guamote y en la cabecera parroquial.

Fuente: MAGAP y PDyOT 2011
Elaboración: Equipo Técnico de PDyOT 2015.

El análisis de la superficie cultivada, producción, rendimiento, usos de suelo mostrados en la tabla 25, muestra que el sector primario es uno de los más importantes por ser el de mayor participación en la economía parroquial de Flores y más aún en el ámbito rural. Se trata de conocer la superficie, producción, rendimiento (Tm/ha) de los cultivos a nivel del territorio del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Flores, por ello en el cuadro resumen de la parte superior, se hace hincapié en cada uno de los componentes detallados.

Para el análisis de las cadenas productivas, se establecieron premisas de la importancia de los cultivos o especies animales, como son; dentro de la seguridad alimentaria y generadora de ingresos económicos actuales y de potencialidad a futuro de ser mejorados, y por zonas de producción. Los productores de la zona baja seleccionaron al cultivo de la papa, los de las zonas media y alta a la Cebada. En tanto que la especie Cuy lo seleccionaron en las tres zonas (PDyOT GAD Flores, 2018).

3.2.2.6 Parroquia Licán

Tabla 26. Cultivos de la parroquia Licán

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

Cultivo	presentación	% Tipo de	Equivalencia (lb)	% Destino de siembra	% Destino Autoconsumo	% Destino Mercado	Localidad Mercado
Alfalfa	22	Carga	45	100	0	0	Riobamba
	78	Saco	79	99	1		Riobamba
Brócoli	100	Unidad	4	0	0	100	Riobamba
Maíz	100	Saco	94	50	33	17	Riobamba

Fuente: MAGAP –Diagnostico noviembre 2014.

Elaborado por: Consultor CEGESPU

En la parroquia de Licán, de la producción de los rubros principales: alfalfa, brócoli y maíz (Tabla 26). El 8,5% de esta producción es destinada al autoconsumo, en tanto que el 29,25% es destinada a la comercialización y el 62,25% es destinada para semilla (PDyOT GAD Licán, 2018).

Tabla 27. Costos de producción y rendimiento cultivos parroquia Licán

Cultivo	Costo de Producción (USD)	Rendimiento (TM/Ha)
Alfalfa	360	
Arveja	1200	3.00
Brócoli	2750	20.00
Cebada	780	2.05
Chocho	1380	1.14
Fréjol	900	1.0
Frutales		
Frutilla	2500	
Hortalizas		
Maíz	850	10.00
Papa	2420	13.20
Pasto		
Quinua	900	0.90
Tomate riñón	13000	145.50

Fuente: MAGAP –Diagnostico noviembre 2014

Elaborado por: Consultor CEGESPU

3.2.2.7 Parroquia Licto

Tabla 28. Cultivos que se desarrollan en la parroquia

Parroquia	Cultivo	Superficie Productiva parroquial (Ha)	% Cultivo	Superficie Cultivo (Ha)
Licto	Maíz	1930.8375	30.27	584.46
	Pasto		17.41	336,13
	Papa		11.92	230,22
	Alfalfa		11.25	217,25
	Hortalizas		10.73	207,27
	Quinua		8.00	154,52
	Arveja		4.13	79,83
	Cebada		2.33	45,05
	Trigo		1.42	27,51
	Tomate riñón		1.11	21,38
	Frutilla		0.92	17,68
	Fréjol		0.27	5,27
	Mora		0.22	4,28

Fuente: DPACH, noviembre 2014

En la parroquia Licto existe una superficie productiva total de 1930.83 ha; de las cuales el 31% corresponde al cultivo de cebada, el 18% corresponde a quinua y el 12% a papa (Tabla 28).

Dentro de la parroquia existen varios productos que se pueden considerar como tradicionales, tal es el caso del maíz, cebada, trigo, papa y habas.

Las habas se siembran principalmente en el mes de diciembre y se las cosecha por el mes de junio. Este es uno de los productos que se siembran en las comunidades de la zona alta al igual que las papas, las cuales se siembran en casi todas las comunidades de la parroquia y entre los meses de mayo y diciembre, produciéndose la cosecha entre los meses de diciembre y junio.

El maíz siendo uno de los productos más tradicionales de América se lo cultiva entre las comunidades que se encuentran desde los 2.600 msnm hasta los 3.000 msnm, por lo general se lo cultiva entre los meses de octubre y noviembre y se cosecha en los meses de junio, julio y agosto.

El trigo y la cebada se siembra principalmente en el sector medio y bajo en los meses de octubre y noviembre (PDyOT GAD Licto, 2018).

Por su ubicación, la parroquia Licto, tiene zonas ecológicas y ecosistemas definidos, su territorio mayoritariamente está, en la parte alta y baja. Las comunidades como Tunshi Grande, Tunshi San Nicolas, Tunshi San Javier, Molobog, Tulabug Escalera, en el límite con el cantón Chambo, son aptas para cultivos permanentes de ciclo corto. La zona baja y alta se caracterizan por los pastizales, el cultivo de maíz y plantas frutales. La parte más alta de las comunidades como Guaruña, Tzetzeña, Ilugshibug, Cecel alto, Cecel Grande, Cecel San Antonio, Lucero Loma, Gueseche, tienen vocación y dedicación agrícola y pecuaria exclusivamente.

3.2.2.8 Parroquia Pungalá

Al igual que en toda la Serranía, la cultura de la siembra del maíz y la papa se mantiene vigente dentro del territorio de la Parroquia rural de Pungalá.

El cultivo con mayor incidencia es la papa, seguido por el maíz; los dos forman parte de los alimentos básicos de la familia. El excedente de la producción se la destina al mercado, donde la papa mantiene un precio inestable tendiendo constantemente a la baja, de modo que ni siquiera permite recuperar el valor de la inversión. Mientras que el maíz tiene un precio bajo; en tierno tiene un mejor precio.

La temporada de mayor intensidad en el uso de la mano de obra familiar es al momento de la siembra y labores culturales como deshierba, aporque y la cosecha.

La producción anual de papa de la Parroquia Rural de Pungalá se estima en alrededor de 5226,75 toneladas y la producción anual de maíz suave se estima en 475,08 toneladas.

Los agricultores de Pungalá, incursionan escasamente en la implementación de nuevos cultivos, como la alcachofa. Mientras que los cultivos tradicionales como el haba, la oca, el melloco, la quinua tienden a perderse, lo cual disminuye el valor nutricional de la dieta familiar (PDyOT GAD Pungalá, 2018).

Zonificación de los asentamientos humanos según especialización de la producción

Los principales productos ofertados dentro de la parroquia rural de Pungalá son la leche, la producción de papa y la de maíz suave (choclo).

El promedio de la superficie dedicada a la producción agrícola para el rubro papa es de 0,14 hectáreas; mientras que para el caso del rubro maíz la superficie promedio es de 0,17 hectáreas.

3.2.2.9 Parroquia Punín

Tabla 29. Distribución de cultivos en la parroquia Punín

Cultivo	Superficie productiva parroquial (Ha)	% cultivo	Superficie cultivo (Ha)
Maíz		15	148,84
Hortalizas		12	114,26
Papa		11	107,27
Haba		11	104,01
Quinua		9	87,05
Cebada		9	87,98
Vicia		8	76,98
Pasto		4	36,35
Tomate riñón		3	29,64
Alfalfa	978,29	3	29,26
Chocho		3	27,96
Trigo		3	25,16
Avena		2	20,69
Oca		2	18,64
Melloco		2	18,64
Arveja		1	14,32
Frejol		2	15,01
Varios		2	16,22

Fuente: DPACH, noviembre 2014

Elaborado por: Equipo Técnico del GADPR-Punín

Tabla 30. Épocas de Siembra y Cosecha parroquia Punín

Cultivo	Época de siembra	Época de cosecha
Alfalfa	Todo el año	Todo el año
Arveja	Todo el año	Todo el año

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

Avena	Diciembre	Marzo
Cebada	Enero, noviembre, diciembre	Agosto, septiembre,
Chocho	Septiembre, octubre, noviembre	Octubre
Frejol	Octubre	Septiembre, octubre
Frutilla	Todo el año	Noviembre
Haba	Todo el año	Febrero
Hortalizas	Todo el año	Todo el año
Maíz	Todo el año	Todo el año
Melloco	Septiembre	Todo el año
Mora	Junio	Todo el año
Oca	Septiembre	Mayo
Papa	Todo el año	Marzo
Pimiento	Noviembre	Marzo
Quinua	Septiembre, octubre, noviembre	Todo el año
Tomate riñón	Todo el año	Marzo
Trigo	Noviembre, diciembre	Julio, agosto,
Vicia	Todo el año	Septiembre

Fuente: DPACH, noviembre 2014

Elaborado por: Equipo Técnico del GADPR-Punín

A la parroquia Punín, para un mejor estudio, se la ha dividido en tres zonas: alta, media y baja. Los productos que se cultivan en las zonas alta y media son: el maíz, cebada, quinua, mellocos, habas, ocas, chochos las mismas que se dan en diferentes épocas del año (Tabla 30). Mientras que en la zona baja se cultiva hortalizas, frutillas, tomate riñón, pimiento y mora. Estos se cosechan durante todo el año de producción es por eso que podemos decir que en Punín la agricultura es su principal actividad económica (PDyOT GAD Punín, 2018).

Tabla 31. Costos de producción de los cultivos

Cultivo	Costo de producción (USD)	Rendimiento (TM/Ha)
Alfalfa	360	
Arveja	1200	3,00
Avena	250	
Cebada	780	2,05
Chocho	1380	1,14

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

Frejol	900	1,00
Frutilla	2500	
Haba	800	3,81
Hortalizas	NO REPORTAN	
Maíz	850	10,00
Mellico	NO REPORTAN	
Mora	2800	8,00
Oca	NO REPORTAN	
Papa	2420	13,20
Pimiento	3800	
Quinoa	900	0,90
Tomate riñón	13000	145,50
Trigo	780	1,82
Vicia	400	

Fuente: DPACH, noviembre 2014

Elaborado por: Equipo Técnico del GADPR-Punín

Según nuestra clasificación del territorio por zonas, a nivel de costos de producción por hectárea de los tres principales rubros de producción, se puede decir que el tomate riñón es el que exige una mayor inversión, con un costo de producción de US\$ 13000/ha, seguido por el pimiento que tiene un costo de producción de US\$ 3800/ha a diferencia de las papas que tiene un costo de producción de US\$ 2420/ha, esto se da en la zona baja la misma que tiene como destino final la comercialización en los distintos mercados de la ciudad de Riobamba (Tabla 31).

En ciertas comunidades los costos de producción son bajos, esto se debe a que su producción en mayor parte es para el autoconsumo específicamente en las zonas media y alta (PDyOT GAD Punín, 2018).

3.2.2.10 Parroquia Quimiag

Tabla 32. Cultivos transitorios que se desarrollan en la parroquia

Cultivos transitorios	Superficie (Ha)
Maíz-Fréjol	222,7
Papa	310,7
Haba	164,05
Total	697,45

Fuente: Taller comunal. Mesa de mapeo comunitario. (2011)

Elaborado por: Equipo técnico del Gobierno Parroquial de Quimiag.

Los cultivos transitorios que se desarrollan en la parroquia ocupan 697,45 ha, donde el maíz representa el 31,9%, la papa el 44,5% y las habas el 23,6% (Tabla 32).

Tabla 33. Cultivos permanentes que se desarrolla en la parroquia

Cultivos permanentes	Superficie (Ha)
Pastos	1469,4
Tomate de árbol	10,67
Total	1480,07

Fuente: Taller comunal. Mesa de mapeo comunitario. (2011)

Elaborado por: Equipo técnico del Gobierno Parroquial de Quimiag.

El ciclo productivo del maíz y las habas tienen una duración de 6 meses, el de la papa dura 4 meses, mientras que el tomate de árbol y los pastos tienen un ciclo de enero a diciembre. Los meses de siembra más apropiados para el maíz son septiembre y octubre, siendo los más largos en cuestión de ciclo productivo (PDyOT GAD Quimiag, 2015).

Los 3 principales cultivos de la parroquia son: el maíz con una superficie de 408 ha y una oferta de 1810,9 Tm, la papa con una superficie de 1115,1 ha y una oferta de 6963,2 Tm, y la frutilla con 98,43 ha con una oferta de 66.9 Tm por año.

3.2.2.11 Parroquia San Juan

En la parroquia San Juan existe gran diversidad en la producción agrícola, con productos propios de la zona en la que se encuentra ubicada. A pesar de que la mayor parte del territorio está compuesto por páramo, es común la producción de cebada, cebolla, col, haba tierna, papa, trigo, zanahoria, entre otros. Se debe promover esta actividad para que se constituya como una de las principales fuentes de ingresos de sus habitantes.

Tabla 34. Volumen de Producción de los Principales Productos Agropecuarios de la Parroquia San Juan

Cultivo	% de representación del cultivo	Tipo de presentación	Equivalencia (lb)	% destino siembra	% Destino auto consumo	% Destino mercado	Localidad Mercado
---------	---------------------------------	----------------------	-------------------	-------------------	------------------------	-------------------	-------------------

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

Haba	100	SACO	75	5	5	90	RIOBAMBA
Maíz	100	SACO	100	49	49	2	RIOBAMBA
Mellico	100	SACO	100	0	0	100	RIOBAMBA
Papa	100	SACO	100	28	28	46	RIOBAMBA
Pasto	100	SACO	100	0	0	100	RIOBAMBA
Quinoa	100	SACO	93	1	1	99	RIOBAMBA
Remolacha	100	SACO	100	10	10	80	RIOBAMBA
Zanahoria	100	SACO	50	0	0	100	RIOBAMBA

Fuente: Diagnóstico MAGAP noviembre 2014

Elaborado por: Consultor CEGESPU

De los principales productos de la parroquia San Juan que son la papa, el pasto y la quinua, el 100% se comercializa en sacos; en cuanto a la papa el 46% se destina para la venta, el 26% para autoconsumo y el 28% destinado para la siembra. En cuanto al pasto el 100% del cultivo es destinado para el mercado, y de la producción de quinua el 99% está destinada para la venta y el 1% para autoconsumo y siembra.

3.2.2.12 Parroquia San Luis

En la parroquia de San Luis, los tres cultivos predominantes son hortalizas, tomate riñón y frutilla debido a la capacidad de los suelos de producir estos productos, al tiempo corto para su cosecha y debido a que el ciclo de producción es amplio.

Tabla 35. Rendimientos de los cultivos presentes en la parroquia

Cultivo	Superficie productiva parroquial (ha)	% Cultivo	Superficie Cultivo (ha)
Hortalizas	1000	40	397,0
Maíz		22	223,2
Alfalfa		18	175,8
Tomate riñón		7	65,6
Papa		4	44,1
Frutilla		3	26,8
Tomate de árbol		2	18,7
Mora		1	14,7
Brócoli		1	11,4
Varios		2	22,2

Fuente: DPACH, noviembre 2014.

Elaborado por: Equipo técnico PDOT.

El producto que se destaca en la parroquia pertenece al grupo de las hortalizas, entre los que se destacan la lechuga, col, nabo, cilantro, coliflor, brócoli, mismos que son sembrados en la mayor parte del área productiva de la parroquia. Estos productos tienen buenos rendimientos debido al manejo que se les da, aplicando productos químicos para mejorar su producción.

3.2.3 Análisis

El presidente de la Junta parroquial de Cacha indica que los principales cultivos son: papa, cebada, quinua y trigo (Tabla 35); en la información del PDOTE se manifiesta que los cultivos en esta zona con excepción del cultivo de papa se rigen a los ciclos de lluvia o también los llamados cultivos de secano.

Tabla 36. Productos de la parroquia Cacha según la junta parroquial

Junta Parroquial	Cultivos Predominantes
CACHA	Papas
	Cebada
	Quinua
	Trigo
	Maíz

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

Con la información obtenida de la participación de los dirigentes de la junta parroquial y la información recopilada en las encuestas, el cultivo de papa y cebada son los predominantes, sin embargo, el cultivo de la frutilla sobresale también ya que éste últimamente se ha ido incrementando en el sector (Tablas 36 y 37).

Tabla 37. Cultivos de la parroquia Cacha

Cultivo	Área m ²	Cantidad sembrada	Unidad	Cantidad cosechada	Unidad
Cebada	6000	250	lbs	18	qq
Papa	5000	15	qq	155	qq
Frutilla	4500	36000	plantas	155	cajas
Quinua	3500	28	lbs	6	qq
Trigo	2300	25	lbs	4	qq
Maíz	2004	68	lbs	70	sacos
Tomate riñón	2000	6100	plantas	1300	cajas
Tuna	2000	200	plantas	200	unidades
Alverja	700	2	lbs	20	sacos

Lechuga	400	1000	plantas	900	unidades
---------	-----	------	---------	-----	----------

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

3.2.3.1 Parroquia Calpi

En la parroquia Calpi según el PDyOT los principales productos son la alfalfa, quinua, maíz y las papas, los miembros de la junta parroquial manifestaron que el maíz, la arveja y las papas son los cultivos predominantes; según las encuestas a más de lo que ya se manifestó anteriormente, el cultivo de alfalfa y frutilla tienen un área predominante en la parroquia (Tablas 3, 19 y 21).

Tabla 38 Productos de la parroquia Cacha según la junta parroquial

Junta Parroquial	Cultivos Predominantes
CALPI	Maíz
	Arveja
	Papas
	Zanahoria
	Rábano

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

Tabla 39. Cultivos de la parroquia Calpi

Cultivo	Área m ²	Cantidad sembrada	Unidad	Cantidad cosechada	Unidad
Alverja	15000	300	lbs	140	sacos
Maíz	13200	145	lbs	52	sacos
Alfalfa	4000	2	lbs	5	
Papa	2800	8	qq	70	qq
Frutilla	1000	8000	plantas	40	cajas

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

3.2.3.2 Parroquia Cubijes

Según el PDyOT los cultivos predominantes de la parroquia son el maíz, las papas, hortalizas y leguminosas, lo que concuerda con lo manifestado por la junta parroquial en la información obtenida por medio de las encuestas. La frutilla y el tomate de árbol también son dos importantes cultivos dentro de la parroquia (Tablas 8, 19 y 23).

Tabla 40. Productos de la parroquia Cubijíes según la junta parroquial

Junta Parroquial	Cultivos Predominantes
CUBIJIES	Brócoli
	Lechuga crespá
	Cebolla paiteña
	Papas
	Acelga
	Maíz

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

Tabla 41. Cultivos de la parroquia Cubijíes

Cultivo	Área m2	Cantidad sembrada	Unidad	Cantidad cosechada	Unidad
Aguacate	1000	21	plantas	600	unidades
Brócoli	2000	5000	plantas	4500	pellas
Fréjol	1000	15	lbs	12	sacos
Frutilla	3500	40000	plantas	80	cajas
Papa	4500	12	qq	130	qq
Tomate de árbol	3000	1300	plantas	40	sacos

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

3.2.3.3 Parroquia Flores

El PDyOt de la parroquia Flores reporta que la papa, la cebada, los pastos, la quinua, el maíz, las habas y la cebolla blanca son los cultivos predominantes en el sector. Estos cultivos son principalmente para el autoconsumo. Una de las principales limitantes para la producción de esta zona es la falta de agua de riego. Esta información fue respaldada con los datos tomados en la junta parroquial (Tabla 19 y 25; Figura 12).

Tabla 42. Productos de la parroquia Flores según la junta parroquial

Junta Parroquial	Cultivos Predominantes
FLORES	Cebada
	Papas
	Quinua
	Maíz
	Trigo

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

Tabla 43. Cultivos de la parroquia Flores

Cultivo	Área m ²	Cantidad sembrada	Unidad	Cantidad cosechada	Unidad
Alverja	1700	20	lbs	50	sacos
Maíz	1000	15	lbs	45	sacos
Fréjol	1000	12	lbs	45	sacos

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

3.2.3.4 Parroquia Licán

La información obtenida en el PDyOT del GAD indica que los principales cultivos son alfalfa, brócoli y maíz. Según la información obtenida del GAD y de las encuestas, encontramos que las hortalizas, tomate de árbol, frutilla y babaco son muy importantes en esta parroquia. La mayor producción de estas se ubica en la Armenia bajo un sistema de producción intensiva. El maíz, la alverja, la quinua son cultivos propios de la zona de secano como lo es San José de Cundwana. Además, en esta zona la producción es orgánica (Tablas 15, 19 y 26).

Tabla 44. Productos de la parroquia Licán según la junta parroquial

Junta Parroquial	Cultivos Predominantes
LICÁN	Maíz
	Brócoli
	Col
	Tomate riñón
	Babaco

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

Tabla 45. Cultivos de la parroquia Licán

Cultivo	Área m ²	Cantidad sembrada	Unidad	Cantidad cosechada	Unidad
Alverja	22400	52	lbs	260	sacos
Quinua	15000	90	lbs	22	qq
Alfalfa	6000	12	lbs	150	cargas
Cebolla	5200	103000	plantas	130	sacos
Tomate de árbol	2500	900	plantas	52	sacos
Papa	2200	6	qq	43	qq
Cebada	1500	50	lbs	2	qq
Frutilla	1200	10000	plantas	400	cartones
Zanahoria	900	0.5	lbs	40	sacos

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

Maíz	610	58	lbs	21	sacos
Col	600	1500	plantas	850	coles

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

3.2.3.5 Parroquia Licto

En el PDyOT de la parroquia Licto se manifiesta que existen varios productos que se pueden considerar como tradicionales. Tal es el caso del maíz, cebada, trigo, papa, habas. También existen otros cultivos como las hortalizas, la arveja y el tomate riñón que se cultivan sobre todo en la zona baja de la parroquia. Esta información fue ratificada por la junta parroquial, así como por las personas que participaron en la encuesta.

La zona de Tunshi, sobre todo, se caracteriza por cultivos de ciclo corto e intensivos, mientras que, la producción de maíz es característica de la zona alta.

La diversidad de cultivos hace de esta parroquia una de las principales proveedoras de productos del cantón. La producción agroecológica de esta parroquia se ubica en la zona media (Tablas 11, 19, 28).

Tabla 46. Productos de la parroquia Licto según la junta parroquial

Junta Parroquial	Cultivos Predominantes
LICTO	Maíz
	Papa
	Cebolla paiteña
	Remolacha
	Col
	Brócoli
	Zanahoria
	Cilantro
	Arveja
	Fréjol

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

Tabla 47. Cultivos de la parroquia Licto

Cultivo	Área m ²	Cantidad sembrada	Unidad	Cantidad cosechada	Unidad
Papa	33100	105	qq	900	qq
Maíz	19700	196	lbs	522	sacos
Col	16000	20000	plantas	16800	unidades
Tomate de árbol	15020	4000	plantas	130	sacos
Brócoli	7900	12505	plantas	8420	unidades

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

Cebolla	6500	180000	plantas	520	sacos
Cebada	5500	15	lbs	22	sacos
Alverja	4650	18	lbs	144	sacos
Lechuga	4500	17000	plantas	500	sacos
Frutilla	2500	20000	plantas	90	cartones
Fréjol	2100	16	lbs	33	sacos
Tomate riñón	1800	6000	plantas	40	TM
Mora	1500	300	plantas	25	cajas
Trigo	1500	10	lbs	2	qq
Pepinillo	1400	5000	plantas	40	TM
Habas	1000	10	lbs	60	sacos
Pimiento	1000	3400	plantas	15	TM
Vainita	800	5	lbs	40	cajas
Coliflor	500	1500	plantas	1000	Pellas

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

3.2.3.6 Parroquia Pungalá

Según el PDyOT la papa y el maíz son los cultivos de mayor incidencia en la parroquia. Esta información fue respaldada por el GAD y las encuestas. La producción de maíz y papa se realiza de forma convencional (Tabla 29 y 30). En la parte alta en la comunidad Achullai tenemos la Asociación de productores Agroecológicos, quienes se dedican a la producción de hortalizas. Actualmente comercializan sus productos en conjunto con la fundación Caritas.

Tabla 48. Productos de la parroquia Pungalá según la junta parroquial

Junta Parroquial	Cultivos Predominantes
PUNGALÁ	Papa Maíz

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

Tabla 49. Cultivos de la parroquia Pungalá

Cultivo	Área m ²	Cantidad sembrada	Unidad	Cantidad cosechada	Unidad
Papa	7800	11	Qq	110	Qq
Maíz	4700	35	Libras	33	Sacos
Hortalizas	3000	-	-	-	-

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

3.2.3.7 Parroquia Punín

Según la información obtenida del PDyOT, la superficie de cultivo la parroquia de Punín se caracteriza por la producción de maíz, seguido por las hortalizas y las papas. En contraste, la información de las encuestas muestra que el tomate de árbol y el tomate riñón son los productos que más se cultivan (Tablas 8 y 29). Esta producción se realiza en tres zonas, lo cual contribuye con la diversificación de la oferta.

Esta parroquia se caracteriza por ser hortícola. La mayor parte de los productos son llevados al mercado Mayorista de Riobamba.

En esta parroquia existe muy poca asociatividad de productores agroecológicos.

Tabla 50. Cultivos de la parroquia Punín

Cultivo	Área m ²	Cantidad sembrada	Unidad	Cantidad cosechada	Unidad
Tomate de árbol	13500	3500	plantas	160	sacos
Tomate riñón	9300	27500	plantas	8000	cartones
Maíz	9100	93	lbs	265	sacos
Lechuga	6600	20000	plantas	13620	unidades
Col	4000	5000	plantas	4000	coles
Papa	3500	9	qq	150	qq
Pepino	2600	9000	plantas	1950	cajas
Nabo	2500	12000	plantas	300	cargas
Alverja	2000	30	lbs	70	sacos
Brócoli	1500	4500	plantas	3800	pellas
Culantro	1500	10	lbs	150	cargas
Remolacha	800	3000	plantas	30	sacos
Vainita	800	3	lbs	60	cajas
Fréjol	500	6	lbs	20	sacos

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

3.2.3.8 Parroquia Quimiag

Según el PDyOT, los cultivos transitorios de mayor importancia son el maíz, las papas y las habas, mientras que el tomate de árbol es el principal cultivo permanente. La frutilla es un cultivo que ha ido tomando fuerza en los últimos años en la parroquia, datos que coinciden con los datos proporcionados por la junta parroquial. Sin embargo, en la información levantada mediante las encuestas, encontramos la presencia de las hortalizas como la arveja, cebolla, col, brócoli (Tablas 12, 13, 32 y 33).

Tabla 51. Productos de la parroquia Quimiag según la junta parroquial

Junta Parroquial	Cultivos Predominantes
QUIMIAG	Maíz Papas Habas Frutales

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

Tabla 52. Cultivos de la parroquia Quimiag

Cultivo	Área m ²	Cantidad sembrada	Unidad	Cantidad cosechada	Unidad
Papa	44900	111	qq	1755	Qq
Maíz	39300	355	lbs	1443	Sacos
Aguacate	6000	160	plantas	40	gavetas
Brócoli	5300	9500	plantas	5500	unidades
Pasto	5000	100	lbs	200	Cargas
Habas	4100	65	lbs	145	Sacos
Cebolla	4000	30000	plantas	100	Sacos
Col	3000	3000	plantas		unidades
Frutilla	2200	10000	plantas	70	Cajas
Alverja	1300	13	lbs	90	Sacos

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

3.2.3.9 Parroquia San Juan

En la información obtenida del PDyOT los principales productos de la parroquia San Juan son la papa, el pasto y la quinua, además se cultiva habas, maíz, melloco, mashuas; estos dos últimos son cultivos ancestrales.

La información obtenida por medio de las encuestas corrobora lo anterior y además los encuestados manifiestan que es necesario recuperar algunos productos que se han ido perdiendo como lo son las variedades de papas nativas.

Tabla 53. Cultivos de la parroquia San Juan

Cultivo	Área m ²	Cantidad sembrada	Unidad	Cantidad cosechada	Unidad	PRECIO
Papa	131550	384	qq	8700	Qq	10
Habas	33000	565	lbs	1243	Sacos	8
Melloco	10700	170	lbs	100	Sacos	11
Pasto	10000	2	qq	150	Cargas	2
Ajo	1250	4	qq	0	Lote	220
Zanahoria	800	1.5	tarros	23	Sacos	4
Mashua	700	3	qq	25	Sacos	10

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

3.2.3.10 Parroquia San Luis

Sin duda San Luis es la parroquia que en mayor porcentaje provee de productos al cantón, a la provincia y a otras provincias. La parroquia San Luis es la principal productora de hortalizas, tomate riñón y frutilla según el PDyOT; información que es corroborada por la junta parroquial y los datos obtenidos en las encuestas (Tablas 11, 35 y 36).

Tabla 54. Productos de la parroquia San Luis según la junta parroquial

Junta Parroquial	Cultivos Predominantes
SAN LUIS	Tomate riñón
	Lechuga
	Cilantro
	Pepinillo
	Mora
	Coliflor
	Nabo
	Coliflor
	Brócoli

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

Tabla 55. Cultivos de la parroquia San Luis

Cultivo	Área m ²	Cantidad sembrada	Unidad	Cantidad cosechada	Unidad
Maíz	22254	205	libras	610	sacos
Papa	8254	35	qq	441	qq
Lechuga	4000	16000	plantas	475	sacos
Alfalfa	3500	10	lbs	150	cargas
Tomate riñón	2800	10200	plantas	1500	cartones
Brócoli	2000	7000	plantas	5000	pellas
Remolacha	1700	40000	semillas	150	sacos
Culantro	1500	10	lbs	80	cargas
Fréjol	1300	26	lbs	96	sacos
Rábano	1300	3	sobres	150	sacos
Alverja	800	20	lbs	35	sacos
Perejil	700	4000	plantas	150	cargas
Vicia y Avena	350	200	lbs	7054	m2
Habas	4	5	lb	15	sacos

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

3.3 Beneficios económicos del proceso productivo

Para la determinación de los márgenes de utilidad se trabajó en la elaboración de una matriz de costos estandarizada para ser utilizada por los agricultores como un instrumento de

trabajo diario, de acuerdo a las actividades y gastos que incurran en el cultivo, la idea general es ayudarlos a recordar cada cosa que colocan por ende se convierte en un gasto en el proceso productivo, sin duda es importante también lograr un nivel de reflexión en cada agricultor con respecto a gasto como mano de obra familiar, uso de agua de riego y pago de impuesto predial o arrendamiento del terreno que en la mayoría de los casos se han convertido en costo indivisibles o costos ocultos.

Para realizar este trabajo es indispensable primero que el agricultor entienda un ejercicio básico de rentabilidad y economía. Por ello se trabajó con ejemplos muy sencillos con últimos como lechuga, brócoli, frejol que son los de menor costo y menor inversión.

Pondremos un ejemplo, se inició recordándoles cuanto gastan en la preparación del terreno, para después recordad el costo de la semilla en función del tipo de semilla que utiliza y la variedad de esta, una vez sembrada se incurre en gastos de mano de obra que generalmente es la familia, pero a ellos se les contempla al menos el pago del jornal diario que puede variar entre 15 y 20 dólares.

Inicia el proceso de la fertilización del cultivo para asegurar un correcto desarrollo del mismo labores de cuidado y limpieza de este, seguidas de un proceso de control fitosanitario en este punto no todos los cultivos no necesitan, esto dependerá de la zona de producción y variantes que lo rodean. Para finalmente cosechar el producto, es importante aclarar que en el proceso de cosecha se divide en etapas la recolección de producto y la clasificación de este, empaquetado y transporte al lugar de destino final.

Imagen 1. Cultivo de tomate de árbol



3.4 Socialización de la política pública consensuada a los diferentes actores.

La ordenanza aún se encuentra en proceso de aprobación por parte del consejo cantonal del cantón Riobamba, a nuestro parecer los cambios a realizarse serán de forma más no de fondo, por consiguiente, estamos esperando que el Comité Local de Comercio Justo entregue el documento para ya finalmente entre en vigencia para bienestar de los productores de Comercio justo.

Imagen 2. Socialización de la Ordenanza Asociación de mujeres Mushuk Kawsay – San Juan



Imagen 3. Socialización de la Ordenanza en la reunión del Cabildo Comunidad San José de Cunduana – Licán



Imagen 4. Socialización de la Ordenanza Asociación de Productores Achullai – Pungalá



NOTA: Este documento fue entregado al Comité Local de Comercio Justo del Cantón Riobamba.

CAPITULO 4

4 SENSIBILIZACIÓN AL CONSUMIDOR

4.1 Identificar el perfil del consumidor

Una de las tareas más importantes, en el desarrollo estratégico en marketing es la definición de target, o del grupo objetivo. Para esto es importante definir el perfil del comprador y/o consumidor.

Siempre hay que entender en el desarrollo de este proceso estratégico las diferencias entre el comprador (Shopper) y el consumidor (Consumer), el primero es quien toma las decisiones de compra sin importar si es el consumidor final del producto, y el consumidor es el usuario final del producto. Ambos tienen un rol importante en las decisiones, por lo que es necesario definir su perfil.

El perfil del consumidor define las características, los hábitos de consumo, la personalidad, los valores, las creencias y el estilo de vida de la persona a la cual queremos llevar nuestra oferta de productos y servicios.

Por lo tanto, conocer el comportamiento del consumidor es muy importante para entender todas aquellas actividades internas y externas de un individuo o grupo de individuos dirigidas hacia la satisfacción de sus necesidades. Este comportamiento parte de la existencia de una carencia, el reconocimiento de una necesidad, la búsqueda de alternativas de satisfacción, decisión de compra y la evaluación posterior, (antes, durante y después).

Según Schiffman (2010), el comportamiento del consumidor se define como el comportamiento que los consumidores exhiben al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar productos y servicios que ellos esperan que satisfagan sus necesidades. El comportamiento del consumidor se enfoca en la manera en que los consumidores y las familias o los hogares toman decisiones para gastar sus recursos disponibles (tiempo, dinero, esfuerzo) en artículos relacionados con el consumo. Eso incluye lo que compran, por qué lo compran, cuándo, dónde, con qué frecuencia lo compran, con qué frecuencia lo utilizan, cómo lo evalúan después de la compra, el efecto de estas evaluaciones sobre compras futuras, y cómo lo desechan (Schiffman, 2010).

Para Hernández, C. et. al. (2014) el concepto del comportamiento del consumidor se nutre así del aporte de diferentes áreas de conocimiento que permiten explicar y conocer la

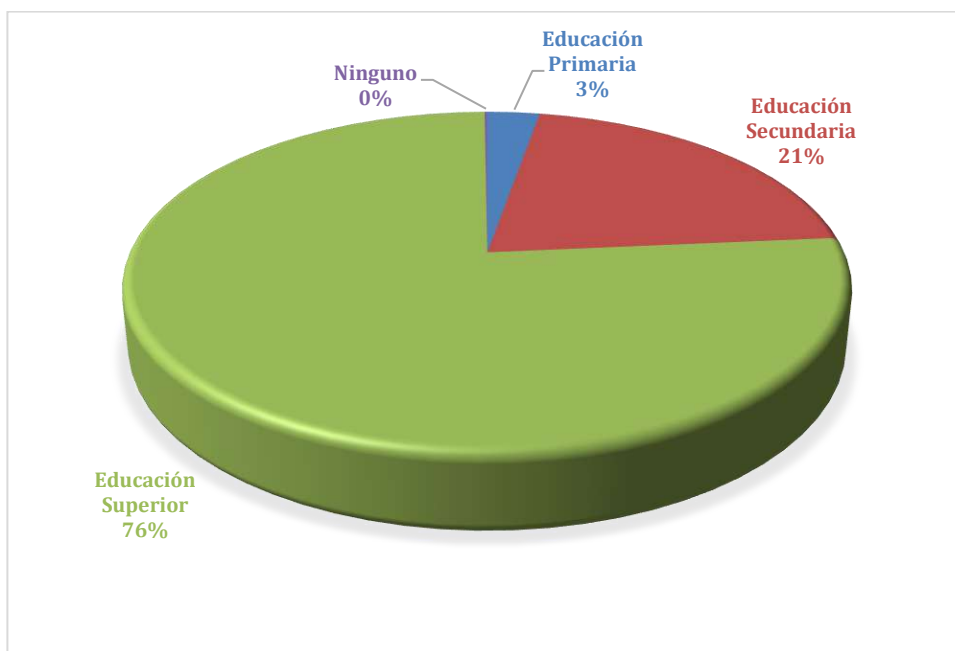
conducta de los consumidores en todo el proceso de compra y de toma de decisiones, con el fin de generar estrategias de marketing que favorezcan las decisiones empresariales.

El ambiente del consumidor es todo factor externo a éste, el cual influye en su manera de pensar, sentir y actuar. Ello abarca estímulos sociales, como las acciones de otros en culturas, subculturas, clases sociales, grupos de referencia y familias, que influyen en los consumidores. También comprende otros estímulos físicos, como las tiendas, productos, anuncios y letreros, que pueden cambiar los pensamientos, sentimientos y acciones de los consumidores (Hernández, C. et, al. 2014).

Si bien todos los consumidores son únicos, una de las constantes más importantes entre todos nosotros, a pesar de nuestras diferencias, es que todos somos consumidores. Por lo regular se usan o consumen alimentos, ropa, albergue, transporte, educación, equipo, vacaciones, necesidades, lujos, servicios e incluso ideas. Como consumidores, desempeñamos un rol vital en la salud de las economías local, nacional e internacional. Las decisiones de compra que tomamos afectan la demanda de materias primas básicas para la transportación, la producción, la banca; influyen en el empleo de los trabajadores y el despliegue de recursos, el éxito de algunas industrias y el fracaso de otras. Para tener éxito en cualquier negocio, y especialmente en el mercado dinámico y rápidamente evolutivo de la actualidad, los mercadólogos tienen que saber cuánto puedan acerca de los consumidores: lo que desean, lo que piensan, cómo trabajan y cómo emplean su tiempo libre. Necesitan comprender las influencias personales y grupales que afectan las decisiones de los consumidores y la forma en que se toman tales decisiones. Y, en estos días en que las opciones de medios de comunicación van en aumento, no sólo necesitan identificar a su público meta, sino que también deben saber dónde y cómo llegar a él (Schiffman, 2010).

En su sentido más amplio, el comportamiento del consumidor describe dos tipos diferentes de entidades de consumo: el consumidor personal y el consumidor organizacional. El consumidor personal compra bienes y servicios para su propio uso, para el uso del hogar, o como un obsequio para un tercero (Schiffman, 2010).

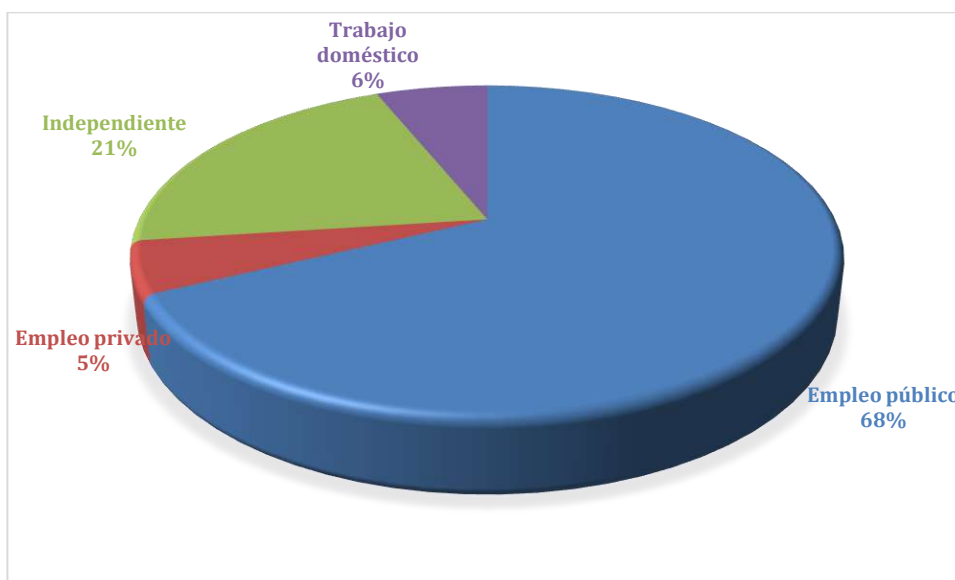
Figura 16. Nivel de educación de los encuestados



Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

Según los datos obtenidos de las personas encuestadas, el 76% tienen educación primaria, el 21% educación secundaria y el 3% tienen educación primaria; al momento de elegir los productos de consumo el nivel de educación es importante ya que incide al momento de conocer las principales características de los productos (Figura 16).

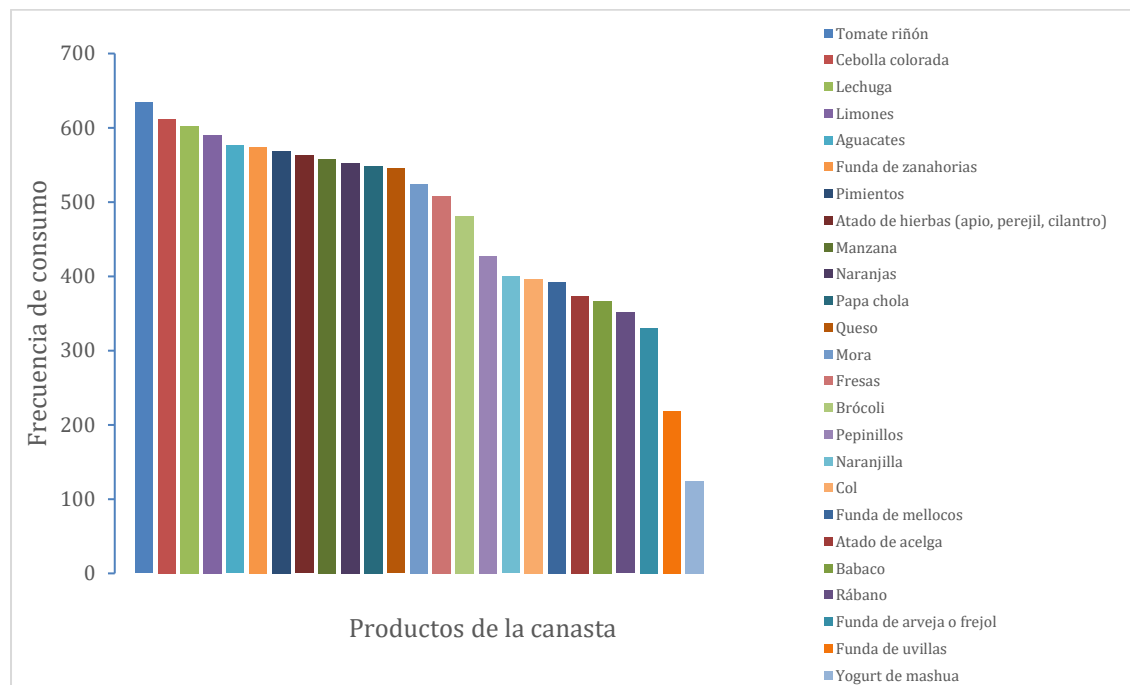
Figura 17. Tipo de empleo de los encuestados



Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

El 68% de las personas encuestadas nos indican que poseen empleos en el sector público (maestros, empleados de instituciones etc.), el 21% se dedican al trabajo independiente, el 6% se dedican al trabajo doméstico y apenas el 5% se dedican a empleos privados (Figura 17).

Figura 18. Frecuencia de consumo de los productos



Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

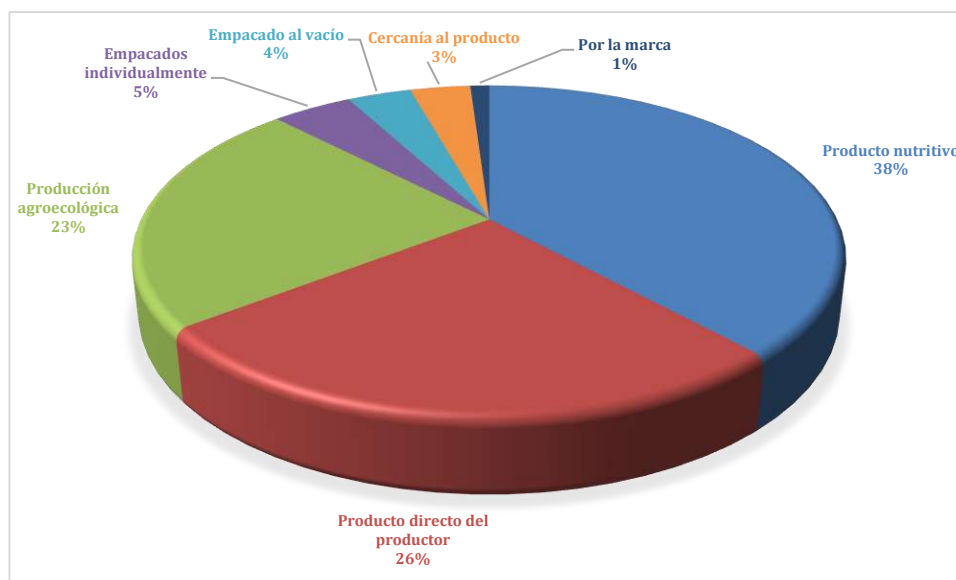
Según los datos de las encuestas realizadas, los principales productos de la canasta de consumo masivo son el tomate riñón, la cebolla colorada la lechuga, limones, aguacates, zanahorias, pimientos, hierbitas, frutas como manzanas, naranjas, papas.

Los encuestados lo que menos consumen son arveja, fréjol, uvillas y yogurt.

Dentro de los procesos de planificación es muy importante tomar en cuenta conocer las preferencias de los consumidores, ya que eso nos permite realizar con los agricultores los planes de siembra en cada uno de los sectores de incidencia del proyecto.

Tomando en cuenta la figura 18, los consumidores toman mucho en cuenta a la hora de hacer sus compras el valor nutricional de los productos, esto es una tendencia a nivel mundial y más aún con la presencia de la pandemia las preferencias de alimentos saludables se han vuelto muy común.

Figura 19. Características de los productos



Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

El 38% de los encuestados se identifican con la compra de productos nutritivos, además también existe una conciencia en cuanto a comprar directo a los productores, esta característica en los últimos años ha venido en aumento, últimamente el comercio justo en el Ecuador se ha ido posicionando.

La producción agroecológica también es una tendencia que ha venido incrementándose en los últimos años, sin duda la gente manifestó que querrían encontrar productos orgánicos, pero para que los productores puedan vender estos productos sería necesario que ellos obtengan un sello de agricultura orgánica, pero este proceso implica una serie de componentes que a corto tiempo no es fácil obtener.

De los encuestados apenas el 1% manifestaron que buscan los productos por la marca; sin embargo, esta respuesta es importante ya que con los agricultores se está trabajando en la obtención de sellos AFC (Agricultura Familiar y Campesina) y BPA'S (Buenas Prácticas Agrícolas) estos sellos garantizan a los consumidores que los productos que adquieren provienen de un buen manejo, garantizando si inocuidad (Figura 19).

Figura 20. Frecuencia de compra

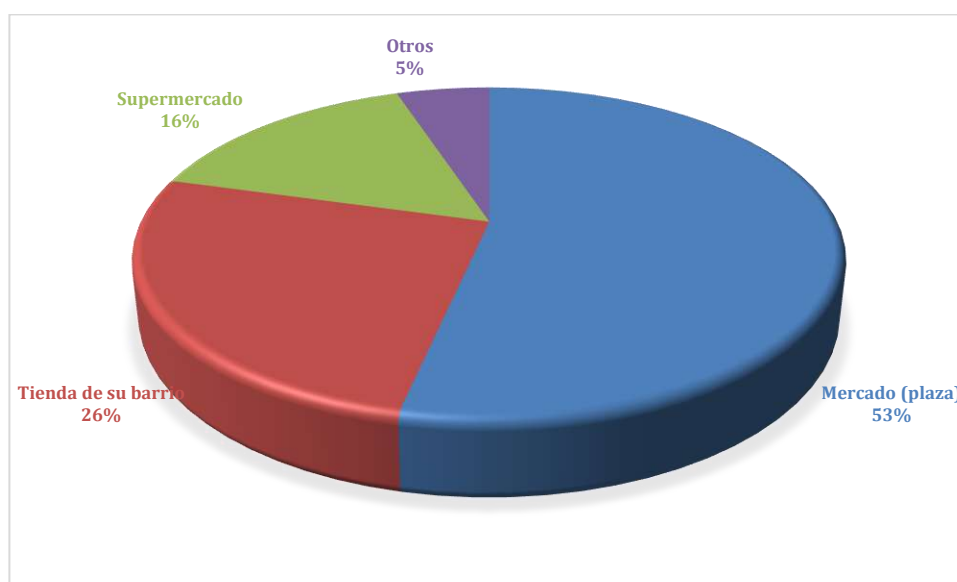


Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

La figura 20 nos indica que en su mayoría los consumidores (58%) realizan las compras una vez a la semana, esto se debe a las características que poseen los productos de consumo, principalmente las hortalizas tienen duraciones cortas, un grupo muy importante manifestó que realizan sus compras dos veces por semana esto se debe a que en estos casos a los consumidores les gusta tener sus productos siempre frescos.

Los consumidores que hacen sus compras una vez cada dos semanas y una vez al mes principalmente realizan esta práctica debido a que sus cargas familiares son pequeñas.

Figura 21. Lugar de compra



Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

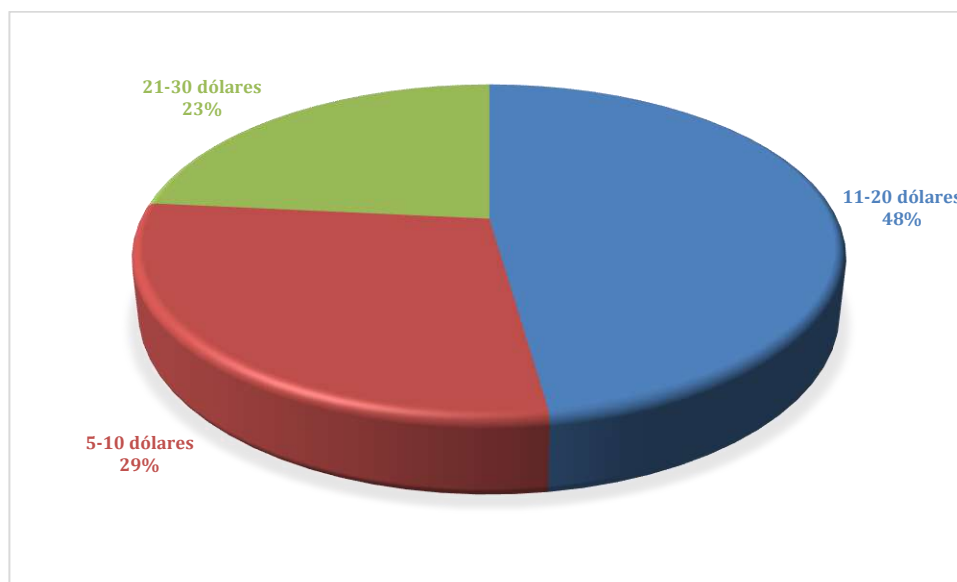
El 53% de los encuestados (Figura 21), manifestaron que las compras de sus productos la realizan principalmente en los mercados o plazas, por la presencia de pandemia en las tiendas de los barrios (26%) actualmente se ofertan todo tipo de productos de primera necesidad incluidas hortalizas y frutas, la tendencia de compra en estos sitios se debe al miedo a las aglomeraciones en los mercados.

El 16% de los consumidores hace sus compras en supermercados, recordemos que tenemos consumidores que pertenecen a un grupo élite que van en esta tendencia.

Y el 5% que manifestó otros indicaron que prefieren que les entreguen sus productos en casa con las canastas que ofertan diferentes instituciones, además de aplicaciones de internet en las cuales el consumidor tiene la decisión de comprar según sus necesidades.

La compra de los productos se hace en los mercados, supermercados y tiendas de diversa importancia, pero el peso de cada una de ellas depende del lugar de residencia de las familias.

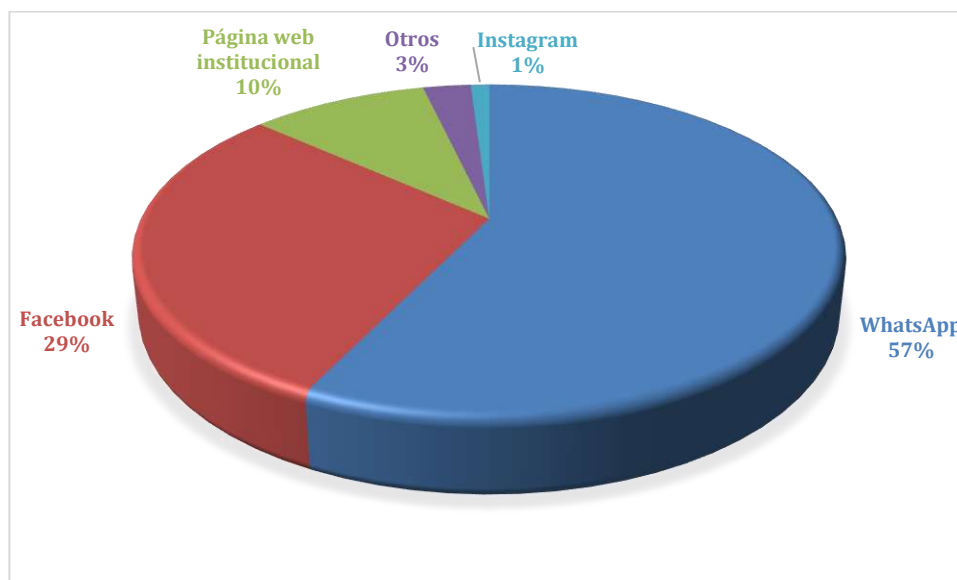
Figura 22. Costo de la canasta



Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

En la figura 22 podemos identificar que el 48% de los encuestados dicen que gastan de 11 a \$ 20 en su canasta, el 29% gasta de 5 a \$10 y el 23% gasta de 21 a \$30.

Figura 23. Medios de comunicación.



Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

Los encuestados manifestaron que actualmente el principal medio de comunicación que utilizan para obtener cualquier tipo de información es con un 57% por WhatsApp, el 29% por Facebook, estos son los principales medios por los cuales se puede mantener contacto con los consumidores (figura 23).

Por la información adquirida en las encuestas podemos indicar que en la actualidad con todas las restricciones generadas por la pandemia los consumidores han adoptado ciertos comportamientos que favorecen a los productores:

Actualmente debido a las consideraciones por el Covid-19 los consumidores manifestaron que principalmente buscan los productos por ser nutritivos, luego toman en cuenta que los productos vengan directos del consumidor y luego si provienen de la agricultura Agroecológica, esto nos indica que en la actualidad los productos que provienen de una agricultura más limpia que además se encuentra dentro de los principios de Comercio Justo.

Principalmente realizan las compras una vez cada semana porque por lo general a los consumidores les gusta cocinar con productos frescos y aunque no consta en los datos la mayoría de las familias tienen alrededor de 5 a 6 personas o más. Las personas que compran dos veces por semana son más exigentes en cuanto a la frescura y calidad de los productos. Las personas que realizan sus compras con los otros rangos es posible que sus núcleos

familiares sean pequeños, por sus actividades laborales no requieran muchos productos entonces las hortalizas frescas no estarían en la prioridad de estos grupos.

A demás los principales puntos de compras son los mercados seguidos de las tiendas de barrio y de los supermercados; como otras opciones tenemos las canastas, por efecto de la pandemia las disposiciones fueron el aforo de los espacios y esto generó que se busque otras alternativas para adquirir los productos como las páginas de internet como ejemplo.

El mayor número de las personas encuestadas gastan entre 11 y 20 dólares en sus compras, el otro grupo importante gastan entre 5 y 10 dólares y el último grupo gasta entre 21 a 30 dólares posiblemente este grupo es el que consume en los supermercados o es más exigente al momento de seleccionar sus productos.

Las redes sociales son muy importantes hoy en día a la hora de comprar los productos.

4.2 Identificar los canales de divulgación

Los sistemas de comercialización son dinámicos, competitivos y suponen un cambio y mejoramiento continuo. La comercialización debe orientarse al consumidor y al mismo tiempo debe proporcionar un beneficio al agricultor.

La actividad de venta requiere de ideas creativas para atraer clientes. Todos los vendedores deben pensar en las necesidades de los consumidores, o sea que los productores tienen que producir lo que pueden vender.

La promoción de los productos es importante porque de esta manera estamos dando a conocer lo que estamos produciendo y estamos interesados en vender, para ello en la actualidad podemos trabajar en la elaboración de páginas de internet, grupos de WhatsApp, participación en ferias y eventos, publicidad por medios de información.

Tradicionalmente, los pequeños agricultores venden en sus propias fincas los productos a intermediarios mayoristas o minoristas.

Por lo tanto, para evitar la competencia y mejorar su ingreso, es recomendable realizar una venta directa a los consumidores, como una alternativa en la cadena de comercialización.

Expertos consideran que los principales medios de comunicación son:

4.2.1 Página web

Para comenzar, la mejor herramienta es publicar una página web con el contenido completo de emprendimiento, fina etc. Debe incluir: quiénes son, productos o servicios, puntos de venta, información de contacto, galería de fotos y publicaciones actualizadas tipo blog con contenido multimedia (fotos, vídeos, audios).

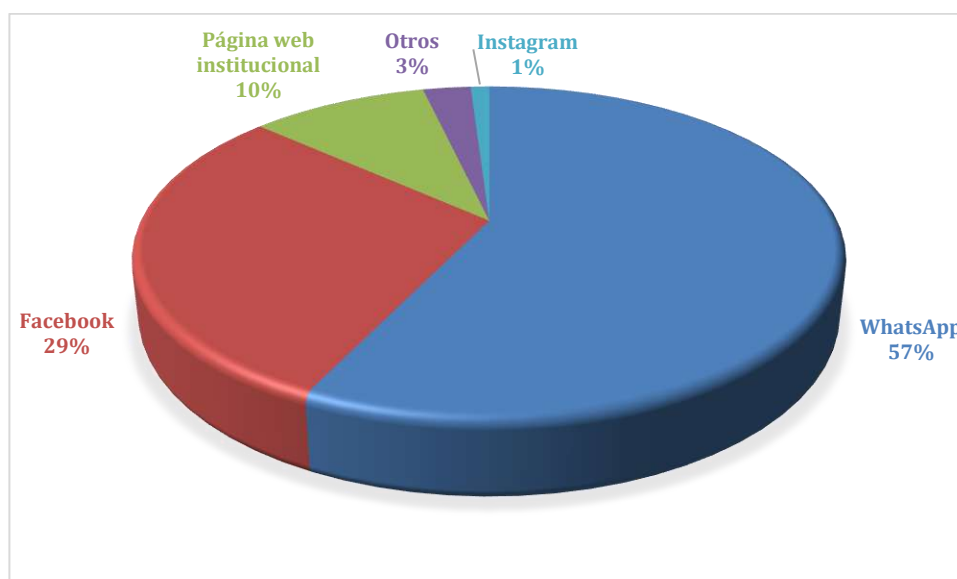
4.2.2 Redes sociales

Las redes sociales se han convertido en la mejor herramienta de promoción de las empresas ya que requieren poca o ninguna inversión. Para empezar, es recomendable abrir cuentas en plataformas como Facebook, YouTube e Instagram. A través de estas cuentas podrás dar a conocer tus productos, servicios y esfuerzos empresariales. Las redes sociales son excelentes medios para establecer lazos de comunicación con posibles.

4.2.3 Colaboraciones y entrevistas

Como parte del mercadeo de tu finca, asociación o producto, una buena estrategia puede ser establecer alianzas y colaboraciones con medios de comunicación tradicionales y digitales. En el ámbito digital los blogs especializados constituyen una oportunidad para realizar publicaciones de columnas, solicitar entrevistas o enviar comunicados de prensa. Todo medio tiene la potestad de publicar la información o no hacerlo, pero es un esfuerzo que vale la pena intentar si tú ofreces un contenido útil y de calidad.

Figura 24. Canales de comunicación



Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

Los encuestados manifestaron que actualmente el principal medio de comunicación que utilizan para obtener cualquier tipo de información es con un 57% por WhatsApp, el 29% por Facebook, estos son los principales medios por los cuales se puede mantener contacto con los consumidores.

4.2.4 Ferias locales

PLAZA VIDA

Feria alianza campo – ciudad “Somos Riobamba promoviendo el Comercio Justo y el Consumo Responsable”.

A partir del 5 de diciembre del 2020 al 19 de diciembre del 2020, con una pausa por la emergencia sanitaria causada por el Covid-19, se reabrió el 6 de febrero del 2021.

Se desarrolla cada sábado en el parque Sesquicentenario de la ciudad de Riobamba.

Horario: 07:00 – 14:00 horas

Los productores asociados al proyecto tienen la oportunidad de vender directamente al consumidor.

Imagen 5. Ferias locales de productores



4.2.5 Página web

Como apoyo a los pequeños productores del proyecto se colocó en la página web de la institución la campaña “Juntos por el Comercio Justo”

Imagen 6. Página web del proyecto



4.2.6 WhatsApp

Los grupos de WhatsApp se convirtieron en una plataforma para realizar la promoción de los productos, además esto permitió que más personas realizarán sus compras por este medio.

Imagen 7. Propagandas usadas lleguen a más personas que visitaron la feria.

PRODUCTO	LIBRAS	KILOGRAMOS	PRESENTACIÓN
Lechuga	3.00	1.50	Unidad
Avocho	1.5	0.68	Alado
Hortalizas mix	2.2	1	Unidad
Brocoli	2.2	1	Unidad
Celerio	2.2	1	Unidad
Tomate de carne	2.2	1	Unidad
Pimiento	1	0.45	6 unidades
Arveja	1	0.45	Funcho
Habas	1	0.45	Funcho
Pepinillo	2.2	1	3 unidades
Vainita	0.5	0.22	Funcho
Cebolla blanca	1.25	0.56	Alado
Maíz	1	0.68	Funcho
Cebolla colorada	1.5	0.68	Funcho
Zanahoria	1.5	0.68	Funcho
Remolacha	1.5	0.68	Funcho
Papa chola	2.5	2.04	Funcho
Uvina	0.5	0.27	Funcho
Limón	2.5	1.53	12 unidades
Fresa	1	0.45	Funcho
Mora	1	0.45	Tarina
Tomate de árbol	2.5	1.13	10 unidades
Manzana	1.5	0.68	6 unidades
Aguacate	1	0.53	4 unidades
Queso	1	0.45	Funcho

4.2.7 Página en redes sociales

Imagen 8. Uso de redes sociales

4.2.8 Medios de comunicación

4.2.8.1 Canal de televisión

Las entrevistas han sido una gran oportunidad para dar a conocer los productos de los pequeños agricultores.

Imagen 9. Entrevista en TVS a Margarita Cajo agricultora perteneciente al proyecto.



Imagen 10. Entrevista a la Ing. Carla Arguello. Directora del Proyecto.



4.3 Diseñar una campaña de sensibilización

Antecedentes: El comercio justo, una de las iniciativas más innovadoras del mundo económico, tiene un rol clave para el desarrollo de regiones, siempre y cuando éste incorpore el concepto de equidad. Esta nueva visión de comercio mejora las condiciones de vida y bienestar de los actores, a través del fortalecimiento de organizaciones de productores y sistemas de comercialización e industrialización que permitan a pequeños productores obtener un ingreso digno y estable.

El comercio justo, se base en 10 principios fundamentales, entre los que se destacan: la generación de oportunidades, el desarrollo de capacidades, el no al trabajo infantil, no a la discriminación de género, si al cuidado ambiental, al pago justo y la promoción del comercio justo. Estos principios se basan en el diálogo, la transparencia y el respeto, promoviendo así, una mayor equidad en el comercio local, nacional e internacional. Contribuye a un desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores y trabajadores marginados. Las organizaciones de Comercio Justo, apoyadas por los consumidores, están involucradas activamente en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional.

La Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, a través de la Facultad de Recursos Naturales y su Carrera de Agronomía desarrolla un proyecto de investigación denominado: “Diseño de un sistema de comercio justo que contribuya al mejoramiento de las condiciones económicas de los pequeños productores agrícolas del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo”. El fin de este proyecto es contribuir al mejoramiento de las condiciones económicas de los pequeños productores agrícolas, vinculados al comercio justo del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

Este proyecto se viene ejecutando a partir del mes de enero del 2020, iniciando con un proceso de levantamiento de información de la línea base de los productores agrícolas del cantón. Se ha realizado también un análisis de costos de producción, incluyendo valores que típicamente son pasados por alto por el agricultor en su práctica cotidiana. Del mismo modo, se inició un proceso de acompañamiento al proceso productivo y, a través del asesoramiento y asistencia técnica a los pequeños agricultores, se ha logrado consolidar una canasta conformada por 26 productos que, como plan piloto será comercializada en la comunidad politécnica.

Identificación del problema: Los productores agrícolas se encuentran sometidos a un sistema de comercialización indirecto. Grupos de intermediarios, que dominan el mercado, imponen los precios de los diferentes productos. Este sistema de comercio perjudica enormemente al productor quien dedica meses de trabajo y recursos económicos para cosechar su producción. La falta de estrategias y oportunidades de acceder a consumidores directos generalmente obliga al agricultor a aceptar cualquier precio.

Por este motivo, la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, con su compromiso de servir a la sociedad y apoyar el desarrollo económico local a través de sus proyectos de vinculación e investigación, genera soluciones a la problemática existente y facilita la accesibilidad a la ciencia y tecnología producida por la Universidad.

En este contexto, la ESPOCH, con el afán de apoyar a los pequeños productores del cantón Riobamba y de contribuir a mejorar de sus ingresos económicos, incrementar formación técnica y dar valor agregado a la producción agrícola, plantea desarrollar la:

4.3.1 Campaña de comercialización “Juntos por el comercio justo”.

Objetivos: Acercar al pequeño productor agrícola a una línea directa con el consumidor, asegurado un proceso de producción y distribución limpia bajo cumplimiento de normas de bioseguridad que garanticen un producto de calidad.

Meta: Lograr la comercialización de al menos 50 canastas entre los miembros de la comunidad politécnica: profesores, empleados, trabajadores o servidores politécnicos.

Justificación

En la actualidad se pretende un consumo responsable de la mano de prácticas de producción amigables por tal razón los productos que se ofertan en las canastas están bajo el sistema de producción de Buenas Prácticas Agrícolas las mismas que están enfocadas en tres pilares fundamentales el primero consiste en la inocuidad la misma que garantiza al consumidor un producto sano e inocuo, es decir libre de peligros para el consumidor, el segundo pilar se refiere a la preservación y cuidado del agua, suelo, especies vegetales arbustivas, insectos benéficos y barreras naturales dentro de predio agrícola y el tercero el cuidado de la salud de los agricultores (sean campesinos u operarios agrícolas) dentro del predio, el uso de las herramientas y equipos de protección personal adecuados para su trabajo, acompañada de una constante capacitación para recalcar la importancia de sus funciones en el campo, para proveer un producto sano e inocuo; además también existen

productos que vienen de la Agricultura Familiar Campesina en donde la producción agropecuaria es la principal fuente de ingresos; la familia aporta la fracción predominante de la fuerza de trabajo y la unidad doméstica y la unidad productiva están integradas de tal manera que se degenera una sinergia así mismo el sello de AFC permite garantizar a los consumidores productos de buena calidad y a los productores precios más justos.

4.3.2 Beneficios nutricionales de los productos

Los productos ofertados nutricionalmente nos brindan una gran variedad de minerales y vitaminas que ayudan a nuestra salud.

Tabla 56. Contenido nutricional de los productos ofertados por las parroquias rurales del cantón Riobamba.

Hortalizas y frutas	Cal c/100g	Sodio mg. Na	Calcio mg. Ca	Hierro mg. Fe	Fósforo mg. P	Potasio mg. K	Vit A U.I.	Vit.B1 mg	Vit.B2 mg	Vit.B3 mg	Vit.C mg
Acelga	25	140	90	3.5	39	400	6500	0.04	0.15	0.5	34
Apio	18	115	30	0.5	30	800	-	0.03	0.03	0.3	9
Arvejas	80	2	25	2	115	310	500	0.3	0.15	2	28
Banana	90	1	9	0.6	28	400	80	0.05	0.07	0.7	10
Broccoli	35	16	105	1.3	78	400	2500	0.1	0.15	0.9	100
Cebolla	37	10	30	0.6	36	150	30	0.04	0.04	0.3	10
Coliflor	28	18	27	1	56	300	60	0.11	0.11	0.7	75
Frutilla (fresa)	35	1	22	1	22	160	30	0.02	0.05	0.4	70
Habas	105	5	29	2.3	160	400	210	0.25	0.2	1.5	29
Lechuga	13	9	20	0.5	23	175	330	0.05	0.06	0.3	7
Limón	30	2	26	0.6	18	140	25	0.04	0.02	0.1	52
Maíz	95	4	6	0.8	105	280	400	0.12	0.09	1.7	9
Manzana	59	1	7	0.3	12	110	50	0.03	0.03	0.2	6
Papa	76	3	7	0.8	50	410	-	0.1	0.05	1.4	17
Pepino	15	5	20	0.8	23	170	250	0.03	0.04	0.2	13
Rabanito	15	17	20	1.2	35	320	10	0.03	0.03	0.3	26
Remolacha	45	70	20	1	35	340	20	0.03	0.05	0.4	10

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

Tomate	21	3	12	0.5	26	240	900	0.06	0.04	0.7	23
Zanahoria	40	45	40	0.9	35	400	3500	0.06	0.05	0.6	8

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

4.4 Beneficiarios

El cantón Riobamba cuenta con 48 organizaciones de productores agropecuarios en su mayoría reconocidas por el Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. De las 48 organizaciones tuvimos contacto con 26, cuyos detalles se describen a continuación:

Tabla 57. Organizaciones que estuvieron en contacto con los técnicos del proyecto

NÚMERO	ASOCIACIÓN
1	ASOCIACION DE TRABAJADORES INDIGENAS TORRE PICANQUIVAL
2	ASOCIACION DE PRODUCTORES SAN PEDRO DE LICTO
3	ASOCIACION DE PRODUCCION AGRICOLA DE MAYAHUIL Y CHILCAPAMBA "ASOAGRIMACHI"
4	ASOCIACION DE PRODUCCION AGROPECUARIA EL TRIGAL ASOELTRIG
5	ASOCIACION DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION AGROPECUARIA EL PARAISO "ASOPARAISO"
6	COOPERATIVA DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS BASADOS EN EL RUBRO PAPA "CONPAPA CHIMBORAZO"
7	ASOCIACION DE TRABAJADORES AUTONOMOS SICSIC LOMA
8	ASOCIACION DE TRABAJADORES AGRICOLAS PULINGUI SAN PABLO
9	ASOCIACION E TRABAJADORES AUTONOMOS 14 DE JUNIO
10	ASOCIACION DE PRODUCCION AGROPECUARIA DE TRABAJADORES CAMPO CIUDAD "ASOPROAGROCIU"
11	ASOCIACION NUEVA GENERACION DE LA COMUNIDAD TZIMBUTO QUINCAHUAN
12	COOPERATIVA DE PRODUCCION AGROPECUARIA SANTA TERESITA DE GUABUG
13	ASOCIACION DE DESARROLLO HUMANO PACCHA
14	ASOCIACION DE PRODUCCION AGROPECUARIA GRANJA EL LIMONAR ASOPROLIM

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

15	ASOCIACION DE PRODUCCION AGROPECUARIA CHAKIÑAN CAMINO ASOPRODCHAK
16	ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS EL PROGRESO DE SAN CLEMENTE DE CUBIJIES "ASOPROSANCLE"
17	ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DE PUCULPALA APROAP
18	ASOCIACION DE PRODUCCION AGROPECUARIA MAÑAKPAMBA (PEDIR) "ASOPROMAÑAK"
19	ASOCIACION DE PRODUCCION AGROPECUARIA DE TRABAJADORES NUEVA VIDA ASOPROAGRONUVI
20	ASOCIACION DE PRODUCTORES AGRICOLAS Y PECUARIOS SAN ANTONIO DE ANGUIÑAY ASOGUIÑAY
21	ASOCIACION DE PRODUCCION AGROPECUARIA ALLY MICHIK (BUEN LIDER) "ASOPROALLMI"
22	ASOCIACION DE PRODUCCION AGROPECUARIA LOS ESPINALES ASOPRAES
23	ASOCIACION DE PRODUCCION AGROPECUARIA INTER CHIMBORAZO "ASOPAICH"
24	ASOCIACION AGROPECUARIA PARA LA SOSTENIBILIDAD SOCIO OCUPACIONAL DE LA ECONOMIA SOLIDARIA FAMILIAR COMUNITARIA
25	ASOCIACION DE TRABAJADORES AGRICOLAS AUTONOMOS DE LA HACIENDA SANTA ROSA DE GUABUG
26	ASOCIACION DE MUJERES MUSHUK WASY

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

Si bien el alcance del proyecto busca lograr que las 26 organizaciones estén en la posibilidad de ofertar canastas, en este primer piloto se trabajará con 4 que han logrado cumplir con las normas de calidad y seguridad alimentaria vigentes a la fecha. Sin embargo, durante el desarrollo del proyecto se buscará una mayor participación. Esto se podrá lograr con el apoyo y asistencia técnica que los involucrados en este proceso recibirán por parte de la Facultad de Recursos Naturales.

Por otro lado, los beneficiarios de esta propuesta serán los consumidores de las canastas quienes, a más de recibir un producto de calidad, con normas de higiene y salubridad, podrán acceder a un precio justo por el producto que consumen, sin tener que arriesgarse a salir al mercado local.

4.4.1 Sostenibilidad

ASOPROCHIM está formado por 11 productores ellos pertenecen a la parroquia de Punín quiénes son los encargados del Centro de Acopio Guaslán lugar donde se elaboran las canastas; detrás de esta asociación se encuentran alrededor de 50 productores que también abastecen a las canastas; además de 25 mujeres indígenas que conforman la Asociación de Mujeres Mushuk Kausay de la parroquia San Juan ellas se dedican a la elaboración del yogurt de Mashua este es un producto innovador que ofrece a los consumidores muchas bondades tanto alimenticias como medicinales, a ellos se suman 25 familias pertenecen al grupo de productores de Anguiñay de la Parroquia Pungalá los cuales tienen sus huertos principalmente con productos agroecológicos, los huertos además del consumo tienen excedentes para la venta lo que permite a las familias generar ingresos, también tenemos 20 miembros de la Asociación 4 de diciembre de la parroquia San Luis actualmente ellos manejan los huertos de la granja Guaslán; llegamos a tener 131 productores involucrados en las canastas, dándonos así una gran variedad de productos y sobre todo con continuidad.

4.4.2 Vinculación con la sociedad

Sin duda este proyecto inicia con un proceso de investigación continua, pero recae en la vinculación de nuestros profesionales y estudiantes de la ESPOCH, con el fin de contribuir con los pequeños agricultores a través de la transferencia de tecnología y conocimientos.

Lograr este objetivo amerita la colaboración, no solo de la Facultad de Recursos Naturales, sino de otras como las facultades de Ciencias Pecuarias, Salud Pública, Administración, entre otras.

4.4.3 Análisis de la demanda dentro de la ESPOCH

Se utilizó como herramienta la encuesta se obtuvo respuesta de 394 personas, de los cuales 255 fueron docentes, 97 empleados y 42 trabajadores

De las personas que respondieron a la encuesta 307 manifestaron que conocen qué es el Comercio Justo, 389 indicaron que estarían interesados en consumir productos agropecuarios producidos bajo la tecnología de las Buenas Prácticas Agrícolas BPA's y 391 encuestados consumirían productos provenientes de la Agricultura Familiar y Campesina.

De la lista de productos presentada a continuación los más demandados son: limón, tomate riñón, cebolla colorada, lechuga, pimientos, aguacates, zanahoria, naranjas, manzana, papa, queso, hierbas, mora, arveja.

Los encuestados manifestaron que la característica más importante que toman en cuenta en los productos agropecuarios es la nutrición, seguido que sean productos que se compren directo al productor y tercero que provengan de producción agroecológica

4.4.4 Formación de la canasta

La Facultad de Recursos Naturales a través de su proyecto de investigación: “Diseño de un sistema de comercio justo que contribuya al mejoramiento de las condiciones económicas de los pequeños productores agrícolas del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo,” ha realizado algunas alianzas estratégicas con instituciones como el GADM de Riobamba, el Ministerio de Agricultura y Ganadería, la CONAGOPARE, lo que permite actualmente contar con un sistema completo de logística de la producción de canastas agropecuarias la cual describimos a continuación:

Tabla 58. Actividades relacionadas con la Canasta de productos agrícolas

#	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	BENEFICIARIOS
1	Preparación, siembra y cosecha de los productos agrícolas	MAG – ESPOCH- Juntas parroquiales	Asociaciones de productores agropecuarios SEPS
2	Consolidación de la canasta agropecuaria	MAG – ESPOCH- Juntas parroquiales	Asociaciones de productores agropecuarios SEPS
3	Comercialización de la canasta agropecuaria	MAG – ESPOCH- Juntas parroquiales	Asociaciones de productores agropecuarios SEPS
4	Distribución de la canasta agropecuaria	MAG – Juntas parroquiales	Asociaciones de productores agropecuarios SEPS y Sociedad civil

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

4.4.4.1 Contenido de las canastas

Existe dos tipos de canastas:

Tabla 59. Canasta de \$10 la misma que tiene 12 productos

Número	Producto
1	Limones
2	Tomate riñón
3	Cebolla colorada
4	Lechuga
5	Pimientos

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

6	Aguacates
7	Funda de zanahoria
8	Naranjas
9	Manzana
10	Papa
11	Queso
12	Atado de hierbas (apio, perejil, cilantro)

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

Tabla 60. Canasta de \$20 la misma que tiene 26 productos

Número	Producto
1	Limonas
2	Tomate riñón
3	Cebolla colorada
4	Lechuga
5	Pimientos
6	Aguacates
7	Funda de zanahoria
8	Naranjas
9	Manzana
10	Papa
11	Queso
12	Atado de hierbas (apio, perejil, cilantro)
13	Mora o Fresa
14	Funda de arveja o fréjol
15	Atado de cebolla blanca
16	Pepinillos
17	Brócoli
18	Funda de mellocos
19	Naranjilla
20	Babaco
21	Funda de remolacha
22	Col
23	Rábano
24	Funda de vainita

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

25	Atado de Acelga
26	Funda de uvillas

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

- El Yogurt de Mashua se lo colocará previo pedido.
- Se puede previo pedido solicitar una porción más de cualquier producto u otro producto adicional

Imagen 11. Canasta referencial



Imagen 12. Proceso de elaboración de canastas



INCLUYE: Transporte puerta a puerta refrigerado

No incluye: Gaveta

Los pedidos se recepatarán hasta las 14:00 los jueves. Las entregas se realizarán a domicilio los viernes. El pago se coordinará al momento de hacer el pedido. Contactos: 0981457420 - 0980006390

4.4.5 Comercialización. - Se desarrollará un proceso de comercialización asociado a una concientización del Comercio Justo, de los principios en los que se basa y de la importancia de la que el consumidor debe darle a la adquisición de estos productos, para ello se realizará las siguientes actividades:

Tabla 61. Proceso de comercialización asociado al comercio justo

#	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	BENEFICIARIOS
1	Rueda de prensa para el lanzamiento de la Marca ESPOCH UNIVERSIDAD DE COMERCIO JUSTO	Vinculación con la Colectividad- DIRCOM	Comunidad Politécnica
2	Elaboración del Video promocional de las canastas agropecuarias	Vinculación con la Colectividad- Técnico-Proyecto Comercio Justo	Asociaciones de productores agropecuarios SEPS
3	Consolidación de la canasta agropecuaria	MAG – ESPOCH Juntas parroquiales	Asociaciones de productores agropecuarios SEPS
4	Lanzamiento de la campaña de comercialización “ JUNTOS POR EL COMERCIO JUSTO ”.	ESPOCH	Asociaciones de productores agropecuarios SEPS

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

La campaña de comercialización “**JUNTOS POR EL COMERCIO JUSTO**” se difundirá a través de todos los canales oficiales como son: la plataforma institucional, redes sociales, grupos de WhatsApp, buscando el apoyo de las organizaciones de la ESPOCH como son: Asociación de Profesores Politécnicos de Chimborazo (APPOCH), el Club de Empleados, la Asociación de Empleados Politécnicos de Chimborazo (AEPOCH), el Sindicato Único de Obreros y la comunidad politécnica en general.

Para lo cual solicitamos la **AUTORIZACIÓN** de Consejo Politécnico para obtener todo el apoyo logístico de la institución para promover y fundir esta campaña por lo menos durante un mes consecutivo por los medios oficiales.

4.5 Ejecución de la campaña de sensibilización

Con el apoyo de las autoridades institucionales se desarrolló con el apoyo de la Dirección de Comunicación la campaña “**JUNTOS POR EL COMERCIO JUSTO**”, el mismo que por medio de las plataformas institucionales se dio a conocer a la comunidad politécnica y a la ciudadanía en general.

4.5.1 Generación de videos

<https://www.facebook.com/cmjustoespoch/videos/3337947576310483>



<https://www.facebook.com/cmjustoespoch/videos/179157264299662>



Imagen 13. El uso de Baners para dar a conocer el proyecto



Imagen 14. Uso de gigantografías



Imagen 15. Diseño de Agroturismo



4.6 Impacto de la presencia del proyecto en la economía de los agricultores.

4.6.1 Canastas

Al iniciar el proceso de socialización los productores de la asociación ASOPROCHIM manifestaron que semanalmente se estaban comercializando alrededor de 10 canastas, con la implementación de la campaña las ventas subieron a 17 y 20 canastas, sin embargo no se logró el objetivo de las 50 canastas como se tenía previsto, muchos factores se implicaron en esta situación; principalmente la apertura de lugares cercanos a los domicilios con productos hortícolas, además de que se levantaron las restricciones que existían.

Sin embargo, que duplico el número de canastas solicitadas y se abrió un mercado con gran potencial, con más de 800 clientes. Sin embargo, detengamos que los miembros de la asociación no hicieron el adecuado seguimiento a los clientes. Además, el desconocimiento del producto en físico y el miedo caudado por la pandemia no permitió que la comunicad politécnica tenga la respuesta anhelada. El análisis de las entregas permitió determinar que existen nuevos clientes cada semana sin embargo solo 3 o 4 clientes eran frecuentes, lo que demuestra que algo falta en el proceso de comercialización. De acuerdo con el sondeo que se dio con algunos clientes expresaron que el producto es bueno y de calidad, pero que las cantidades no son las adecuadas y que les gustaría poder escoger los productos que compran. A lo que la asociación se negó a vender pues resulta más caro para ellos permitir que el cliente escoja su producto y el trabajo se duplica con el mismo beneficio económico.

Otra de las cosas que se determino es que la cobertura telefónica no es apropiada en ocasiones muchos clientes se quejaron por llamar continuamente a los numero telefónicos y no recibir respuesta alguna. Lo que sin duda les desmotivó.

Recomendación. - En base a los análisis realizados se recomienda lo siguiente

1. Buscar una línea de atención al cliente con mejor cobertura
2. Permitir que el cliente cree su canasta de acuerdo con sus necesidades

3. Generar una lista de contactos en un sistema de Excel que permite monitorear la frecuencia de venta, tipo de pedidos y otros datos importantes para conocer mejor la demanda y asegurar el cliente.
4. Rotar a los miembros de la asociación que trabajan en la actividad, pues los actuales muestran poca predisposición al cambio y no desean innovar.
5. Generar fichas de evaluación donde el cliente pueda expresar lo bueno y lo malo del producto y el proceso de comercialización
6. Buscar desarrollar procesos de capacitación a los miembros de la asociación que permita generar liderazgo en independencia. Pues se detectó una falta de autonomía y un paternalismo muy arraigado el MAG, lo que impide la participación de la gente de manera correcta.
7. Contratar a una persona que se encuentre de mantener y continuar aprovechando las líneas comerciales creadas, pues la falta de conocimiento y tiempo de los productores descuida las oportunidades de mercado creadas.

4.6.2 Ferias

Los agricultores asociados al proyecto están participando del piloto de Feria denominada Plaza Vida en conjunto con el comité local de Comercio Justo, actualmente están participando semanalmente 3 grupos, con la visión de ampliar la feria y poder vincular a más asociaciones de las parroquias del cantón Riobamba.

Es así como con la venta convencional los productores perdían mucho con sus productos, en la feria los consumidores aprecian mejor los productos y por ende pagan un precio justo.

4.6.2.1 Asociación el Limonar (Cubijes)

Los productores de la asociación principalmente vendían al mercado mayorista donde los precios para sus productos eran muy baratos nos manifestaron que existía días que ni

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

siquiera resultaba el valor que cancelaban el flete. Ahora en la feria logran recaudar más dinero con la venta de sus productos (Tabla 62).

Tabla 62. Comparación entre ferias locales en Cubijíes y la Feria Plaza Vida implementada en el Proyecto.

MERCADO CONVENCIONAL					PLAZA VIDA				
PRODUCTO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR	TOTAL	PRODUCTO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
Aguacates	saco	1.5	10	15	Aguacates	Saco	1.5	30	45
Limón	saco	2	3	6	Limón	Saco	2	6	12
Fresa	caja	10	1	10	Fresa	Caja	10	1.5	15
Fréjol	saco	1	3	3	Fréjol	Saco	1	10	10
Cuyes	unidades	3	4	12	Cuyes	Unidades	3	6	18
Chuleta	libras	5	2	10	Chuleta	libras	10	2	20
TOTAL				56	TOTAL				120

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

Se cumple la meta el nivel de incremento de sus ingresos superan el 100%.

4.6.2.2 Productores de Licán

Los productores de Licán principalmente vendían sus productos por ser agroecológicos en sus casas lo que hacían a la semana era \$10, ahora pueden vender mayor diversidad de productos y llegan a ganar alrededor de \$37.

Tabla 63. Comparación entre ferias locales en Licán y la Feria Plaza Vida implementada en el Proyecto.

MERCADO CONVENCIONAL					PLAZA VIDA				
PRODUCTO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR	TOTAL	PRODUCTO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
Lechugas	unidad	5	0.2	1	Lechugas	Unidad	5	0.25	1.25
Coles	unidad	5	0.2	1	Coles	Unidad	5	0.25	1.25
Acelgas	atados	5	0.2	1	Acelgas	Atados	5	0.25	1.25
Espinacas	porciones	3	0.2	0.6	Espinacas	Porciones	3	0.25	0.75
Cebolla blanca	atados	4	0.85	3.4	Cebolla blanca	Atados	5	1	5
	porciones 20					porciones 10			
Tomate	unidades	3	1	3	Tomate	unidades	6	1	6
					Capulí	Porciones	10	1	10
					Rábano	Atados	5	0.25	1.25
					Taxo	Porciones	5	1	5
					Arveja	Porciones	5	1	5
					TOTAL				36.75
TOTAL				10	TOTAL				36.75

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

Se cumple la meta el nivel de incremento de sus ingresos superan el 100% (Tabla 63).

4.6.2.3 Productores de Pungalá

Los productores de Pungalá principalmente tienen en sus huertos hortalizas la venta de las mismas se realizan por medio de rotación, al ser productos orgánicos tienen mejores características sobre todo en sus sabores es por eso que son apreciados, una de las desventajas de ellos es la distancia a la que se encuentran de la ciudad, por eso es semanalmente se contaba con una venta de alrededor de \$10 con la participación en la feria pueden llegar a una ganancia de \$38.

Tabla 64. Comparación entre ferias locales en Pungalá y la Feria Plaza Vida implementada en el Proyecto.

MERCADO CONVENCIONAL					PLAZA VIDA				
PRODUCTO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR	TOTAL	PRODUCTO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
Papa chaucha	saco	1	10	10	Papa chaucha	saco	1	12	12
Coles	unidad	5	0.3	1.5	Coles	unidad	5	0.5	2.5
Acelgas	atados	5	0.3	1.5	Acelgas	atados	5	0.5	2.5
Zanahorias	porciones	3	0.25	0.75	Espinacas	porciones	6	0.25	1.5
Cebolla colorada	atados	4	0.5	2	Cebolla blanca	atados	8	1	8
Leche	litros	10	0.4	4	Leche	litros	20	0.6	12
TOTAL				9.75	TOTAL				38.5

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

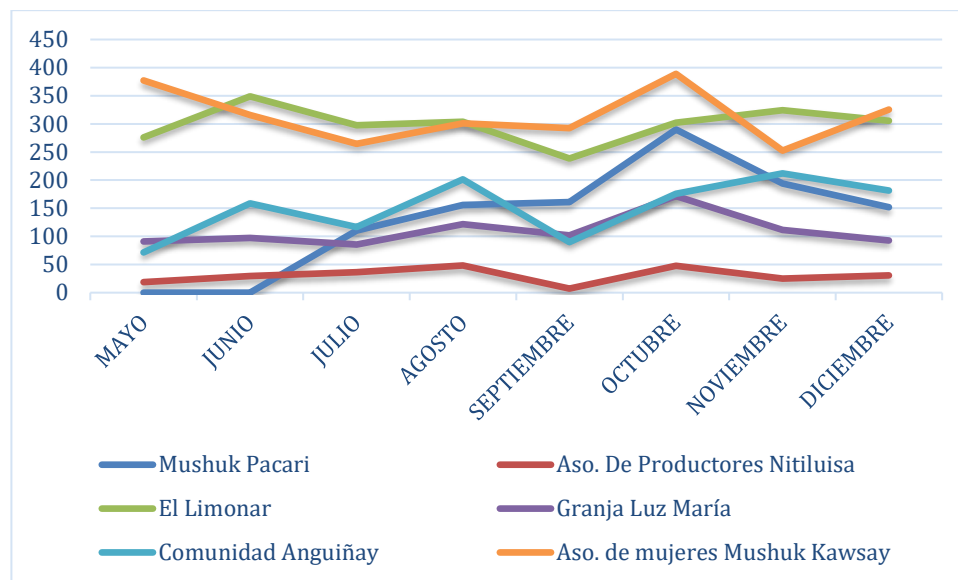
Todos estos alcances se han logrado pese a la presencia de la pandemia y se continúa buscando espacios de comercialización para vincular a más agricultores.

Tabla 65. Reporte de ventas mensual Plaza Vida

PARROQUIA	ASOCIACIÓN	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO
CACHA	Mushuk Pacari	0	0	110.25	156.15	161.05	290.05	194.3	152	1063.8
CALPI	Aso. De Productores Nitiluisa	18.5	29.3	36.6	48.35	7.2	47.9	24.9	30.85	243.6
CUBIJES	El Limonar	276	349	297.7	304.1	238.5	302.15	324.3	305.5	2397.25
LICAN	Grupo Licán	91	97	85.5	122	102	171.75	111.75	92.75	873.75
PUNGALÁ	Comunidad Anguiñay	71.5	159	116.5	201.5	89.85	176	212.05	181.45	1207.85
SAN JUAN	Aso. de mujeres Mushuk Kawsay	377.25	316	264.75	301	292.5	389	252.5	325.75	2518.75

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

Figura 25. Evolución de las ventas por asociación Mayo – Diciembre 2021



Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

4.7 Políticas locales coherentes generadas participativamente

4.7.1 Evaluación de las políticas vigentes de comercio justo con los representantes de los productores de cada parroquia.

La existencia de una ordenanza de Comercio Justo aplicable para los productores del cantón Riobamba es actualmente una necesidad urgente, ya que ellos en estos momentos se sienten desprotegidos y cada vez que ofertan sus productos sienten que los consumidores no les dan el verdadero valor que ellos tienen.

Al socializar con ellos la existencia del borrador de la ordenanza manifestaron muchas expectativas al respecto, ya que en ella tal como está constituida tiene muchos aspectos que a ellos les motiva para continuar en los procesos productivos ya que esta les facilitará ingresar a mercados que hoy en día no lo pueden hacer.

Al conocer las ventajas que están implicadas en los artículos de la ordenanza indicaron que es muy bueno para ellos ya que por mucho tiempo han venido solicitando los espacios físicos en donde se pueda ofertar sus productos generando así un verdadero intercambio del productor al consumidor, a la vez les permite generar un encuentro en donde se puede estrechar los lazos de confraternidad entre las diferentes culturas de nuestro cantón;

en espacios similares en donde han participado han podido realizar **el trueque** una actividad ancestral de gran importancia para la diversificación de los productos.

Manifestaron también que sería bueno fortalecer las ferias locales de cada una de las parroquias ya que es un nicho cercano a sus domicilios.

Acotaron a la vez que requieren del acompañamiento como un eje fundamental del proceso productivo.

Es importante también que exista la transferencia de tecnología porque este tipo de procesos incentivan a los productores en iniciativas innovadoras que les permitirán ser diferentes a los demás.

3.3 Evaluación de políticas vigentes y su aplicación en base a talleres con los GADS parroquiales

Como GADS es muy importante que existan este tipo de iniciativas ya que les permite como autoridades de las parroquias estar más en contacto con los agricultores, para ellos la comercialización es un verdadero talón de Aquiles, la parte organizacional es fundamental en esto procesos.

Es necesario realizar el seguimiento a la ordenanza para aportar desde cada parroquia.

Además, manifestaron también que sería bueno fortalecer las ferias locales de cada una de las parroquias ya que es un nicho cercano a sus domicilios.

El acompañamiento es un eje fundamental del proceso productivo por tal motivo es importante realizar las alianzas estratégicas con ministerios, universidades, el mismo municipio además de buscar nichos de mercados externos.

El borrador de la ordenanza se les facilitó a cada GAD.

4.7.2 Evaluación de las políticas existentes con el comité de comercio justo

Análisis y socialización borrador de la ordenanza de comercio justo

Introducción

La existencia de una ordenanza de Comercio Justo aplicable para los productores del cantón Riobamba es actualmente una necesidad urgente, ya que ellos en estos momentos se sienten desprotegidos y cada vez que ofertan sus productos sienten que los consumidores no les dan el verdadero valor que ellos tienen.

Al socializar con ellos la existencia del borrador de la ordenanza manifestaron muchas expectativas al respecto, ya que en ella tal como está constituida tiene muchos aspectos que a ellos les motiva para continuar en los procesos productivos ya que esta les facilitará ingresar a mercados que hoy en día no lo pueden hacer.

Al conocer las ventajas que están implicadas en los artículos de la ordenanza indicaron que es muy bueno para ellos ya que por mucho tiempo han venido solicitando los espacios físicos en donde se pueda ofertar sus productos generando así un verdadero intercambio del productor al consumidor, a la vez les permite generar un encuentro en donde se puede estrechar los lazos de confraternidad entre las diferentes culturas de nuestro cantón; en espacios similares en donde han participado han podido realizar “**el trueque**” una actividad ancestral de gran importancia para la diversificación de los productos.

Manifestaron también que sería bueno fortalecer las ferias locales de cada una de las parroquias ya que es un nicho cercano a sus domicilios.

Acotaron a la vez que requieren del acompañamiento como un eje fundamental del proceso productivo.

Es importante también que exista la transferencia de tecnología porque este tipo de procesos incentivan a los productores en iniciativas innovadoras que les permitirán ser diferentes a los demás.

OBSERVACIONES AL DOCUMENTO BORRADOR.

1. Brindar al agricultor acompañamiento en el proceso de regularización y obtención de permisos y certificaciones para ser considerados parte de los productores de comercio justo.
2. En el artículo 3. Principios. -
 - Literal f. Promoción de la soberanía alimentaria; Sería mejor colocar impulso o fomento
 - En el literal j. Participación ciudadana inclusiva.
 - Literal k. Distribución equitativa y solidaria de excedentes; (de los excedentes? o de los beneficios).
3. Artículo 4. Definición. - Como instrumento de la presente Ordenanza, se reconoce a la Economía Popular y Solidaria, como la forma de organización económica debería ir socioeconómica.

Se define al Comercio Justo, como un sistema comercial basado en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad (no es necesario poner "una mayor", porque equidad es un término absoluto, hay o no equidad... la oración debería ser: ... que busca la equidad en las relaciones...) en las relaciones comerciales prestando especial atención a criterios (debería ir factores) sociales y medioambientales. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando (garantizando) los derechos de productores/as, trabajadores/as y consumidores/as.

Y al Emprendimiento, como unidades productivas que practican la economía popular y sólida caracterizada por un conjunto de actividades que combinan y organizan el talento humano, los recursos materiales y técnicos, para alcanzar determinados objetivos comunes de tipo económico y social.

Este párrafo está desconectado. Se debería agregar otro conector. Ej.: Y, considera al Emprendimiento como unidades...

4. En el Artículo 6.

Literal a: Crear (debería ir formular o desarrollar) planes, programas y proyectos específicos de formación, promoción y desarrollo de las capacidades productivas en el ámbito de servicios o producción de bienes del sector de emprendimientos, la Economía Popular y Solidario (Solidaria) y del Comercio Justo.

Para garantizar su cumplimiento, el Subproceso de Desarrollo Económico Local priorizará la elaboración (..elaboración, implementación y seguimiento...) y seguimiento de al menos 3 proyectos anuales destinados al sector de emprendimientos, la Economía Popular y Solidario y del Comercio Justo.

Literal f. Fomentar el Comercio Justo y el consumo responsable, facilitando la inserción de los productos y servicios de los Emprendimientos, Economía Popular y Solidaria y el Comercio Justo a través de la creación y utilización de espacios de infraestructura en los Mercados Públicos y otros espacios de comercialización alternativa en el cantón Riobamba, en coordinación con la Dirección de Gestión de Servicios Municipales y Empresas Públicas.

Además, se podrá coordinar (coordinará) con otras Direcciones de Gestión para fomentar espacios de comercialización temporales con la finalidad de promocionar los bienes y servicios de Comercio

Justo, y; Economía Popular y Solidaria.

Literal j: Impulsar Ferias Ciudadanas del Productor-a al Consumidor-a (En un párrafo anterior la inclusión del género estaba con un /. Ej.: productor/a Para efectos de consistencia, se debería manejar un solo tipo de carácter a lo largo del texto) en espacios adecuados del cantón en coordinación con operadores de comercio justo y entidades de apoyo al sector de Emprendimientos, Economía Popular y Solidaria y Comercio Justo del territorio.

Literal k: Promover diseños y la construcción de Mercados Alternativos Diferenciados con el enfoque de economía circular, intercultural y concepto de “Bioplazas” que incluya alimentación ancestral, productos agroecológicos, trueque, utilización de energías alternativas, eliminación de uso de plásticos y utilización de artículos reciclables, manifestaciones culturales (baile, pintura, lectura, música), rituales, medicina ancestral, uso y manejo de residuos, educación intercultural, servicios financieros y sirva como un espacio didáctico e incluyente para niñas-os y adultos-as mayores.(igual que en el anterior).

Literal s:

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba fomentará y facilitará, con recursos propios y de organizaciones de comercio justo, la construcción e implementación (corregir el error de tipografía) de un Sistema Participativo de Garantía Territorial SPG-T, para productos provenientes de la Agricultura Familiar Campesina, la Producción Agroecológica, Economía Popular y Solidaria y Comercio Justo.

5. Artículo 9. De la Economía Popular y Solidaria. - Son formas de organización de la economía popular y solidaria las reconocidas según la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, tales como:

Literal c: Sectores Asociativos. - Es el conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de

materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada con principios de comercio justo (principios de comercio justo y sostenibilidad).

6. En el artículo 11:

Literal d: Realizar sus actividades económicas, con cuidado ambiental; (observando buenas prácticas ambientales).

Literal i: Fortalecer los espacios de interaprendizajes asociativos para aprender (compartir y generar conocimiento sobre) el manejo global de la temática del Comercio Justo;

Literal k: Presentar proyectos de emprendimientos con fin (de beneficio) social dentro del cantón Riobamba;

7. En el artículo 14 No se explica cómo se designará los representantes al Comité Local por el Comercio del cantón Riobamba, por parte de la academia. Aclarando que la máxima autoridad designará a su representante en el Comité por escrito.

8. Artículo 21:

La Agroecología es considerada como el modo de producción agrícola que se inspira (inspirado) en el funcionamiento y ciclos de la naturaleza, así como entre los saberes ancestrales y los conocimientos modernos, para el diseño y manejo sustentable de agro ecosistemas (Una sola palabra está bien para que haya consistencia con los otros términos en el mismo párrafo que están expresados como una sola palabra. Ej: Agroecología) liberándolos del uso de agro tóxicos (una sola palabra), Organismos Genéticamente Modificados y otros contaminantes. Promueve la agro biodiversidad (una sola palabra), la integración de cultivos, crianza de animales, forestales y el manejo ecológico del suelo, agua y recursos productivos; se orienta preferentemente a la agricultura familiar campesina y la consecución de la Soberanía Alimentaria, e incluye sistemas ancestrales de producción como Ajas, Chacras, Eras, Huertas y otras modalidades de fincas agroecológicas diversificadas.

9. Artículo 23

Comité de Ética Cantonal

Comité Técnico

Veedores-as

Promotores-as

Organizaciones de productores-as (Por motivos de consistencia, unificar el empleo de - o / para determinar género en todo el texto)

10. En el Artículo 31. Para ser veedor-a agroecológica deberán cumplir los siguientes requisitos: Se debería incluir Ser aprobados por el Comité Técnico parroquial.
11. En lo que se refiere al Artículo 35.- De los incentivos, literal b, no se debe condicionar los supermercados y demás centros comerciales a vender para los productos para acceder al descuento (facturados y no solo perchados). Creo que la idea es ellos asignen un espacio para promoción y concientización al consumidor sobre productos de comercio justo. Y el incentivo debería estar ligado a ello a lograr que se identifique un sitio con promoción y una buena ubicación para productos de comercio justo así ambos ganan.
12. Artículo 40.
Literal d: Promover la conformación de Comités/Organizaciones de Usuarios y consumidoras (...consumidores? para guardar consistencia con el término que le antecede) para desarrollar acciones a favor del Consumo ético y responsable en coordinación con el Consejo Cantonal de Protección de Derechos;
13. En la ordenanza no se habla de incumplimientos a los compromisos asumidos por parte del productor como por ejemplo el irrespeto a las normas de calidad y cuidado ambiental, o inadecuado uso de sitios públicos para ferias, o desorden y generación de basura o contaminación como estas deberían ser sancionadas y quien debería hacerlo (Comité técnico de cada parroquia).
14. Una de las funciones principales del Comité Técnico debería ser calificar o sancionar el mal desempeño de los agricultores en ferias y eventos públicos
15. De la misma forma no se especifica quien será el encargado de otorgar los incentivos o cual es el mecanismo para hacerlo ejemplo a través de oficio al comité técnico u otros.

CAPÍTULO 5

5 PLANIFICACIÓN Y ZONIFICACIÓN CONSENSUADAS CON LOS PRODUCTORES QUE PARTICIPAN EN EL PROYECTO DE COMERCIO JUSTO

5.1 Descripción del uso actual y potencial de los suelos

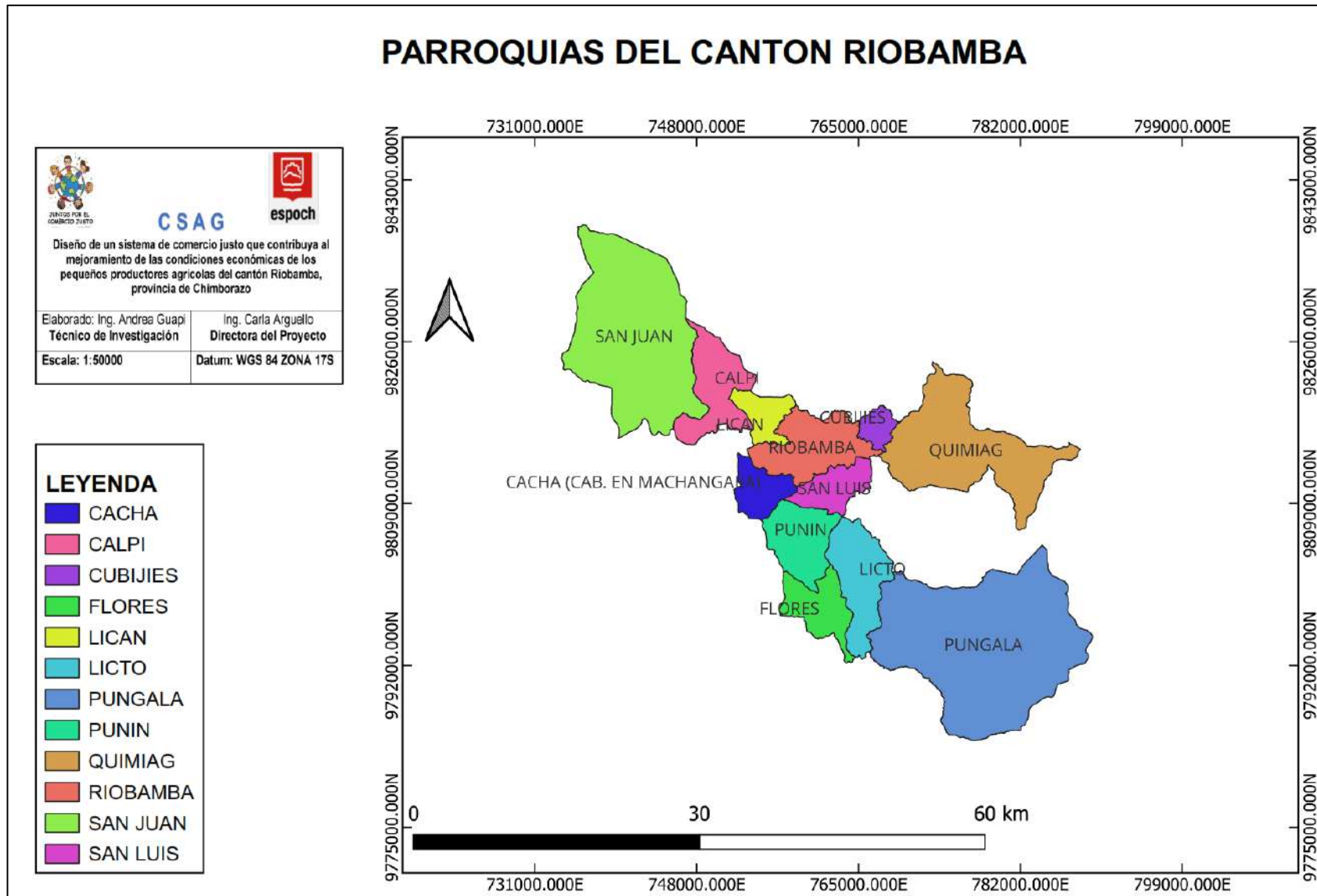
Un paso inicial para desarrollar una estructura de uso de la tierra es identificar el estado actual del mapeo del uso de la tierra en las parroquias.

La consideración más importante para el desarrollo de una estructura de clasificación de uso de la tierra que sea viable para un análisis de costo de oportunidad es la compatibilidad de las resoluciones en la información sobre el uso de la tierra, la información económica.

Tomaremos en cuenta:

Los cultivos predominantes, los mismos que hacen que las diferentes parroquias demuestren su potencial de producción.

Presentamos los mapas con el uso actual de los terrenos.



USO POTENCIAL DEL SUELO PARROQUIA CACHA





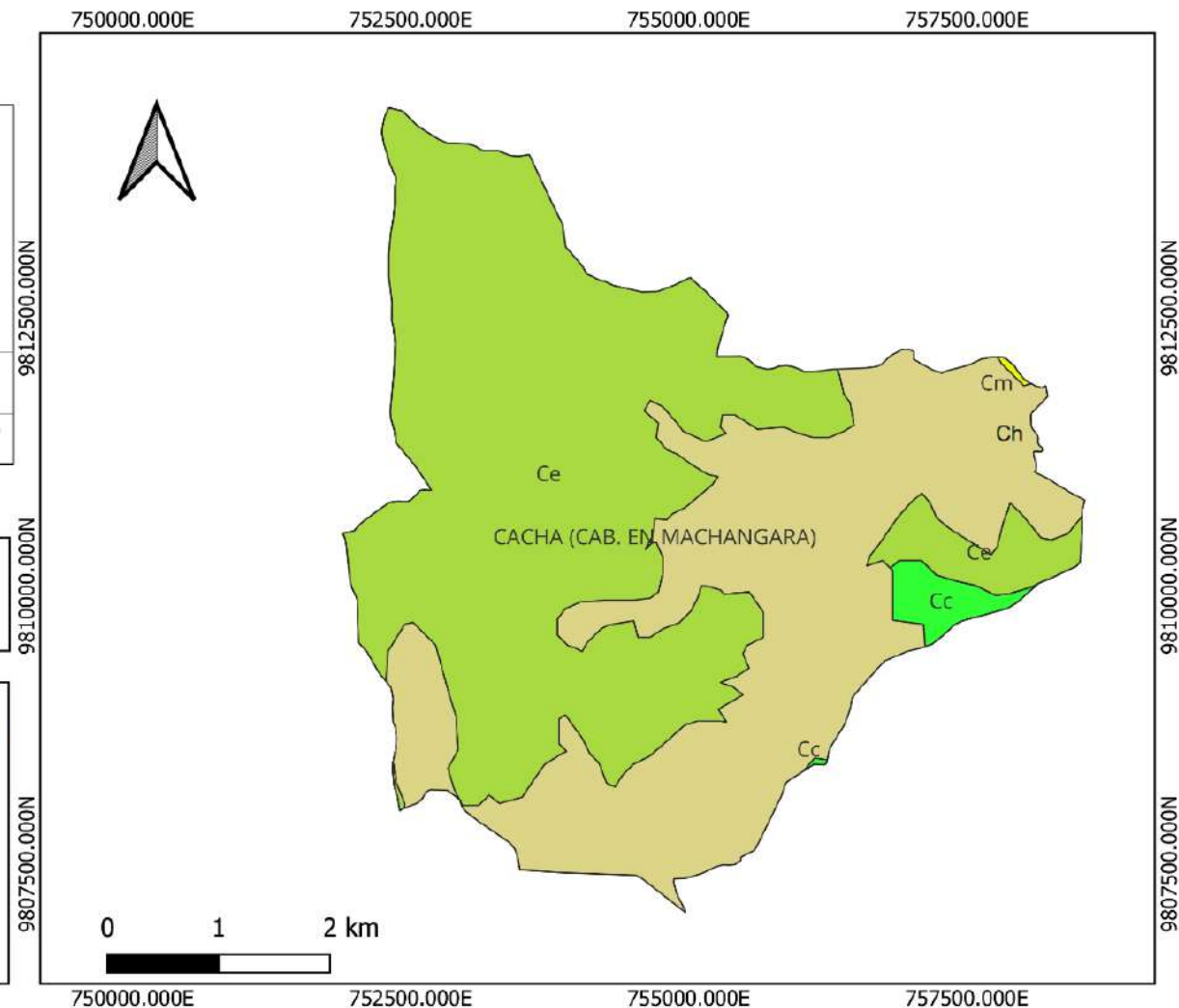

Diseño de un sistema de comercio justo que contribuya al mejoramiento de las condiciones económicas de los pequeños productores agrícolas del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo

Elaborado: Ing. Andrea Guapi Técnico de Investigación	Ing. Carla Arguello Directora del Proyecto
Escala: 1:50000	Datum: WGS 84 ZONA 17S

Superficie 2548.03 ha
 Área de cultivo 1558.50 ha

CULTIVOS DE LA PARROQUIA CACHA

- Cultivos de ciclo corto
- Cultivos de cereales
- Cultivo de maíz
- Cultivo de hortalizas
- CACHA



5.1.1 Parroquia Cacha

USO POTENCIAL DEL SUELO

En la parroquia Cacha principalmente encontramos el **cultivo de cereales (Ce)** como quinua (*Chenopodium quinoa*), centeno (*Secale cereale*), trigo (*Triticum aestivum*), cebada (*Hordeum vulgare*), dentro de este grupo se ha considerado también a la familia **Fabaceae** (habas (*Vicia faba*), fréjol (*Phaseolus vulgaris*), arveja (*Pisum sativum*)).

Seguido del **cultivo de maíz (Cm)** (*Zea mays*), el mismo que se cosecha en choclo y en maíz seco.

Luego tenemos los cultivos de **ciclo corto y cultivo de hortalizas (Ch)**, especies hortícolas de las familias: **Cucurbitaceae** (sambo (*Cucurbita ficifolia*), zapallo (*Cucurbita maxima*), zucchini (*Cucurbita pepo*), **Solanaceae** (papa (*Solanum tuberosum*)), **Brassicaceae** (col (*Brassica oleracea* var. *capitata*), rábano (*Raphanus sativus*), brócoli (*Brassica oleracea* var. *italica*), coliflor (*Brassica oleracea* var. *botrytis*), nabo (*Brassica rapa* subsp. *rapa*), papa nabo), **Chenopodaceae** (remolcha (*Beta vulgaris*), (acelga (*Beta vulgaris*)), **Asteraceae** (lechuga (*Lactuca sativa*), cebolla blanca (*Allium cepa*), cebolla perla, cebolla colorada, cebollín (*Allium schoenoprasum*), puerro (*Allium ampeloprasum*), ajo (*Allium sativum*), cilantro (*Coriandrum sativum*), apio (*Apium graveolens*), perejil (*Petroselinum crispum*)).

5.1.2 Parroquia Calpi

USO POTENCIAL DEL SUELO

En la parroquia Calpi principalmente encontramos el **cultivo de maíz (Cm)** (*Zea mays*), el mismo que se cosecha en choclo y en maíz seco.

Seguido de la producción del **cultivo de cereales (Ce)** como quinoa (*Chenopodium quinoa*), centeno (*Secale cereale*), trigo (*Triticum aestivum*), dentro de este grupo se considerado también a la familia **Fabaceae** (habas (*Vicia faba*), fréjol (*Phaseolus vulgaris*), arveja (*Pisum sativum*)).

Luego tenemos los cultivos de **ciclo corto**, especies hortícolas de las familias: **Cucurbitaceae** (sambo (*Cucurbita ficifolia*), zapallo (*Cucurbita maxima*), zucchini (*Cucurbita pepo*), **Brassicaceae** (col (*Brassica oleracea* var. *capitata*), rábano (*Raphanus sativus*), brócoli (*Brassica oleracea* var. *italica*), coliflor (*Brassica oleracea* var. *botrytis*), nabo (*Brassica rapa* subsp. *rapa*), papa nabo), **Chenopodaceae** (remolcha (*Beta vulgaris*), (acelga (*Beta vulgaris*), espinaca (*Spinacia oleracea*), **Asteraceae** (lechuga (*Lactuca sativa*), cebolla blanca (*Allium cepa*), cebolla perla, cebolla colorada, cebollín (*Allium schoenoprasum*), puerro (*Allium ampeloprasum*), ajo (*Allium sativum*), cilantro (*Coriandrum sativum*), apio (*Apium graveolens*), perejil (*Petroselinum crispum*)).

Seguido tenemos la producción del cultivo de cebada (**Cd**) (*Hordeum vulgare*).

A continuación, tenemos el **cultivo de papa (Cp)** (*Solanum tuberosum*).

Tenemos también el pasto cultivado (Pc).

Y últimamente tenemos la presencia de frutales (**Cr**).

USO POTENCIA DEL SUELO PARROQUIA CUBIJES





CSAG



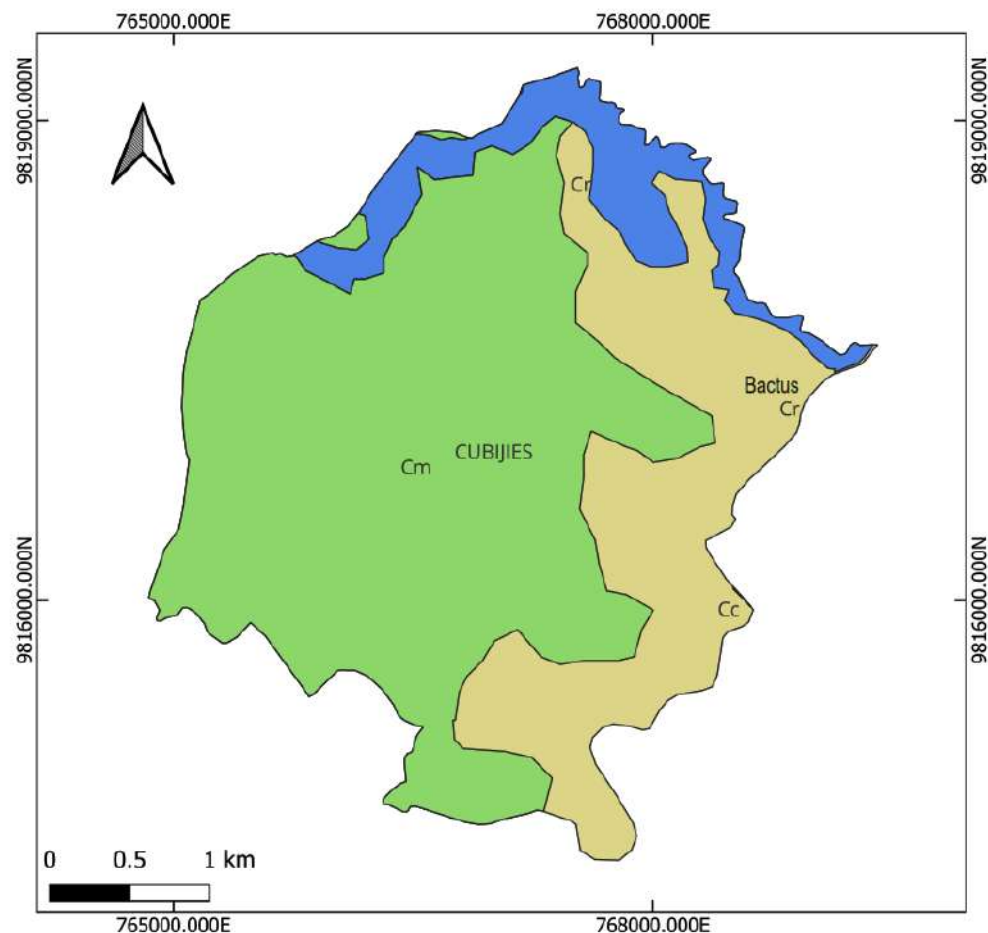
Diseño de un sistema de comercio justo que contribuya al mejoramiento de las condiciones económicas de los pequeños productores agrícolas del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo

Elaborado: Ing. Andrea Guapi Técnico de Investigación	Ing. Caria Arguello Directora del Proyecto
Escala: 1:50000	Datum: WGS 84 ZONA 17S

Superficie 1254,32 ha
 Área de cultivo: 909,23 ha

CULTIVOS DE LA PARROQUIA CUBIJES

- Cultivos de ciclo corto
- Cultivo de maíz
- Frutales
- CUBIJES



5.1.3 Parroquia Cubijies

USO POTENCIAL DEL SUELO

En la parroquia Cubijies principalmente encontramos el **cultivo de maíz (Cm)** (*Zea mays*).

Seguido de cultivo de **Frutales (Cr)** principalmente encontramos aguacates (*Persea americana*), limón (*Citrus limon*), durazno (*Prunus persica*), tomate de árbol (*Solanum betaceum*), mora (*Rubus glaucus* Benth), fresa (*Fragaria vesca*), naranja (*Citrus sinensis*), mandarina (*Citrus reticulata*).

Luego tenemos los cultivos de **ciclo corto (Cc)**, especies hortícolas de las familias: **Cucurbitaceae** (sambo (*Cucurbita ficifolia*), zapallo (*Cucurbita maxima*), zucchini (*Cucurbita pepo*), **Solanaceae** (papa (*Solanum tuberosum*)), **Brassicaceae** (col (*Brassica oleracea* var. *capitata*), rábano (*Raphanus sativus*), brócoli (*Brassica oleracea* var. *italica*), coliflor (*Brassica oleracea* var. *botrytis*), nabo (*Brassica rapa* subsp. *rapa*), papa nabo), **Chenopodaceae** (acelga (*Beta vulgaris*), espinaca (*Spinacia oleracea*)), **Asteraceae** (lechuga (*Lactuca sativa*), cebolla blanca (*Allium cepa*), cebolla perla, cebolla colorada, cebollín (*Allium schoenoprasum*), puerro (*Allium ampeloprasum*), ajo (*Allium sativum*), cilantro (*Coriandrum sativum*), apio (*Apium graveolens*), perejil (*Petroselinum crispum*)), **Fabaceae** (habas (*Vicia faba*), fréjol (*Phaseolus vulgaris*), arveja (*Pisum sativum*)).

USO POTENCIAL DEL SUELO PARROQUIA FLORES





CSAG



esPOCH

Diseño de un sistema de comercio justo que contribuya al mejoramiento de las condiciones económicas de los pequeños productores agrícolas del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo

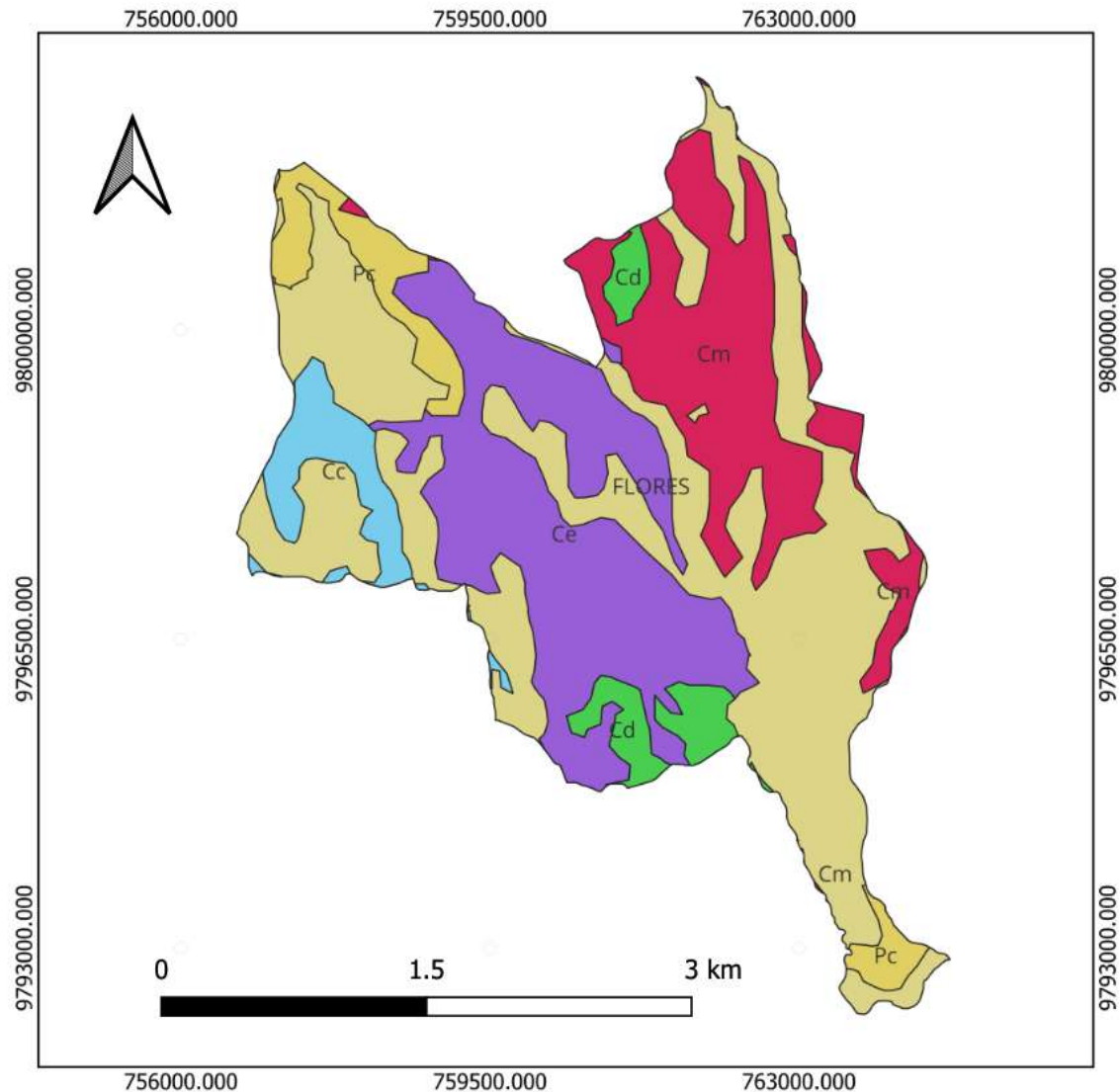
Elaborado: Ing. Andrea Guapi Técnico de Investigación	Ing. Carla Arguello Directora del Proyecto
Escala: 1:50000	Datum: WGS 84 ZONA 17S

Superficie 4507 ha

Area cultivada 2134 ha

CULTIVOS DE LA PARROQUIA FLORES

- Cultivos de ciclo corto
- Cultivo de cebada
- Cultivo de cereales
- Cultivo de maíz
- Pasto cultivado
- FLORES



5.1.4 Parroquia Flores

USO POTENCIAL DEL SUELO

En la parroquia Flores principalmente encontramos el **cultivo de cereales (Ce)** como quinua (*Chenopodium quinoa*), centeno (*Secale cereale*), trigo (*Triticum aestivum*) seguido del **cultivo de maíz (Cm)** (*Zea maiz*), **cultivo de cebada (Cd)** (*Hordeum vulgare*).

Luego tenemos los **cultivos de ciclo corto (Cc)**, especies hortícolas de las familias: **Cucurbitaceae** (sambo (*Cucurbita ficifolia*), zapallo (*Cucurbita maxima*), **Brassicaceae** (col (*Brassica oleracea* var. *capitata*), rábano (*Raphanus sativus*), brócoli (*Brassica oleracea* var. *italica*), coliflor (*Brassica oleracea* var. *botrytis*), nabo (*Brassica rapa* subsp. *rapa*), **Asteraceae** cebolla blanca (*Allium cepa*), cebolla perla, cebolla colorada cilantro (*Coriandrum sativum*), apio (*Apium graveolens*), perejil (*Petroselinum crispum*)), **Fabaceae** (habas (*Vicia faba*), fréjol (*Phaseolus vulgaris*), arveja (*Pisum sativum*)).

Y por último tenemos pasto cultivado (Pc).

USO POTENCIAL DEL SUELO PARROQUIA LICÁN



CSAG



esPOCH

Diseño de un sistema de comercio justo que contribuya al mejoramiento de las condiciones económicas de los pequeños productores agrícolas del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo

Elaborado: Ing. Andrea Guapi
Técnico de Investigación

Ing. Carla Arguello
Directora del Proyecto

Escala: 1:50000

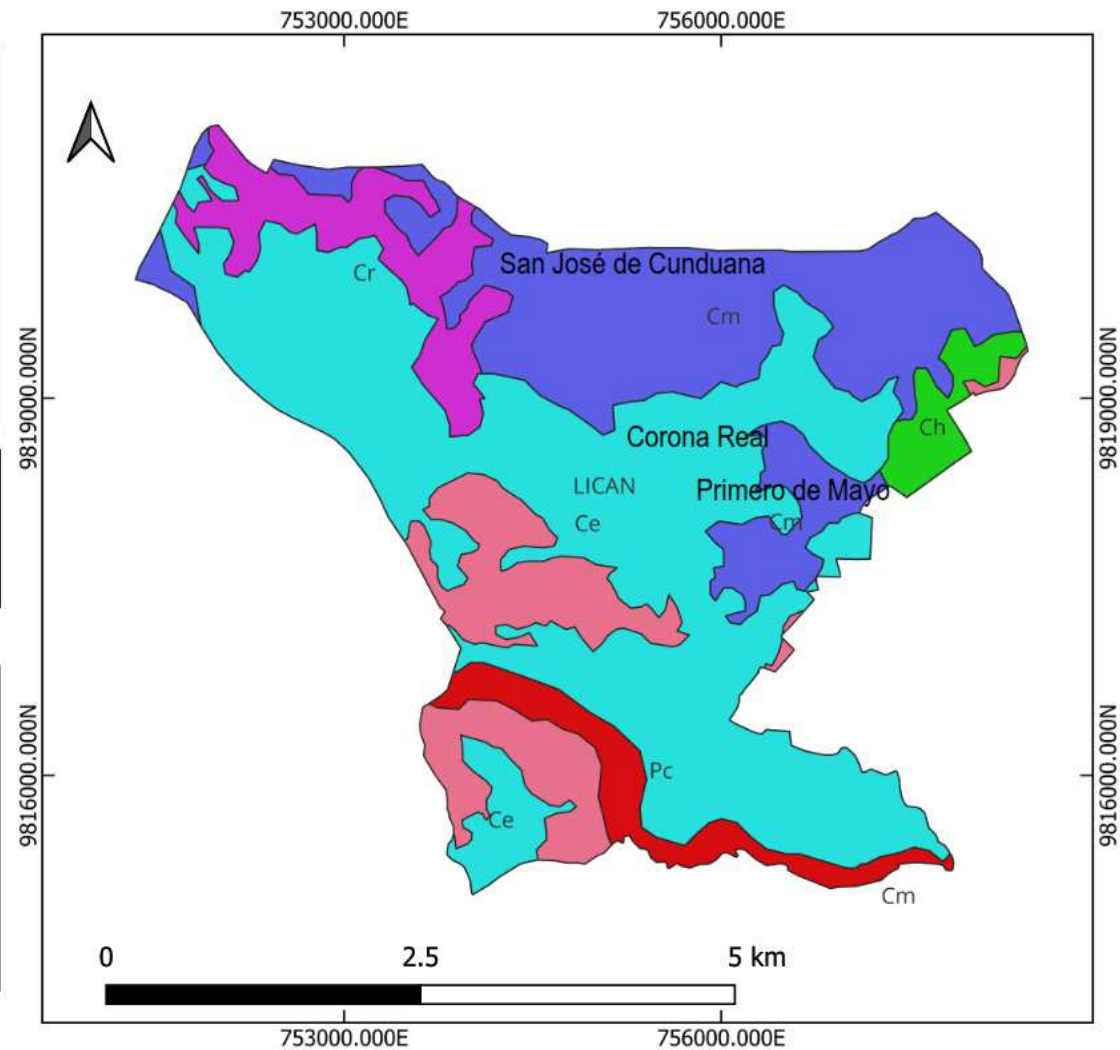
Datum: WGS 84 ZONA 17S

Superficie 2089 ha

Area cultivada 262 ha

CULTIVOS DE LA PARROQUIA LICAN

-  Cultivos de cereales
-  Cultivo de hortalizas
-  Cultivo de maíz
-  Frutales
-  Pasto cultivado
-  LICAN



5.1.5 Parroquia Lican

USO POTENCIAL DEL SUELO

En la parroquia Licán principalmente encontramos el **cultivo de cereales (Ce)** como quinua (*Chenopodium quinoa*), centeno (*Secale cereale*), trigo (*Triticum aestivum*), cultivo de cebada (*Hordeum vulgare*), dentro de este grupo se considerado también a la familia **Fabaceae** (habas (*Vicia faba*), fréjol (*Phaseolus vulgaris*), arveja (*Pisum sativum*)), chocho (*Lupinus mutabilis*).

Seguido del **cultivo de maíz (Cm)** (*Zea mays*), el mismo que se cosecha en choclo y en maíz seco.

Seguido de cultivo de **frutales (Cr)** principalmente encontramos aguacates (*Persea americana*), limón (*Citrus limon*), durazno (*Prunus persica*), tomate de árbol (*Solanum betaceum*), mora (*Rubus glaucus* Benth), fresa (*Fragaria vesca*), naranja (*Citrus sinensis*), mandarina (*Citrus reticulata*), babaco (*Vasconcellea × heilbornii*), granadilla (*Passiflora ligularis*), de manera silvestre taxo (*Passiflora tripartita*).

Luego tenemos los cultivos de **hortalizas (Ch)**, especies hortícolas de las familias: **Cucurbitaceae** (sambo (*Cucurbita ficifolia*), zapallo (*Cucurbita maxima*), zucchini (*Cucurbita pepo*), **Solanaceae** (papa (*Solanum tuberosum*)), **Brassicaceae** (col (*Brassica oleracea* var. *capitata*), rábano (*Raphanus sativus*), brócoli (*Brassica oleracea* var. *italica*), coliflor (*Brassica oleracea* var. *botrytis*), nabo (*Brassica rapa* subsp. *rapa*), papa nabo), **Chenopodaceae** (remolcha (*Beta vulgaris*), (acelga (*Beta vulgaris*), espinaca (*Spinacia oleracea*)), **Asteraceae** (lechuga (*Lactuca sativa*), cebolla blanca (*Allium cepa*), cebolla perla, cebolla colorada, cebollín (*Allium schoenoprasum*), puerro (*Allium ampeloprasum*), ajo (*Allium sativum*), cilantro (*Coriandrum sativum*), apio (*Apium graveolens*), perejil (*Petroselinum crispum*)).

Y por último tenemos pasto cultivado (**Pc**).

USO POTENCIAL DEL SUELO PARROQUIA LICTO





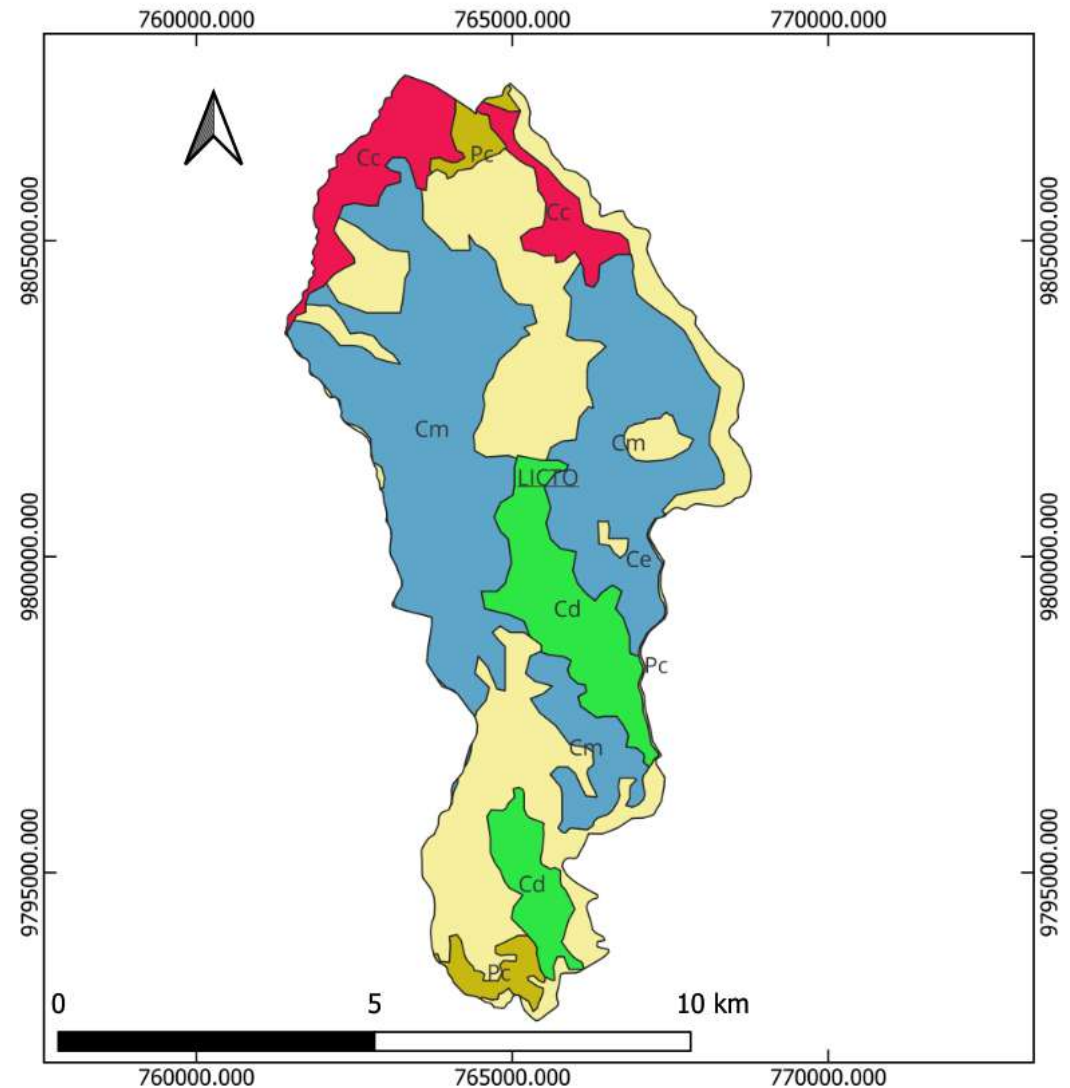

Diseño de un sistema de comercio justo que contribuya al mejoramiento de las condiciones económicas de los pequeños productores agrícolas del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo

Elaborado: Ing. Andrea Guapi Técnico de Investigación	Ing. Carla Arguello Directora del Proyecto
Escala: 1:50000	Datum: WGS 84 ZONA 17S

Superficie 5842 ha
Area cultivada 1930.85

CULTIVOS DE LA PARROQUIA

- Ccultivo de ciclo corto
- Cultivo de cebada
- Cultivo de cereales
- Cultivo de maíz
- Pasto cultivado
- LICTO



5.1.6 Parroquia Licto

USO POTENCIAL DEL SUELO

En la parroquia Licán principalmente encontramos el **cultivo de maíz (Cm)** (*Zea mays*), el mismo que se cosecha en choclo y en maíz seco.

Seguido del **cultivo de cebada (Cd)** (*Hordeum vulgare*).

Luego tenemos los **cultivos de ciclo corto (Ch)**, especies hortícolas de las familias: **Cucurbitaceae** (sambo (*Cucurbita ficifolia*), zapallo (*Cucurbita maxima*), zucchini (*Cucurbita pepo*), **Solanaceae** (papa (*Solanum tuberosum*)), **Brassicaceae** (col (*Brassica oleracea* var. *capitata*), rábano (*Raphanus sativus*), brócoli (*Brassica oleracea* var. *italica*), coliflor (*Brassica oleracea* var. *botrytis*), nabo (*Brassica rapa* subsp. *rapa*), papa nabo), **Chenopodaceae** (remolcha (*Beta vulgaris*), acelga (*Beta vulgaris*)), **Asteraceae** (lechuga (*Lactuca sativa*), cebolla blanca (*Allium cepa*), cebolla perla, cebolla colorada, cebollín (*Allium schoenoprasum*), puerro (*Allium ampeloprasum*), ajo (*Allium sativum*), cilantro (*Coriandrum sativum*), apio (*Apium graveolens*), perejil (*Petroselinum crispum*)).

Seguido en menor cantidad de **cultivo de cereales (Ce)** como quinua (*Chenopodium quinoa*), centeno (*Secale cereale*), trigo (*Triticum aestivum*), dentro de este grupo se considerado también a la familia **Fabaceae** (habas (*Vicia faba*), fréjol (*Phaseolus vulgaris*), arveja (*Pisum sativum*)), chocho (*Lupinus mutabilis*).

En menor cantidad también podemos encontrar cultivo de **frutales (Cr)** principalmente encontramos tomate de árbol (*Solanum betaceum*), mora (*Rubus glaucus* Benth), fresa (*Fragaria vesca*), babaco (*Vasconcellea × heilbornii*), granadilla (*Passiflora ligularis*).

Y por último tenemos **pasto cultivado (Pc)**.

USO POTENCIAL DEL SUELO PAROQUIA PUNGALÁ

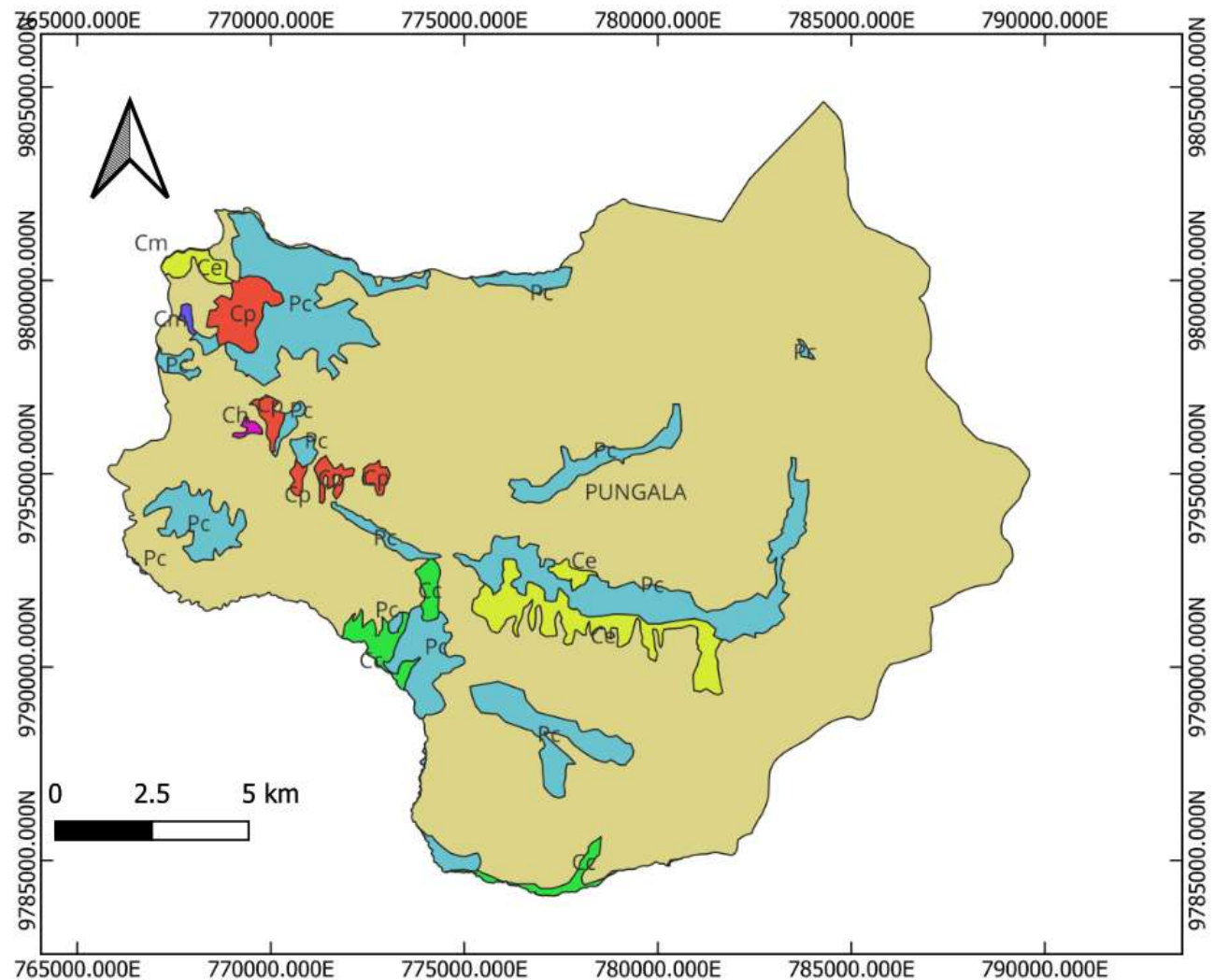


Superficie 28133,06

Area de cultivo 5283,64

CULTIVOS DE LA PARROQUIA PUNGALA

-  Cultivos de ciclo corto
-  Cultivo de cebada
-  Cultivo de hortalizas
-  Cultivo de maíz
-  Cultivo de papa
-  Pasto cultivado
-  Pungala



5.1.7 Parroquia Pungalá

USO POTENCIAL DEL SUELO

La parroquia Pungalá se caracteriza por ser una parroquia productora de leche por tal razón lo que principalmente se cultiva aquí es pasto (**Pc**)

Le sigue la producción de **cultivo de cereales (Ce)** como quinua (*Chenopodium quinoa*), centeno (*Secale cereale*), trigo (*Triticum aestivum*), cebada (*Hordeum vulgare*), dentro de este grupo se considerado también a la familia **Fabaceae** (habas (*Vicia faba*), fréjol (*Phaseolus vulgaris*), arveja (*Pisum sativum*)), chocho (*Lupinus mutabilis*).

A continuación, tenemos el **cultivo de papa (Cp)** (*Solanum tuberosum*).

Luego tenemos los **cultivos de ciclo corto (Cc)**, especies hortícolas de las familias: **Cucurbitaceae** (sambo (*Cucurbita ficifolia*), zapallo (*Cucurbita maxima*), zucchini (*Cucurbita pepo*), **Chenopodaceae** (remolcha (*Beta vulgaris*), acelga (*Beta vulgaris*)), **Asteraceae** (lechuga (*Latuca sativa*), cebolla blanca (*Allium cepa*), cebolla perla, cebolla colorada, cebollín (*Allium schoenoprasum*), puerro (*Allium ampeloprasum*), ajo (*Allium sativum*), cilantro (*Coriandrum sativum*), apio (*Apium graveolens*), perejil (*Petroselinum crispum*)), zanahoria (*Daucus carota*), alcachofa (*Cynara cardunculus* var. *scolymus*).

Encontramos a continuación el **cultivo de maíz (Cm)** (*Zea maiz*), el mismo que se cosecha en choclo y en maíz seco.

Seguido encontramos las hortalizas pertenecientes a la familia **Brassicaceae** (col (*Brassica oleracea* var. *capitata*), rábano (*Raphanus sativus*), brócoli (*Brassica oleracea* var. *italica*), coliflor (*Brassica oleracea* var. *botrytis*), nabo (*Brassica rapa* subsp. *rapa*), papa nabo),

En menor cantidad también podemos encontrar cultivo de **frutales (Cr)** principalmente encontramos tomate de árbol (*Solanum betaceum*), mora (*Rubus glaucus* Benth), babaco (*Vasconcellea × heilbornii*), granadilla (*Passiflora ligularis*).

USO POTENCIAL DEL SUELO PARROQUIA PUNIN





CSAG



Diseño de un sistema de comercio justo que contribuya al mejoramiento de las condiciones económicas de los pequeños productores agrícolas del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo

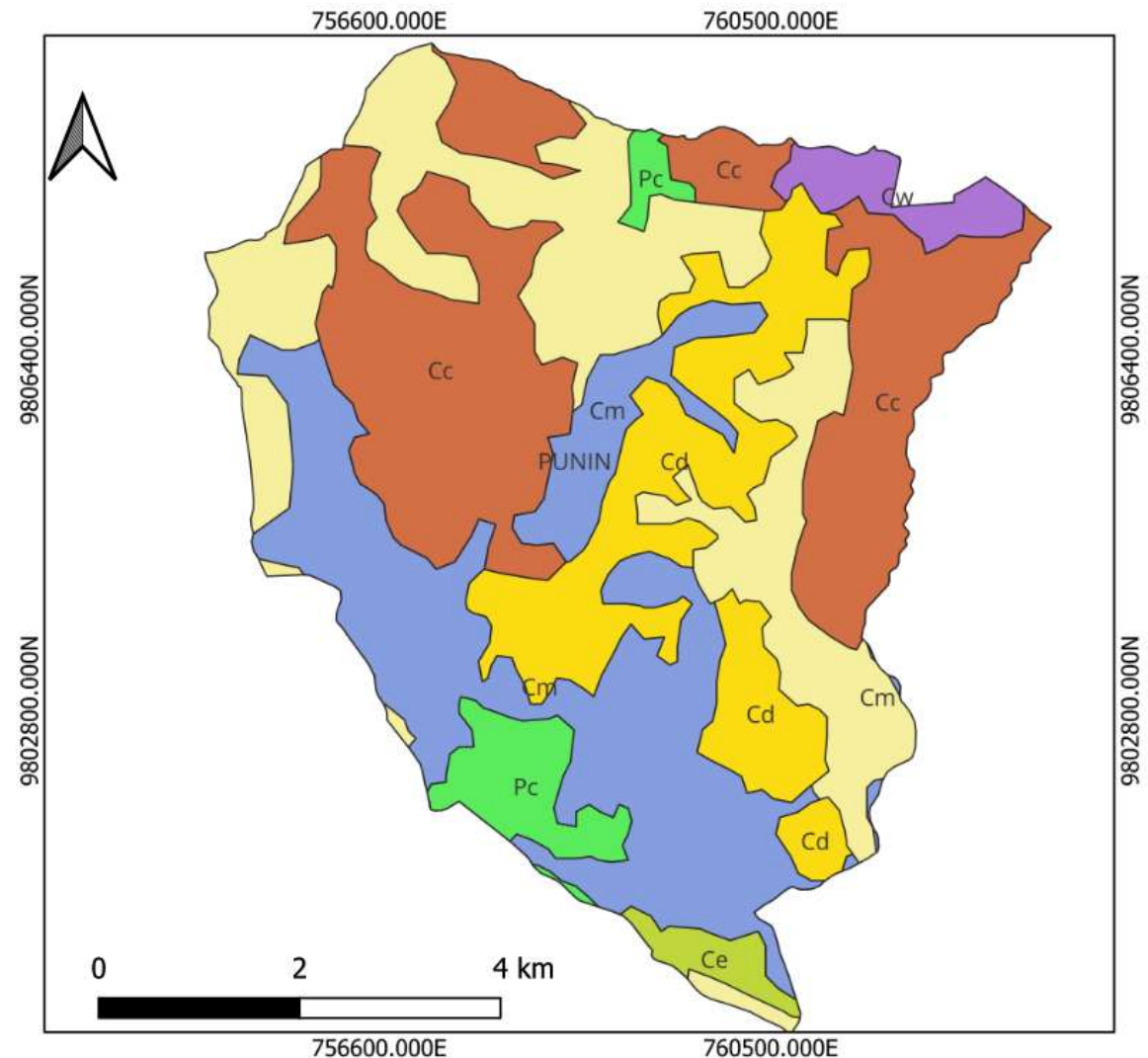
Elaborado: Ing. Andrea Guapi Técnico de Investigación	Ing. Carla Arguello Directora del Proyecto
Escala: 1:50000	Datum: WGS 84 ZONA 17S

Superficie 4789,16 ha

Area de cultivo 3449,99 ha

CULTIVOS DE LA PARROQUIA PUNÍN

- Cultivos de ciclo corto
- Cultivo de cebada
- Cultivo de cereales
- Cultivo de maíz
- Cultivo de brócoli
- Pasto cultivado
- PUNIN



5.1.8 Parroquia Punín

USO POTENCIAL DEL SUELO

La parroquia Punín se caracteriza por ser una parroquia diversa se caracteriza por tener **cultivos de ciclo corto (Cc)** especies hortícolas de las familias: **Cucurbitaceae** (sambo (*Cucurbita ficifolia*), zapallo (*Cucurbita maxima*), zucchini (*Cucurbita pepo*), **Chenopodaceae** (remolcha (*Beta vulgaris*), acelga (*Beta vulgaris*)), **Asteraceae** (lechuga (*Latuca sativa*), cebolla blanca (*Allium cepa*), cebolla perla, cebolla colorada, cebollín (*Allium schoenoprasum*), puerro (*Allium ampeloprasum*), ajo (*Allium sativum*), cilantro (*Coriandrum sativum*), apio (*Apium graveolens*), perejil (*Petroselinum crispum*)) **Brassicaceae** (col (*Brassica oleracea* var. *capitata*), rábano (*Raphanus sativus*), brócoli, coliflor (*Brassica oleracea* var. *botrytis*), nabo (*Brassica rapa* subsp. *rapa*), papa nabo),

Encontramos a continuación el **cultivo de maíz (Cm)** (*Zea maiz*), el mismo que se cosecha en choclo y en maíz seco.

Seguido del **cultivo de cebada (Cd)** (*Hordeum vulgare*).

Se cultiva también pasto (**Pc**)

A continuación, tenemos el **cultivo de papa (Cp)** (*Solanum tuberosum*).

Tenemos también la producción de brócoli (**Cw**) (*Brassica oleracea* var. *italica*).

Le sigue la producción de **cultivo de cereales (Ce)** como quinua (*Chenopodium quinoa*), centeno (*Secale cereale*), trigo (*Triticum aestivum*), cebada (*Hordeum vulgare*), dentro de este grupo se considerado también a la familia **Fabaceae** (habas (*Vicia faba*), fréjol (*Phaseolus vulgaris*), arveja (*Pisum sativum*)), chocho (*Lupinus mutabilis*).

USO POTENCIAL DEL SUELO PARROQUIA QUIMIAG






Diseño de un sistema de comercio justo que contribuya al mejoramiento de las condiciones económicas de los pequeños productores agrícolas del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo

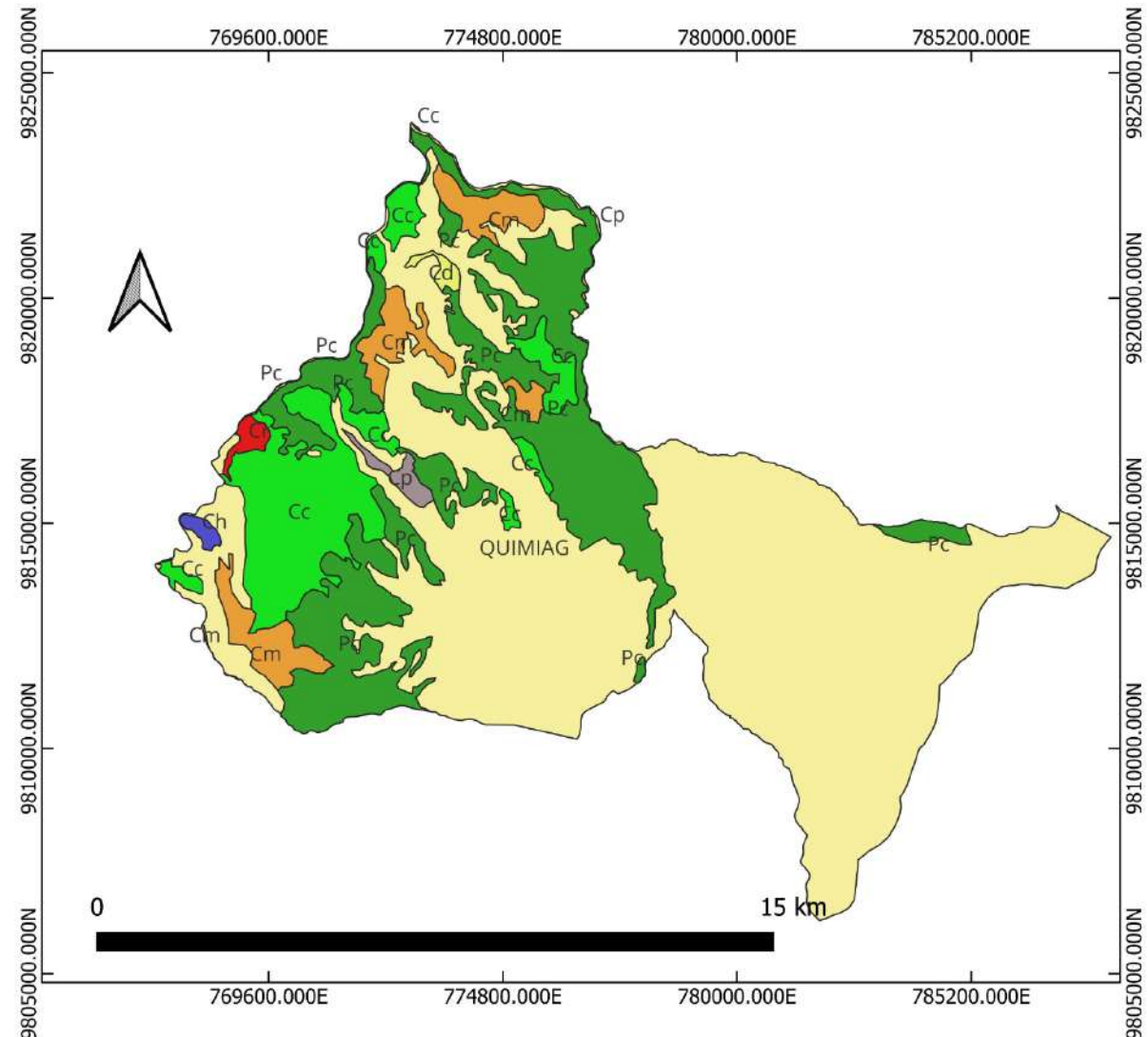
Elaborado: Ing. Andrea Guapi Técnico de Investigación	Ing. Carla Arguello Directora del Proyecto
Escala: 1:50000	Datum: WGS 84 ZONA 17S

Superficie 13949 ha

Area de cultivo 7346 ha

CULTIVOS DE LA PARROQUIA QUIMIAG

- Cultivos de ciclo corto
- Cultivo de cebada
- Cultivo de hortalizas
- Cultivo de maíz
- Cultivo de papa
- Frutales
- Pasto cultivado
- QUIMIAG



5.1.9 Parroquia Quimiag

USO POTENCIAL DEL SUELO

La parroquia Quimiag se caracteriza por ser una parroquia productora de leche por tal razón lo que principalmente se cultiva aquí es pasto (**Pc**)

Luego tenemos los **cultivos de ciclo corto (Cc)**, especies hortícolas de las familias: **Cucurbitaceae** (sambo (*Cucurbita ficifolia*), zapallo (*Cucurbita maxima*), zucchini (*Cucurbita pepo*), **Chenopodaceae** (remolcha (*Beta vulgaris*), acelga (*Beta vulgaris*)), **Asteraceae** (lechuga (*Latuca sativa*), cebolla blanca (*Allium cepa*), cebolla perla, cebolla colorada, cebollín (*Allium schoenoprasum*), puerro (*Allium ampeloprasum*), ajo (*Allium sativum*), cilantro (*Coriandrum sativum*), apio (*Apium graveolens*), perejil (*Petroselinum crispum*)), zanahoria (*Daucus carota*), **Fabaceae** (habas (*Vicia faba*), fréjol (*Phaseolus vulgaris*), arveja (*Pisum sativum*)), chocho (*Lupinus mutabilis*).

Encontramos a continuación el **cultivo de maíz (Cm)** (*Zea mays*), el mismo que se cosecha en choclo y en maíz seco.

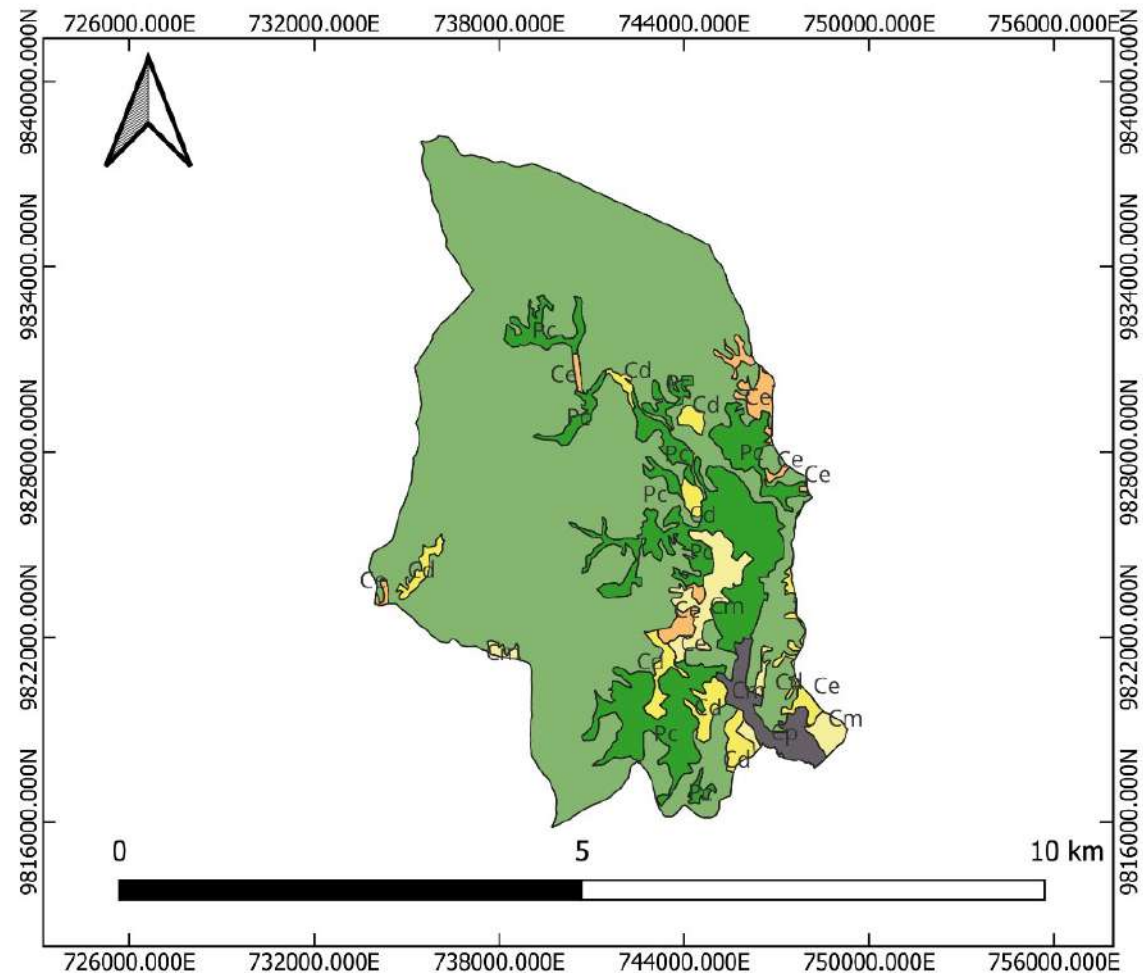
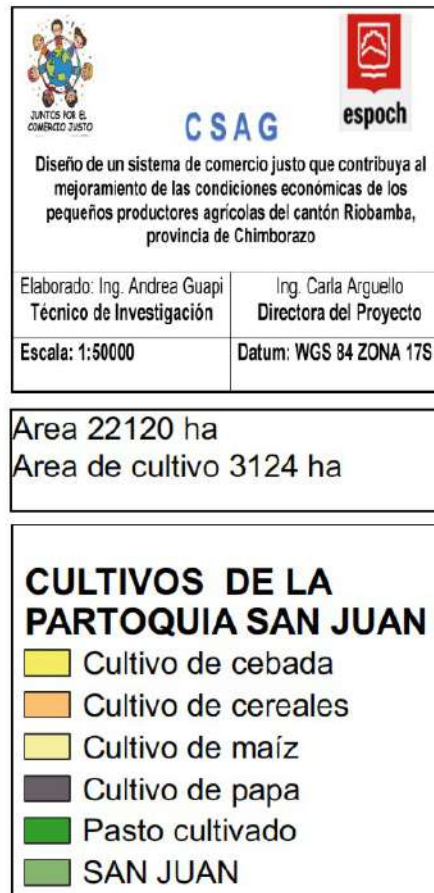
A continuación, tenemos el **cultivo de papa (Cp)** (*Solanum tuberosum*).

También podemos encontrar cultivo de **frutales (Cr)** principalmente encontramos aguacates (*Persea americana*), limón (*Citrus limon*), durazno (*Prunus persica*), tomate de árbol (*Solanum betaceum*), mora (*Rubus glaucus* Benth), fresa (*Fragaria vesca*), manzana (*Malus domestica*) naranja (*Citrus sinensis*), mandarina (*Citrus reticulata*), babaco (*Vasconcellea × heilbornii*), granadilla (*Passiflora ligularis*), de manera silvestre taxo (*Passiflora tripartita*).

Seguido del **cultivo de cebada (Cd)** (*Hordeum vulgare*).

Seguido encontramos las hortalizas pertenecientes a la familia **Brassicaceae** (col (*Brassica oleracea* var. *capitata*), rábano (*Raphanus sativus*), brócoli (*Brassica oleracea* var. *italica*), coliflor (*Brassica oleracea* var. *botrytis*), nabo (*Brassica rapa* subsp. *rapa*), papa nabo).

USO POTENCIAL DEL SUELO PARROQUIA SAN JUAN



5.1.10 Parroquia San Juan

USO POTENCIAL DEL SUELO

La parroquia San Juan se caracteriza por ser una parroquia productora de leche por tal razón lo que principalmente se cultiva aquí es pasto (**Pc**)

Le sigue la producción de **cultivo de cereales (Ce)** como quinua (*Chenopodium quinoa*), centeno (*Secale cereale*), trigo (*Triticum aestivum*), , dentro de este grupo se considerado también a la familia **Fabaceae** (habas (*Vicia faba*), fréjol (*Phaseolus vulgaris*), arveja (*Pisum sativum*)), chocho (*Lupinus mutabilis*).

Seguido del **cultivo de cebada (Cd)** (*Hordeum vulgare*).

A continuación, tenemos el **cultivo de papa (Cp)** (*Solanum tuberosum*), combinado con la producción de otros tubérculos como melloco (*Ullucus tuberosus*), ocas (*Oxalis tuberosa*) y mashuas (*Tropaeolum tuberosum*).

Encontramos a continuación el **cultivo de maíz (Cm)** (*Zea maiz*), el mismo que se cosecha en choclo y en maíz seco.

En menor cantidad tenemos cultivo de hortalizas (**Ch**) como **Brassicaceae** (col (*Brassica oleracea* var. *capitata*), rábano (*Raphanus sativus*), brócoli (*Brassica oleracea* var. *italica*), coliflor (*Brassica oleracea* var. *botrytis*), nabo (*Brassica rapa* subsp. *rapa*), papa nabo), **Chenopodaceae** (remolcha (*Beta vulgaris*), acelga (*Beta vulgaris*)), **Asteraceae** (lechuga (*Latuca sativa*), cebolla blanca (*Allium cepa*), cebolla perla, cebolla colorada, cebollín (*Allium schoenoprasum*), puerro (*Allium ampeloprasum*), ajo (*Allium sativum*), cilantro (*Coriandrum sativum*), apio (*Apium graveolens*), perejil (*Petroselinum crispum*)).

USO POTENCIAL DEL SUELO PARROQUIA SAN LUIS





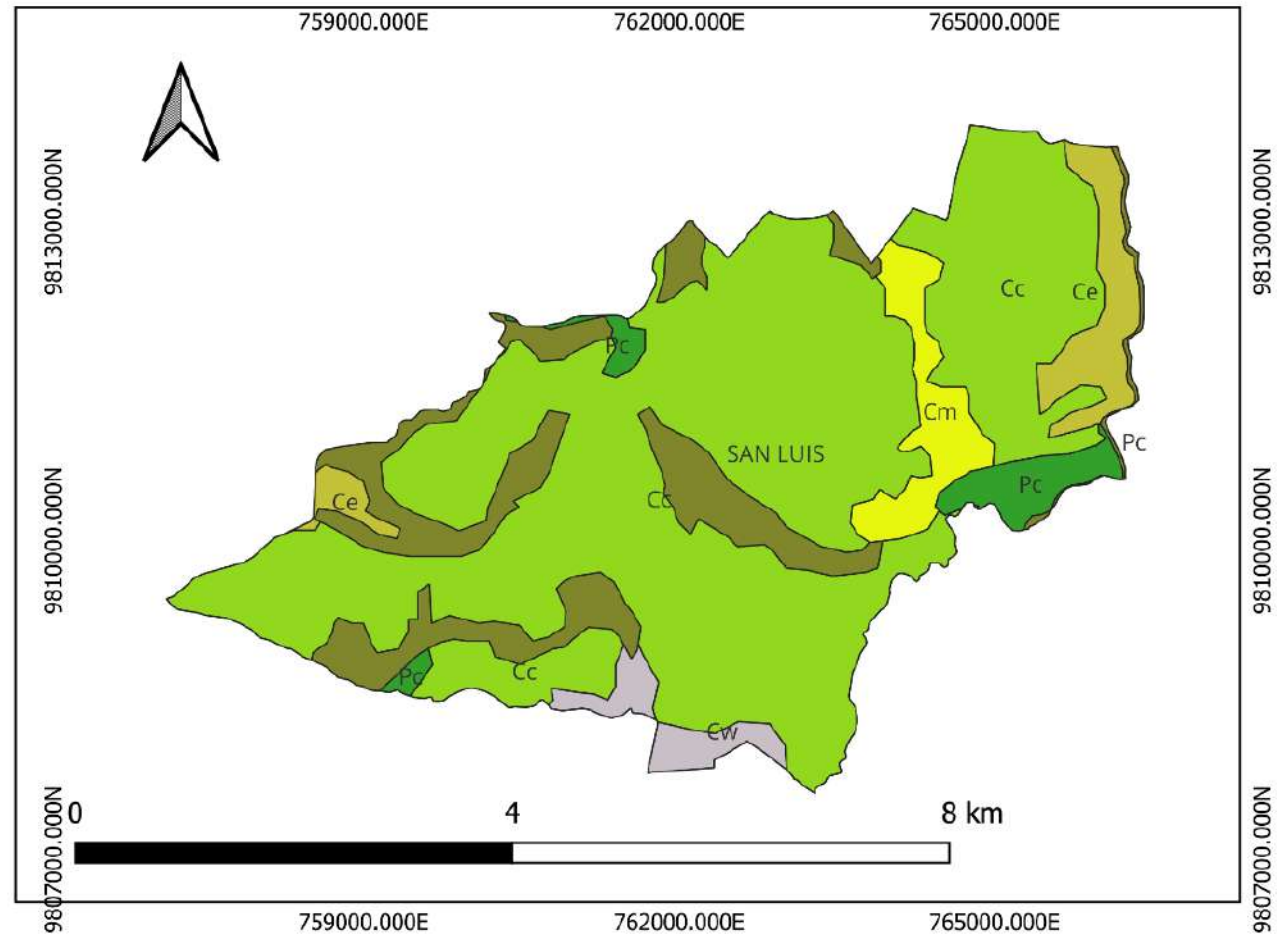

Diseño de un sistema de comercio justo que contribuya al mejoramiento de las condiciones económicas de los pequeños productores agrícolas del cantón Ríobamba, provincia de Chimborazo

Elaborado: Ing. Andrea Guapi Técnico de Investigación	Ing. Carla Arguello Directora del Proyecto
Escala: 1:50000	Datum: WGS 84 ZONA 17S

Superficie 2986.26ha
Area de cultivo 1000 ha

CULTIVOS DE LA PARROQUIA SAN LUIS

- Cultivos de ciclo corto (hortalizas)
- Cultivos de cereales
- Cultivo de maíz
- Cultivo de brócoli
- Pastos cultivados
- SAN LUIS



USO POTENCIAL DEL SUELO

La parroquia San Luis se caracteriza por ser una parroquia productora de especies hortícolas de las familias: **Cucurbitaceae** (sambo (*Cucurbita ficifolia*), zapallo (*Cucurbita maxima*), zucchini (*Cucurbita pepo*) bajo invernadero pepinillo (*Cucumis sativus*), **Solanaceae** (papa (*Solanum tuberosum*), tomate de árbol (*Solanum betaceum*), bajo invernadero tomate riñón (*Solanum lycopersicum*), pimiento (*Capsicum annuum*)), **Brassicaceae** (col (*Brassica oleracea* var. *capitata*), rábano (*Raphanus sativus*), brócoli (*Brassica oleracea* var. *italica*), coliflor (*Brassica oleracea* var. *botrytis*), nabo (*Brassica rapa* subsp. *rapa*), papa nabo), **Chenopodaceae** (acelga (*Beta vulgaris*)), **Asteraceae** (lechuga (*Latuca sativa*), cebolla blanca (*Allium cepa*), cebolla perla, cebolla colorada, cebollín (*Allium schoenoprasum*), puerro (*Allium ampeloprasum*), ajo (*Allium sativum*), cilantro (*Coriandrum sativum*), apio (*Apium graveolens*), perejil (*Petroselinum crispum*)), zanahoria (*Daucus carota*) **Fabaceae** (habas (*Vicia faba*), fréjol (*Phaseolus vulgaris*), arveja (*Pisum sativum*)).

Encontramos a continuación el **cultivo de maíz (Cm)** (*Zea mays*), el mismo que se cosecha en choclo.

Le sigue la producción de **cultivo de cereales (Ce)** como quinua (*Chenopodium quinoa*).

Se cultiva también pasto (**Pc**).

Seguido del **cultivo de brócoli (Cw)** (*Brassica oleracea* var. *italica*)

También se puede encontrar mora (*Rubus glaucus* Benth), fresa (*Fragaria vesca*) como especies frutales.

5.2 Diseñar la planificación de la producción de acuerdo con la zonificación consensuada.

5.2.1 Introduccion

Al hablar de planificación de cultivos podemos entender el hecho de pensar qué cultivos sembraremos o plantaremos en cada parcela o terreno una vez terminada la cosecha. Esto es algo que la mayoría de los agricultores hacen ciclo tras ciclo, pero en la actualidad esto no es lo ideal.

En la actualidad la pandemia ha generado cambios en la producción de la zona; desde el inicio de la pandemia hasta el momento no se han producido interrupciones importantes en el suministro de alimentos; sin duda la situación podría empeorar como consecuencia de las dificultades logísticas en las cadenas de suministro, particularmente debido a las restricciones de movimiento entre países y al interior de estos, y a los problemas laborales, sobre todo si persisten a largo plazo.

Es probable que los productos de alto valor y especialmente los productos perecederos, como las frutas y verduras frescas, la carne, el pescado, la leche y las flores, son las que más se ven particularmente afectados.

En varios países, la crisis sanitaria ya se ha cobrado numerosos puestos de trabajo en subsectores como la floricultura. Además, es posible que se produzca un nuevo deterioro en la calidad de los empleos del sector y que se destruyan puestos de trabajo, especialmente en la base de la cadena de suministro. Las mujeres y los jóvenes son quienes, en principio, van a acusar el mayor impacto de la crisis, pues están particularmente expuestos a la vulnerabilidad socioeconómica. Asimismo, las restricciones de movimiento pueden impedir a los agricultores acceder a los mercados y provocar en consecuencia el desperdicio de alimentos. Actualmente, en muchos países los agricultores no tienen la posibilidad de vender sus productos ni en los mercados locales, ni a escuelas de su entorno, restaurantes, bares, hoteles y otros establecimientos de ocio, debido a su cierre temporal (OIT, 2020).

El impacto del COVID es muy grande en la agricultura familiar. Las familias se encuentran afectadas emocional y económicamente. La crisis ha generado cambios en la interacción de los agricultores, cambiando su rutina y proyectos (Broch, A. 2020).

Los ingresos de las familias, la mayoría encabezadas por mujeres, han sido afectadas por las medidas tomadas por los gobiernos para evitar los contagios. Puesto que, antes de la pandemia, se desarrollaban ferias campesinas, un espacio de encuentro entre los productores, donde se comercializan los productos. Sin embargo, estos se cancelaron y los productores no cuentan con espacios de comercialización (Carrera, H. 2020).

Todos estos antecedentes han generado en los productores asociados al proyecto que hayan realizados diferentes cambios en sus sistemas de producción.

Es así por ejemplo Quimiag una de las parroquias que mayor producción papa, maíz, habas, cebolla, col, frutilla y arveja por efecto de la pandemia ha cambiado la producción agrícola para reemplazarla por la producción de pastos para el ganado, transformando así su matriz productiva, las personas encuestadas manifestaron que a raíz de la pandemia por las acciones de restricciones que se dieron en el país hicieron que la salida de los productos a los mercados se vea afectada.

5.2.2 Importancia de planificación

La planificación es un instrumento que no sólo mejora la eficiencia del trabajo, sino también posibilita evaluar si los manejos y técnicas son adecuados o no tomando en cuenta cada realidad.

Es así como el trabajo planificado facilita ordenar cada actividad en el tiempo oportuno y desarrollar el rendimiento. Una buena planificación ayudará a comprender quién, cuándo, dónde, qué y cómo tiene que hacer.

Para realizar la planificación es importante realizar un análisis de la capacidad de producción y administración en cada familia, entorno y grupos; es fundamental analizar los 4 recursos administrativos: humanos, materiales, económicos e informáticos.

- Conocimiento sobre las características de los cultivos y método de aplicación de insumos

Es fundamental conocer las características de los cultivos, ciclos fenológicos, fechas de siembras, características edafoclimáticas, plagas enfermedades tipos de control para cada variedad de cultivo que se dese implementar en el lote.

- Mano de obra

Hoy en día la presencia de la mano de obra es un rubro importante en la implementación de los cultivos, según los análisis en los diferentes grupos de productores arrojan como resultado que hoy en día es uno de los rubros más elevados al momento de realizar los costos de producción ya que en los diferentes espacios la mano de obra ha ido disminuyendo lo que ha ocasionado es que cuesta más o en algunos casos no haya mano de obra local.

5.2.3 - Recursos económicos para inversión

La inestabilidad de los mercados, problemas climáticos, políticas de comercialización faltantes hace que la inversión en los cultivos en muchos de ellos casos no se recupere, volviendo así al agricultor vulnerable frente a la adquisición de créditos.

Pese que las actuales políticas de estado están apoyando a los pequeños agricultores esto es aún insuficiente para lograr llegar a todos los interesados.

5.2.4 - Recursos de insumos, equipos y terreno propio

El minifundio es uno de los principales sistemas de tenencia de tierra, actualmente los lotes de producción no superan los 1000 m² por esta razón en los casos en los que los agricultores tienen la capacidad de endeudamiento arriendan lotes para obtener producción.

En la mayoría de los casos las principales herramientas que poseen los agricultores son azadones, palas, machetes, bombas manuales de fumigación; al hecho que sus predios son pequeños las herramientas son las adecuadas.

En el caso de tener lotes más grandes la inversión en bombas de motor se ha hecho más común esto además ahorra tiempo en las diferentes aplicaciones. Al hablar de productores agroecológicos estas herramientas son más limitadas.

5.2.5 - Recursos naturales (Suelo, agua y etc.)

En cuanto al suelo, en las parroquias Licán, Calpi, Cacha, Cubijíes, Flores, San Luis, Punín, el suelo es de tipo franco arenoso, con una buena estructura, la limitante es la cantidad de materia orgánica.

Los suelos de las parroquias que se encuentran en las zonas altas como son San Juan, Pungalá, Licto, Químiag, Flores poseen suelos negros ricos en materia orgánica, la problemática de estos suelos es que poseen retención de elementos como el fósforo necesario para la formación de raíces de las plantas.

La mayoría de los productores que se encuentran en el proyecto cuentan con riego, las parroquias que tienen problemas con el riego son Licán, Calpi, Cacha en algunas de sus comunidades.

5.2.6 - Tecnologías productivas

Al estar nuestros agricultores implícitos dentro de procesos de Comercio Justo las tecnologías que deben adoptar son diferentes a las convencionales; en un modelo de parcela ideal, se puede integrar diferentes tecnologías limpias, esto con el objetivo de minimizar los desperdicios, los impactos negativos sobre los recursos naturales y el subsidio energético: fertilizantes y biocidas.

Así mismo, se busca maximizar el flujo energético en el sistema. Para lograr esto, se aplican técnicas que refuerzan la integración, la diversificación, el reciclaje de nutrientes, la fijación de nitrógeno atmosférico, el uso de fuentes de energías locales y alternas, el fraccionamiento de la biomasa vegetal, los cultivos de alto rendimiento, los árboles multipropósito, y el uso y control de las aguas servidas, así como también el manejo integrado de plagas, rotación y asociación de cultivos y labranza mínima (Escobar et al., 1998; Nieto et al., 2002).

5.2.7 - Registro en producción, comercialización y finanza

Este es el talón de Aquiles dentro de los sistemas de producción actuales, la falta de hábito en el manejo de registros hace que los procesos llevados en las parcelas sean deficientes, esto conlleva a no conocer que tenemos y al final hace las que las finanzas no reflejen el trabajo del ciclo.

5.2.8 - Canal y experiencia (resultados) de venta

Información de precios en los mercados cercanos

Actualmente gracias a las tecnologías de la información se cuenta con los reportes de precios referenciales diarios de los mercados mayoristas.

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

Imagen 16. Precios referenciales publicados por el EMMPA del GAD Municipal.





EP EMMPA
Empresaria del Comercio de la Provincia

EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL MERCADO DE PRODUCTORES AGRÍCOLAS
"SAN PEDRO DE HIDRÁMBIA"

PRECIOS REFERENCIALES AL PÚBLICO

PRODUCTO	PRESENTACIÓN	PRECIO
Aguacate	Ciento de 60 lbs	\$ 50.00
Arveja Tierra en Vaina la TV	Saco de 45 lbs	\$ 20.00
Arveja Tierra en Vaina Germán	Saco de 45 lbs	\$ 19.00
Balisco	Cartón de 75 lbs	\$ 18.00
Bolillo	Saco de 65 lbs	\$ 3.00
Cebolla Blanca en Rama	Atado de 5 lbs	\$ 1.00
Cebolla Colorado-Paiteño Nacional	Malla roja 88.50 lbs	\$ 14.00
Cebolla Perla	Malla Roja 100 lbs	\$ 17.00
Cal	Saco de 130 lbs	\$ 7.00
Coliflor	Saco de 75 lbs	\$ 5.00
Fríjol Tierra en Vaina Canario	Saco de 45 lbs	\$ 10.00
Fríjol Tierra en Vaina Blanco o Torta	Saco de 45 lbs	\$ 6.00
Fríjol Tierra Rojo Bolón	Saco de 80 lbs	\$ 15.00
Fruitea	Cartón de 15 lbs	\$ 13.00
Guanábana	Cubeta de 45 lbs	\$ -----
Haba Tierra en Vaina	Saco de 64 lbs	\$ 9.00
Luchuga	Saco de 95 lbs	\$ 4.00
Limon Sutil	Saco verde 80 lbs	\$ -----
Maz / Choclo	Saco de 85 lbs	\$ 11.00
Manzana Importada	Caja de 43 lbs	\$ 23.00
Mora de Castilla	Caja de madera 6 lbs	\$ 2.50
Meloso Blanco	Saco de 100 lbs	\$ 25.00
Meloso Canamelo	Saco de 100 lbs	\$ 15.00
Naranja Híbrida	Caja de madera 30 lbs	\$ 8.00
Naranja de Jugo	Saco de 60 lbs	\$ 12.00
Papa Chuscha	Saco de 100 lbs	\$ 18.00
Papa Frisapa	Saco de 100 lbs	\$ 18.00
Papa Gabriela	Saco de 100 lbs	\$ 10.00
Papa Leona Blanca o Cecilia	Saco de 100 lbs	\$ 17.00
Papa Pen	Saco de 100 lbs	\$ 7.00
Papa Pulla	Saco de 100 lbs	\$ 10.00
Papa Puzila	Saco de 100 lbs	\$ 7.00
Papa Semievilla	Saco de 100 lbs	\$ 9.00
Papa Super Chola	Saco de 100 lbs	\$ 16.00
Papa Uvilla o Bolona	Saco de 100 lbs	\$ 12.00
Pimiento Verde Trompo	Saco de 50 lbs	\$ 10.00
Tomate de Arbol	Saco de 85 lbs	\$ 12.00
Tomate Ralón de Invernadero	Caja de madera 40 lbs	\$ 13.00
Uva Negra	Caja de 18 lbs	\$ 13.00
Uva Verde	Caja de 18 lbs	\$ 15.00
Zanahoria Amarilla	Saco de 70 lbs	\$ 7.00

19 agosto 2021

Av. Leopoldo Probst y Av. Circunvalación
Ep-Sanpedro-Hidrambia

www.epemmpa.gob.ec
031 2 994601

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

Imagen 17. Registro de precios

	REGISTRO DE PRECIOS		Versión: 0.0	
	PROCESO DE REGISTRO DE PRECIOS		Código: EP-EMA-SGC-DC/REG01	
			Fecha: 2021/08/30	
			Página: 1 de 1	
Producto	Presentación	Peso libras	Peso Kg	30/08/2021
Aguacate Guatemalteco	Caia	33.8	15.4	15.00
Ajo Bulbo Seco	Malla	33.8	15.4	19.00
Ajo Macho	Quintal	33.8	15.4	130.00
Ajo Hembra	Quintal	100	45.5	60.00
Ajo Bulbo Seco	Malla	44	20.0	38.00
Arroz	Quintal	100	45.5	55.00
Arveja Tierna en Vaina	Saco	110	50.0	55.00
Arveja Tierna en Vaina	Saco	55	25.0	17.00
Azúcar	Quintal	100	45.5	33.00
Babaco	Caia	25	11.4	19.00
Brocoli	Unidad			0.40
Cebolla Blanca en Rama	Atado	1	0.5	1.00
Cebolla Colorada nacional	Malla	100	45.5	14.00
Cebolla Colorada seca	Malla	100	45.5	16.00
Cebolla Paitaña Paisana Tunaurahua	Saco	100	45.5	8.00
Cebolla Perla Nacional	Malla	100	45.5	6.00
Col	Bulto	125	56.8	8.00
Coliflor	Bulto			6.00
Fréjol Tierno en vaina Bola Roja o Gema	Saco	110	50.0	23.00
Fréjol Tierno en vaina Cara Bello Rojo	Saco	110	50.0	19.00
Frutilla	Balde	27	12.3	26.00
Guanabana	Cartón	19.16	42.2	19.00
Granadilla	Cartón	30	13.6	16.00
Granadilla	Caia	20	9.1	6.00
Haba Tierna en Vaina	Saco	68	30.9	10.00
Huevo Grueso	Cubeta (30)			2.70
Huevo Mediano	Cubeta (30)			2.40
Huevos de Codorniz	carton (500)			22.00
Lechuga	Cartón	5.65	2.6	4.00
Limon Sutil	Malla	43	19.5	24.00
Maíz Suave Choclo	Saco	80	36.4	12.00
Mandarina de la Sierra	Caia	20	9.1	4.00
Manzana Importada	Caia	44	20.0	27.00
Maracuya	Saco	40	18.2	11.00
Meloco Blanco	Saco	100	45.5	25.00
Melón	Caia	0	0.0	21.00
Mora de Castilla	Canasta	27	12.3	6.00
Naranjilla de Juao	Caia	55	25.0	25.00
Naranjilla de Juao	Caia	30	13.6	14.00
Naranjilla Híbrida	Caia	20	9.1	5.50
Naranjilla Híbrida	Caia	30	13.6	11.00
Frijolito redondo	Quintal	100	45.5	9.00
Putza	Quintal	100	45.5	9.00
Papa Gabriela	Quintal	100	45.5	9.00
Papa Cecilia	Quintal	100	45.5	18.00
Papa Santa Catalina	Quintal	100	45.5	13.00
Papa Uvilla	Quintal	100	45.5	13.00
Papa Súper Chola	Quintal	100	45.5	18.00
Papa Única del Norte	Quintal	100	45.5	9.00
Papa Pera Norte	Quintal	100	45.5	15.00
Papa pera Local	Quintal	100	45.5	13.00
Papa Única Local	Quintal	100	45.5	13.00
Papa Concha Local	Quintal	100	45.5	8.00
Papa Chola Norte	Quintal	100	45.5	20.00
Papa Margarita	Quintal	100	45.5	9.00
Papa Suprema	Quintal	100	45.5	10.00
Papa Tacha Roja	Quintal	100	45.5	9.00
Papa Chauca	Quintal	100	45.5	25.00
Pepinillo Pepino Costa	Saco	45	20.5	10.00
Pimiento	Saco	65	29.5	9.00
Pitahaya	Cartón	48.4	22.0	65.00
Remolacha	Saco	90	40.9	8.00
Tomate de Arbol	Saco	85	38.6	38.00
Tomate de Arbol	Caia	55	25.0	9.00
Tomate de Arbol	Cartón	16	7.3	11.00
Tomate Riñón	Caia	44	20.0	10.00
Uva Rosada - Importada	Caia	22	10.0	25.00
Uva Negra	Caia	10	4.5	14.00
Zanahoria Amarilla	Saco	60	27.3	6.00
Zanahoria Amarilla	Saco	100	45.5	9.00

REALIZADO POR: SECRETARIA COMERCIAL-OPERATIVA
DESTINATARIO: DESTINO:
NOTA.- EL PRESENTE DOCUMENTO EN NINGUN CASO CONTENDRA ENMENDADURAS, TACHONES Y OTRAS CORRECCIONES QUE LE INVALIDEN .
*-LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS REGISTRADOS EN ESTE LISTADO SON DE PRIMERA CALIDAD Y SON PRECIOS REFERENCIALES
INFORMACIÓN AL TELF.- FAX 032406940

5.2.9 - Productividad de los rubros seleccionados en cada época (seca y lluviosa)

En las zonas donde el acceso al agua es limitado se tiene que regir a la presencia de la lluvia, esto actualmente ya no es singular ya que el cambio climático ha hecho que los periodos de lluvia ya no sean marcados.

5.2.10 - Colaboradores como otros agricultores o instituciones

Los agricultores cuentan con aliados estratégicos como son el Ministerio de Agricultura, técnicos de las Juntas Parroquiales, técnicos de ONG'S y diferentes instituciones públicas como privadas.

5.3 Planificación Participativa

5.3.1 Análisis de la planificación participativa parroquia Cacha

Tabla 66. Análisis FODA de la Parroquia Cacha

FORTALEZAS Asociatividad Buenas vías de acceso Aplicación de técnicas de producción amigables con el ambiente. Diversidad de cultivos tanto en espacio como en tiempo. Disponibilidad de agua de riego cada 8 días. Disponibilidad de tierra	OPORTUNIDADES Apoyo de instituciones gubernamentales como el INIAP Productos agroecológicos. Mayor concientización por parte de los consumidores en el consumo de productos orgánicos y agroecológicos. Acceso mercados nuevos Industrialización de productos Acceso a capacitaciones Autoabastecimiento de productos para la asociación
FODA	
DEBILIDADES Falta de mano de obra. Migración de la juventud. La mayoría de las personas son adultas mayores. Falta de transporte propio.	AMENAZAS Falta de puntos de comercialización especializados en la producción agroecológica. Falta de transporte Presencia de sequías largas y heladas. Cambio climático Introducción de punta morada a las parcelas Alta competencia en la cercanía Erosión del suelo

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

5.3.1.1 Asociatividad

La organización *Mushuk Pacari* está formada por 10 miembros, inició como una caja de ahorros, pero con el tiempo empezaron a desarrollar otras actividades como la producción agropecuaria, buscando un sustento para sus familias.

Están ubicados en la parroquia Cacha, comunidad a 3049 m.n.s.m.

5.3.1.2 Técnicas de Agroecología

- **Rotación de cultivos**

La rotación de cultivos en esta zona consiste en la siembra de especies hortícolas de las familias: **Cucurbitaceae** (sambo, zapallo, zucchini, bajo invernadero pepinillo), **Solanaceae** (papa, tomate de árbol, bajo invernadero tomate riñón, pimiento), **Brassicaceae** (col, rábano, brócoli, coliflor, nabo, papa nabo), **Chenopodaceae** (quinua, remolacha, acelga), **Asteraceae** (lechuga, cebolla blanca, cebolla perla, cebolla colorada, cebollín, puerro, ajo, cilantro, apio, perejil), **Rosáceae** (moras, fresas, claudias, duraznos), **Poaceae** (maíz, trigo, cebada), **Fabaceae** (habas, fréjol, arveja).

Tienen la concepción de sembrar especies que se desarrollan para arriba seguido de especies que se desarrollan para abajo.

Imagen 18. Tipo de siembra de especies alternadas



- **Cultivos de Cobertura**

Uso de la vicia avena como una técnica de acolchado y ciclaje de nutrientes.

Imagen 19. Técnica de acolchado utilizando vicia avena



- **Elaboración de abonos**

Con los residuos de las cosechas más el abono de los animales que poseen elaboran composteras, bioles, té, purines.

Imagen 20. Elaboración de abonos orgánicos



5.3.1.3 Estrategias

Tabla 67. Estrategias de planificación

FO	DO
Abastecer de diversidad de productos a los consumidores Cumplir con los requisitos para la obtención de carnets de la agricultura familiar campesina (AFC) Acceso a capacitaciones para la elaboración de los propios insumos. Asistencia técnica para la elaboración de productos con valor agregado Producción de gran diversidad de productos en las parcelas por la disponibilidad de recursos hídricos	Generación de empleos por el acceso a nuevos mercados Capacitación de técnicas para evitar la propagación de enfermedades entre parcelas. Capacitación para evitar la erosión del suelo y para el tratamiento de nuevas enfermedades.
FA	DA
Competitividad en varios mercados gracias a la gran diversidad de cultivos que se producen. Con la experiencia adquirida se puede hacer frente al cambio climático que afectan a los cultivos. Poner en práctica los conocimientos adquiridos en las capacitaciones para combatir las enfermedades nuevas que se presenten. Aprovechar la disponibilidad de recursos para mantener la competitividad con las comunidades aledañas.	Con la apertura a nuevos mercados se podrá evitar la migración ya que existirán nuevas plazas de trabajo. Desinfectar las herramientas agrícolas que se utilizan en las parcelas para evitar la introducción de enfermedades. Aplicación de enmiendas agrícolas adecuadas para evitar la erosión del suelo, evitando la pérdida de competitividad.

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

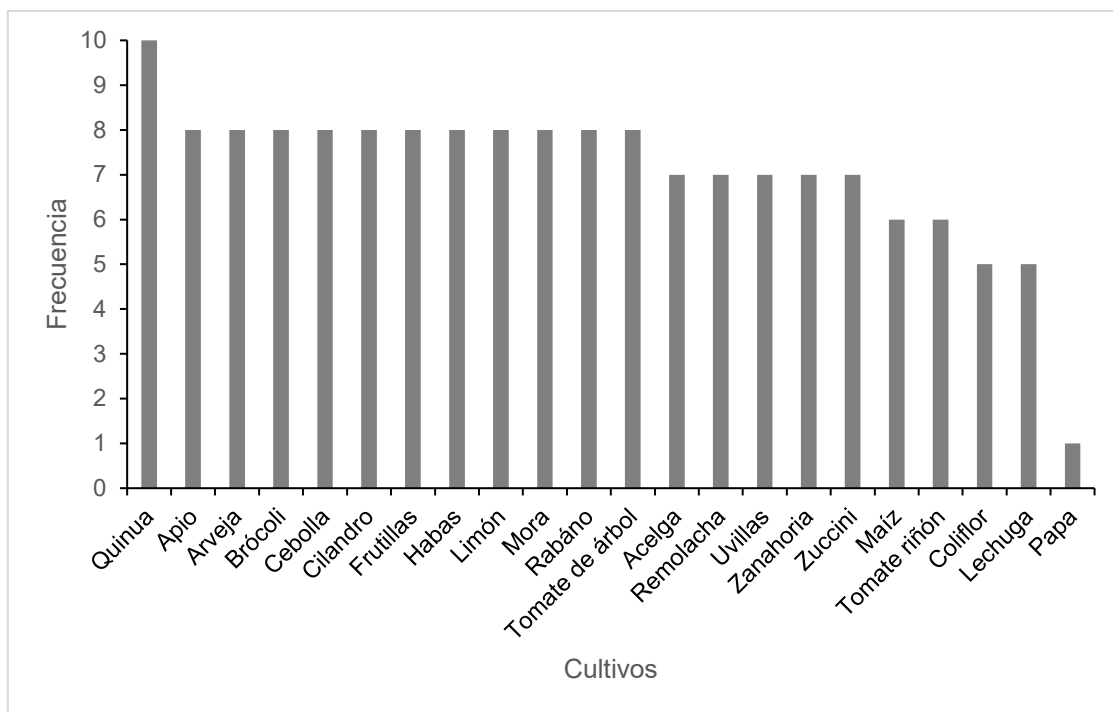
5.3.1.4 Planificación

La planificación que a continuación se presenta está basada en función de la encuesta realizada a los productores en la cual ellos indican cuales son los productos que generalmente siembra, los cultivos que mejor precio presentan durante el año, información que la vez fue comparada con la información que comparte el mercado mayorista de Riobamba en la página del SINAGAP (SISTEMA DE INFORMACIÓN PÚBLICA AGROPECUARIA).

En el caso de la parroquia Cacha los productores manifestaron que siembran quinua, apio, arveja, brócoli, cebolla, cilantro, frutillas, habas, limón, mora, rábano

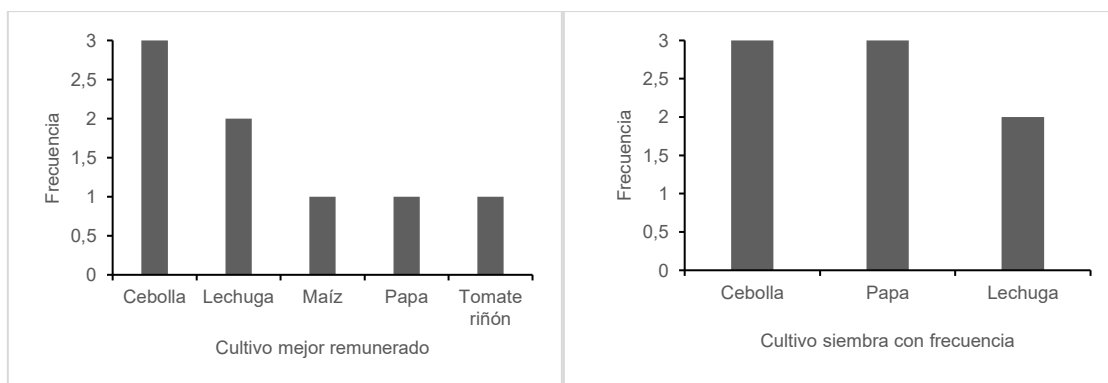
tomate de árbol, acelga, remolacha, uvillas, zanahoria amarilla, succino, maíz, tomate riñón, coliflor y papas, siendo este un cultivo que últimamente siembran en menor cantidad debido a la presencia de la punta morada una enfermedad que conlleva costos muy altos provocando que los costos de producción de este cultivo genere pérdidas para los agricultores (Figura 26).

Figura 26. Cultivos que produce la Asociación Mushuk Pacari



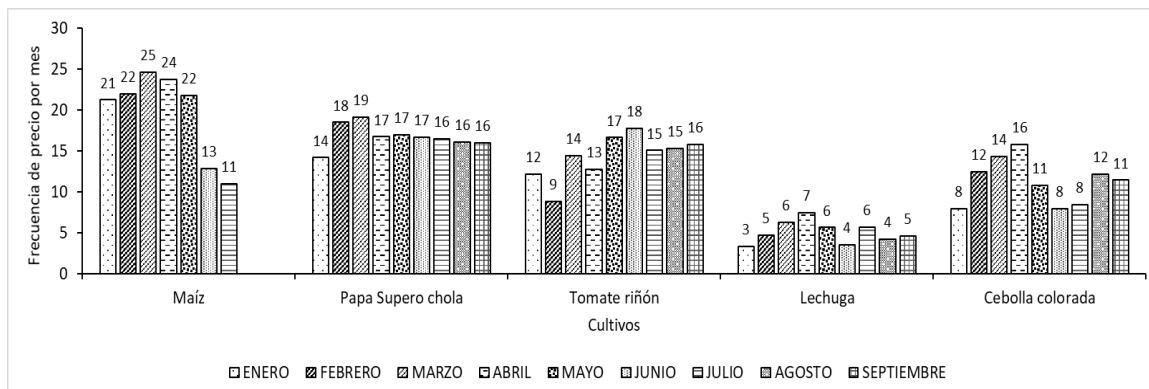
SINAGAP (SISTEMA DE INFORMACIÓN PÚBLICA AGROPECUARIA).

Figura 27. Cultivos mejor remunerados



SINAGAP (SISTEMA DE INFORMACIÓN PÚBLICA AGROPECUARIA).

Figura 28. Evolución de los precios en el periodo enero – septiembre 2021



SINAGAP (SISTEMA DE INFORMACIÓN PÚBLICA AGROPECUARIA).

En función de la información de los datos de la figura 26, los productos que mejores precios han tenido son: cebolla colorada, lechuga, maíz, tomate riñón, papa, según los datos de los precios de los productos (Figura 27), la cebolla colorada alcanzó un precio máximo de 16 el saco de 88.5 libras este precio lo alcanzó en el mes de abril. El cultivo de lechuga alcanzó un precio de \$7 en el mes de abril, el maíz en choclo tuvo los precios más altos por el saco de 85 libras en ellos meses de marzo \$25 y abril \$24; la papa mantuvo un precio entre \$14 y \$19 en el mes de marzo; el cultivo de tomate riñón llegó a su máximo valor en el mes de junio \$18 el cartón de 50 libras.

En función de los precios, los productos que más se cultivan y tomando en cuenta el calendario agrícola lunar se presenta la siguiente planificación.

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

Tabla 68. Planificador de producción para la parroquia Cacha

[illegible]

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

[illegible]

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

[illegible]

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

5.3.2 Análisis de la planificación participativa parroquia Calpi

Tabla 69. Análisis FODA de la parroquia Calpi.

FORTALEZAS Asociatividad Buenas vías de acceso Aplicación de técnicas de producción amigables con el ambiente. Diversidad de cultivos tanto en espacio como en tiempo.	OPORTUNIDADES Apoyo de ONG'S Productos agroecológicos. Mayor concientización por parte de los consumidores en el consumo de productos orgánicos y agroecológicos. Acceso mercados nuevos Industrialización de productos Acceso a capacitaciones Autoabastecimiento de productos para la asociación
FODA	
DEBILIDADES Falta de compromiso con la asociación. Falta de mano de obra. Migración La mayoría de las personas son adultas mayores. Falta de transporte propio.	AMENAZAS Falta de puntos de comercialización especializados en la producción agroecológica. Falta de transporte Aumento de la ganadería Presencia de sequías y heladas. Cambio climático Alta competencia en la cercanía Producción convencional

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

5.3.2.1 Asociatividad

La **Asociación de Productores Agropecuarios de Nitiluisa** está formada por 21 miembros, como asociación participan en diferentes actividades agrícolas y pecuarias buscando un sustento para sus familias.

Están ubicados en la parroquia Calpi en la comunidad Nitiluisa a 3213 m.n.s.m.

5.3.2.2 Técnicas de Agroecología

- **Elaboración de semilleros**



- **Rotación de cultivos**

La rotación de cultivos en esta zona consiste en la siembra de especies hortícolas de las familias: **Cucurbitaceae** (sambo, zapallo), **Solanaceae** (papa, tomate de árbol), **Brassicaceae** (col, rábano, brócoli, coliflor, nabo, papa nabo), **Chenopodaceae** (quinua, remolacha, acelga), **Asteraceae** (lechuga, cebolla blanca, cebolla perla, cebolla colorada, cilantro, apio, perejil), **Poaceae** (maíz, trigo, cebada), **Fabaceae** (habas, fréjol, arveja).



5.3.2.3 Estrategias

Tabla 70. Estrategias de planificación para la parroquia Calpi

FO	DO
Abastecer de diversidad de productos a los consumidores Acceso a capacitaciones para la elaboración de los propios insumos. Asistencia técnica para la elaboración de productos con valor agregado Producción de gran diversidad de productos en las parcelas por la disponibilidad de recursos hídricos	Capacitación de técnicas para evitar la propagación de enfermedades entre parcelas. Capacitación para evitar la erosión del suelo y para el tratamiento de nuevas enfermedades.
FA	DA
Poner en práctica los conocimientos adquiridos en las capacitaciones para combatir las enfermedades nuevas que se presenten. Aprovechar la disponibilidad de recursos para mantener la competitividad con las comunidades aledañas.	Con la apertura a nuevos mercados se podrá evitar la migración ya que existirán nuevas plazas de trabajo. Aplicación de enmiendas agrícolas adecuadas para evitar la erosión del suelo, evitando la pérdida de competitividad.

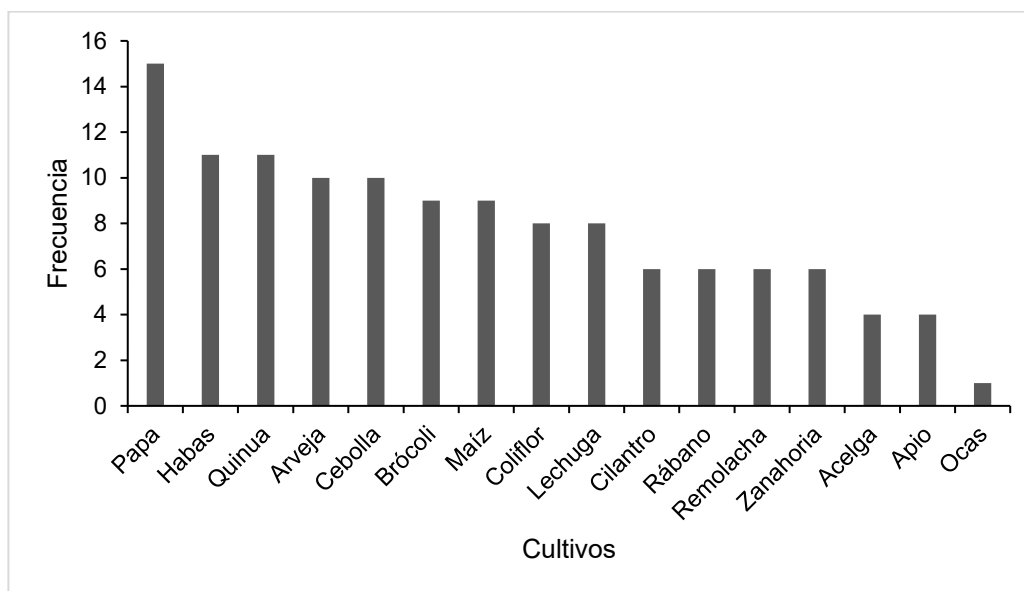
Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

5.3.2.4 Planificación

La planificación que a continuación se presenta está basada en función de la encuesta realizada a los productores en la cual ellos indican cuales son los productos que generalmente siembra, los cultivos que mejor precio presentan durante el año, información que la vez fue comparada con la información que comparte el mercado mayorista de Riobamba en la página del SINAGAP (SISTEMA DE INFORMACIÓN PÚBLICA AGROPECUARIA).

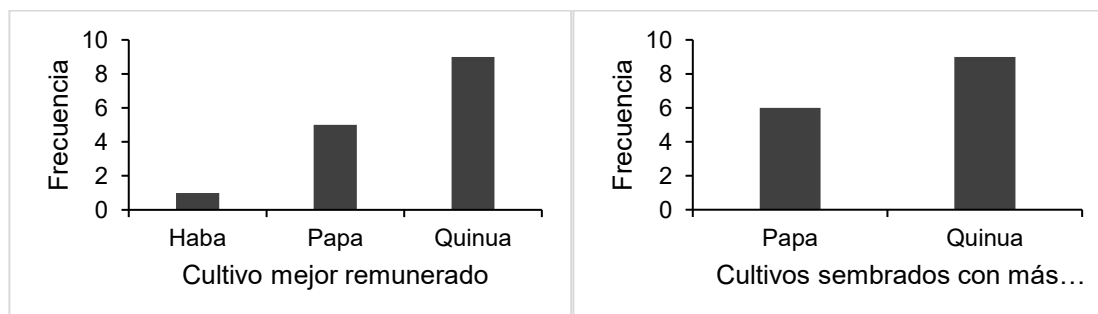
En la parroquia Calpi los productores manifestaron que siembran papa, habas, quinua, arveja, brócoli, cebolla, maíz, coliflor, lechuga, cilantro, rábano, remolacha, zanahoria, acelga, apio y oca (Figura 29).

Figura 29. Cultivos que produce la Asociación de productores Agropecuarios Nitiluisa



SINAGAP (SISTEMA DE INFORMACIÓN PÚBLICA AGROPECUARIA).

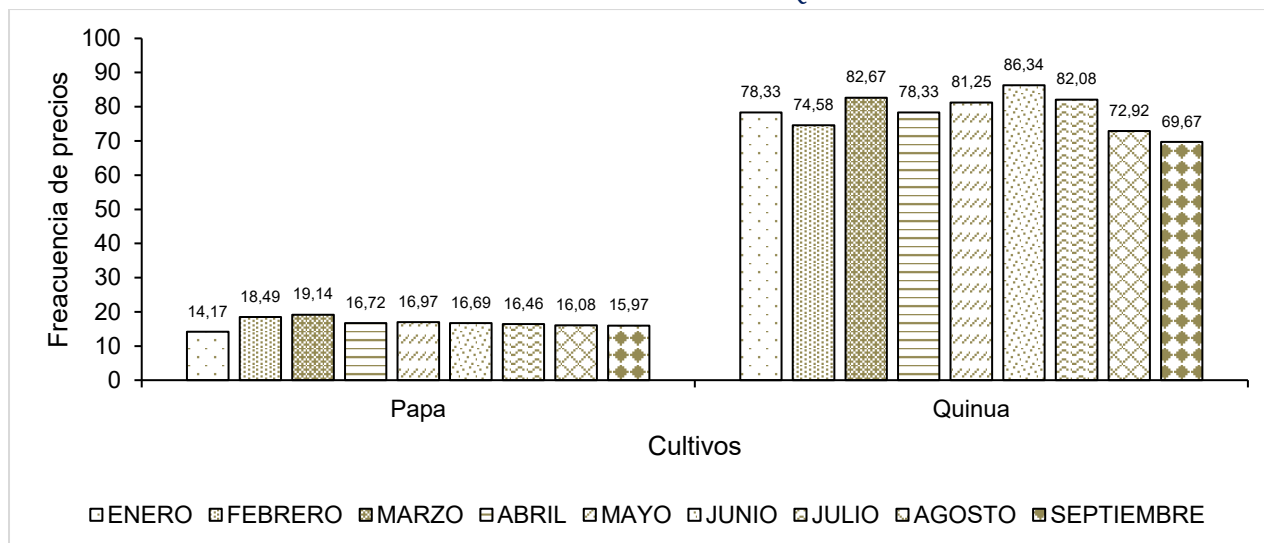
Figura 30. Cultivos mejor remunerados



SINAGAP (SISTEMA DE INFORMACIÓN PÚBLICA AGROPECUARIA).

Figura 31. Evolución de los precios en el periodo enero – septiembre 2021

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS



SINAGAP (SISTEMA DE INFORMACIÓN PÚBLICA AGROPECUARIA).

Los productos mejor remunerados (figura 30 y 31), para los agricultores son la quinua llegando a un máximo de \$86, este cultivo no es muy demandante en todos los sentidos además los productores de esta asociación venden directamente a la exportadora es así que logran mantener un precio constante y justo; la papa llegó a un valor de \$19, las condiciones de la zona son apropiadas para que la plaga de la punta morada no sea tan severa, las características de frío ayudan a que esta plaga no se desarrolle. El resto de las hortalizas en esta zona son complementarias, en la zona los adultos mayores son los que desarrollan las actividades y eso hace que se cultive productos de ciclo largo y que además son bien remunerados.

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

Tabla 71. Planificador de producción parroquia Calpi

[illegible]

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

[illegible]

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

[illegible]

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

5.3.3 Análisis de la planificación participativa de la parroquia Cubijíes

Tabla 72. Análisis FODA de la parroquia Cubijíes

FORTALEZAS Asociatividad Buenas vías de acceso Aplicación de técnicas de producción amigables con el ambiente. Diversidad de cultivos tanto en espacio como en tiempo. Conocimiento y experiencia de manejo en frutales. Autoabastecimiento de productos para la asociación	OPORTUNIDADES Productos agroecológicos. Mayor concientización por parte de los consumidores en el consumo de productos orgánicos y agroecológicos. Acceso mercados nuevos Industrialización de productos Acceso a capacitaciones
FODA	
DEBILIDADES Falta de compromiso con la asociación. Falta de mano de obra. Migración La mayoría de las personas son adultas mayores. Falta de transporte propio.	AMENAZAS Falta de puntos de comercialización especializados en la producción agroecológica. Falta de transporte Aumento de la ganadería Presencia de sequías y heladas. Cambio climático Alta competencia en la cercanía Producción convencional

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

5.3.3.1 Asociatividad

La **Asociación El Limonar** está formada por 10 miembros, como asociación participan en diferentes actividades agrícolas y pecuarias buscando un sustento para sus familias.

Están ubicados en la parroquia Cubijíes en la comunidad Bactus 2597 m.n.s.m.

Sus productos estrella son principalmente aguacates (*Persea americana*), limón (*Citrus limon*), durazno (*Prunus persica*), tomate de árbol (*Solanum betaceum*), mora (*Rubus*

glaucus Benth), fresa (*Fragaria vesca*), naranja (*Citrus sinensis*), mandarina (*Citrus reticulata*).



5.3.3.2 Técnicas de Agroecología

- **Rotación de cultivos**

La rotación de cultivos en esta zona consiste en la siembra de especies hortícolas de las familias: **Cucurbitaceae** (sambo, zapallo), **Solanaceae** (tomate de árbol), **Brassicaceae** (col, rábano, brócoli, coliflor, nabo, papa nabo), **Chenopodaceae** (quinua, remolacha, acelga), **Asteraceae** (lechuga, cebolla blanca, cebolla colorada, cilantro, apio, perejil), **Poaceae** (maíz), **Fabaceae** (habas, fréjol, arveja).

- **Elaboración de insumos**



Preparan bioles, compost, macerados y cocciones para control de plagas y enfermedades.

5.3.3.3 Estrategias

Tabla 73. Estrategias de planificación para la parroquia Cubijíes

FO	DO
Abastecer de diversidad de productos a los consumidores Acceso a capacitaciones para la elaboración de los propios insumos. Asistencia técnica para la elaboración de productos con valor agregado Producción de gran diversidad de productos en las parcelas por la disponibilidad de recursos hídricos	Capacitación de técnicas para evitar la propagación de enfermedades entre parcelas. Capacitación para evitar la erosión del suelo y para el tratamiento de nuevas enfermedades.
FA	DA
Poner en práctica los conocimientos adquiridos en las capacitaciones para combatir las enfermedades nuevas que se presenten. Aprovechar la disponibilidad de recursos para mantener la competitividad con las comunidades aledañas.	Con la apertura a nuevos mercados se podrá evitar la migración ya que existirán nuevas plazas de trabajo. Aplicación de enmiendas agrícolas adecuadas para evitar la erosión del suelo, evitando la pérdida de competitividad.

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

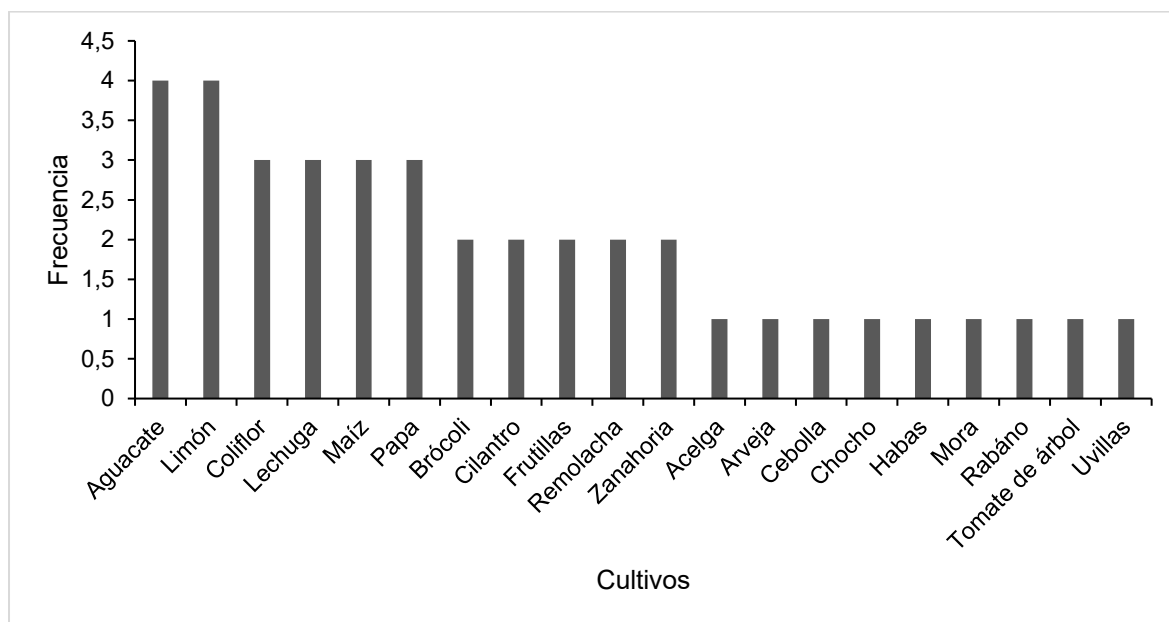
5.3.3.4 Planificación

La planificación que a continuación se presenta está basada en función de la encuesta realizada a los productores en la cual ellos indican cuales son los productos que generalmente siembra, los cultivos que mejor precio presentan durante el año, información que la vez fue comparada con la información que comparte el mercado mayorista de Riobamba en la página del SINAGAP (SISTEMA DE INFORMACIÓN PÚBLICA AGROPECUARIA).

En el caso de la parroquia Cubijíes los productores manifestaron que siembran aguacate, limón, coliflor, lechuga, maíz, papa, brócoli, cilantro, frutillas, remolacha, zanahoria, acelga, arveja, cebolla, chocho, habas, mora, rábano tomate de árbol, uvillas, tomate riñón (Figura 32).

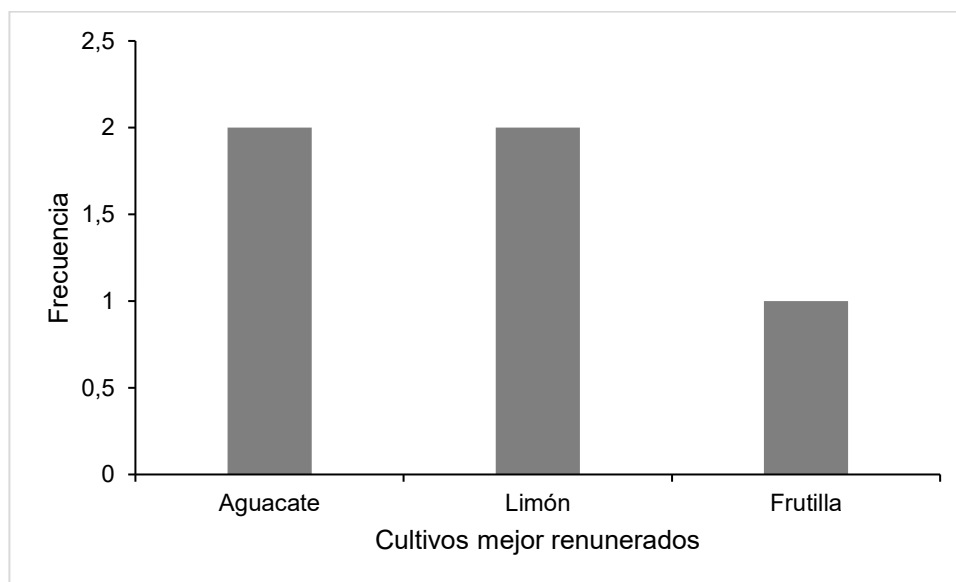
La asociación granja el Limonar se caracteriza por la producción de aguacates, limones, fresas, que son los productos que más se venden principalmente en las ferias.

Figura 32. Cultivos que produce la Asociación El Limomar



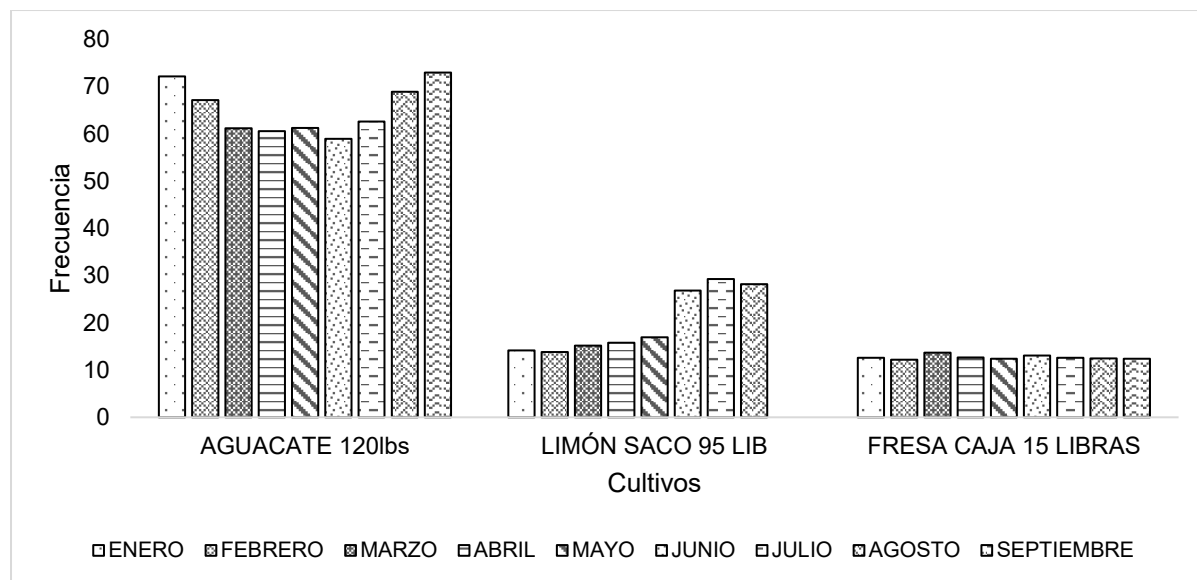
SINAGAP (SISTEMA DE INFORMACIÓN PÚBLICA AGROPECUARIA).

Figura 33. Cultivos mejor remunerados



SINAGAP (SISTEMA DE INFORMACIÓN PÚBLICA AGROPECUARIA).

Figura 34. Evolución de los precios en el periodo enero – septiembre 2021



SINAGAP (SISTEMA DE INFORMACIÓN PÚBLICA AGROPECUARIA).

Según los precios del mercado el saco de aguacate de 120 libras ha llegado a un valor de \$73 según los datos del SINAGAP, el saco de limón de 95 libras llegó a un valor de \$29, la caja de fresa llegó a \$13 como un valor máximo y a \$12.38 como un valor mínimo manteniendo un precio constante en el año; como complemento se planifica la siembra de productos complementarios, para tener diferentes alternativas de venta, ya que condiciones adversas pueden generar daños a los árboles y así mermar la producción.

Tabla 74. Planificador de producción de la parroquia Cubijíes

	OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4								
Lechuga																																																												
Siembra						x			x									x			x																																							
Aporque y fertilización																																																												
Aplicaciones de biol									x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x											
Control de plagas									x																																																			
Riego						x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x																																												
Cosecha																																																												
Cultivo de cebolla colorada																																																												
Siembra									x																																																			
Deshierbe																																																												
Aporque y fertilización																																																												
Aplicaciones de biol									x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x											
Control de plagas																																																												
Riego									x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x											
Cosecha																																																												
Cultivo de Limón																																																												
Siembra																																																												
Deshierbe																																																												
Fertilización																																																												

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

[illegible]

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

[illegible]

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

5.3.4 Análisis de la planificación participativa de la parroquia Licán

Tabla 75. Análisis FODA de la parroquia Licán

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Aplicación de técnicas de producción amigables con el ambiente.	Productos agroecológicos.
Diversidad de cultivos tanto en espacio como en tiempo.	Mayor concientización por parte de los consumidores en el consumo de productos orgánicos y agroecológicos.
Autoabastecimiento de productos para la asociación.	Acceso mercados nuevos
Transporte propio	Industrialización de productos
Buenas vías de acceso	Acceso a capacitaciones
FODA	
DEBILIDADES	AMENAZAS
Falta de compromiso con la asociación.	Falta de puntos de comercialización especializados en la producción agroecológica.
Falta de agua de riego	Aumento de la ganadería
Migración	Presencia de sequías y heladas.
La mayoría de las personas son adultas mayores.	Cambio climático
Falta de transporte propio.	Alta competencia en la cercanía
Falta de asociatividad	Producción convencional

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

5.3.4.1 Asociatividad

En la parroquia Licán no se encontró una asociación sin embargo, se trabajó con la comunidad de Aprendizaje de la parroquia, cuyos miembros principalmente fueron delegados de las diferentes comunidades.

5.3.4.2 Técnicas Agroecológicas

- **Rotación de cultivos**

La rotación de cultivos en esta zona consiste en la siembra de especies hortícolas de las familias: **Cucurbitaceae** (sambo, zapallo, zucchini), **Solanaceae** (tomate de árbol, tomate riñón), **Brassicaceae** (col, rábano, brócoli, coliflor, nabo, papa nabo),

Chenopodaceae (quinua, remolacha, acelga, espinaca), **Asteraceae** (lechuga, cebolla blanca, cebolla colorada, cilantro, apio, perejil), **Poaceae** (maíz), **Fabaceae** (habas, fréjol, arveja, chocho).



- **Cortinas rompe vientos**
- **Cultivo de frutales** principalmente encontramos aguacates (*Persea americana*), limón (*Citrus limon*), durazno (*Prunus persica*), tomate de árbol (*Solanum betaceum*), mora (*Rubus glaucus* Benth), fresa (*Fragaria vesca*), naranja (*Citrus sinensis*), mandarina (*Citrus reticulata*), babaco (*Vasconcellea × heilbornii*), granadilla (*Passiflora ligularis*), de manera silvestre taxo (*Passiflora tripartita*).



- **Elaboración de insumos**



5.3.4.3 Estrategias

Tabla 76. Estrategias de planificación de la parroquia Licán

FO	DO
Abastecer de diversidad de productos a los consumidores Acceso a capacitaciones para la elaboración de los propios insumos. Asistencia técnica para la elaboración de productos con valor agregado Producción de gran diversidad de productos en las parcelas por la disponibilidad de recursos hídricos	Capacitación de técnicas para evitar la propagación de enfermedades entre parcelas. Capacitación para evitar la erosión del suelo y para el tratamiento de nuevas enfermedades. Utilizar adecuadamente el agua que compran para sus reservorios.
FA	DA
Poner en práctica los conocimientos adquiridos en las capacitaciones para combatir las enfermedades nuevas que se presenten. Aprovechar la disponibilidad de recursos para mantener la competitividad con las comunidades aledañas.	Con la apertura a nuevos mercados se podrá evitar la migración ya que existirán nuevas plazas de trabajo. Aplicación de enmiendas agrícolas adecuadas para evitar la erosión del suelo, evitando la pérdida de competitividad.

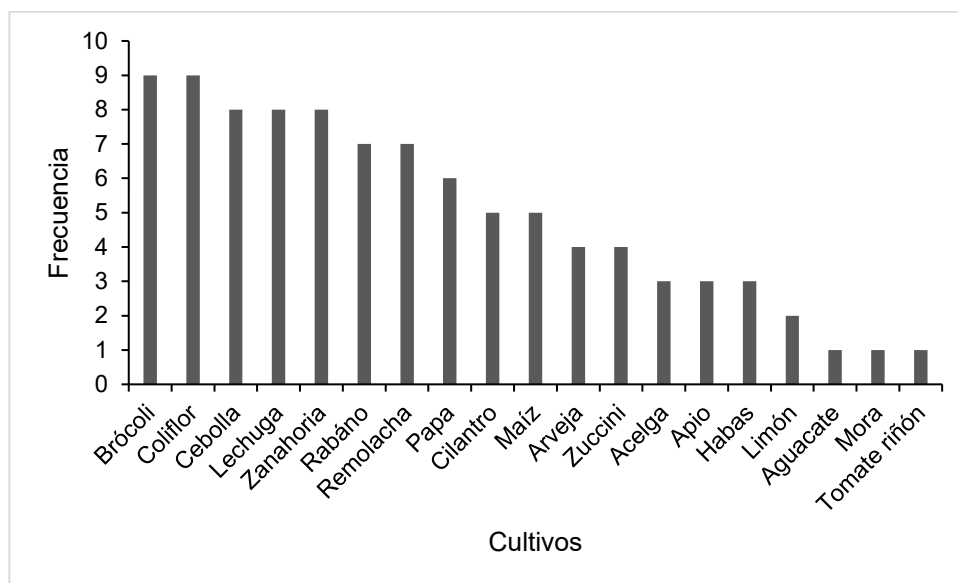
Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

5.3.4.4 Planificación

La planificación que a continuación se presenta está basada en función de la encuesta realizada a los productores en la cual ellos indican cuales son los productos que generalmente siembra, los cultivos que mejor precio presentan durante el año, información que la vez fue comparada con la información que comparte el mercado mayorista de Riobamba en la página del SINAGAP (SISTEMA DE INFORMACIÓN PÚBLICA AGROPECUARIA).

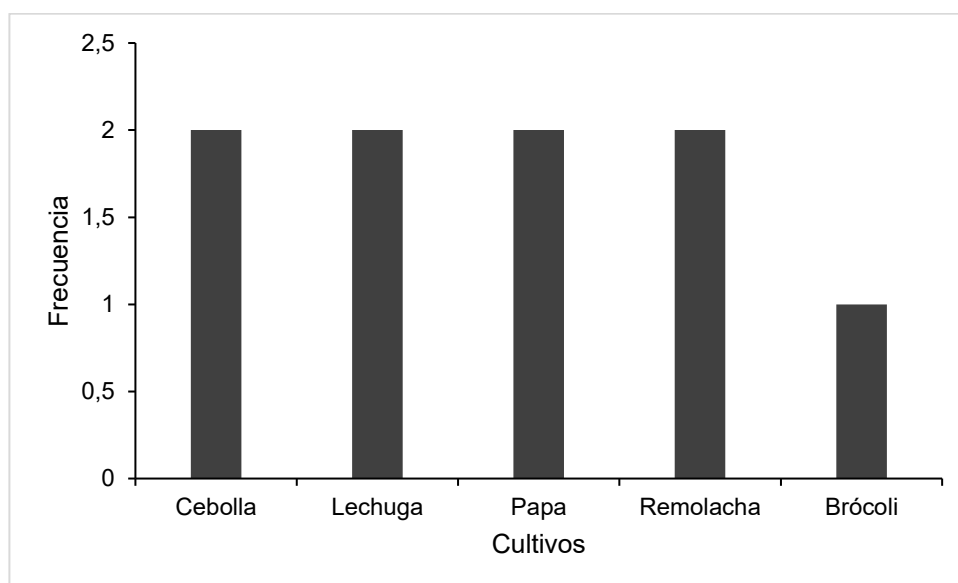
Según el levantamiento de información (figura 35) los productores de la parroquia Licán principalmente siembran brócoli, coliflor, cebolla, lechuga, zanahoria, remolacha, papa, maíz, arveja.

Figura 35. Cultivos de la parroquia Licán



SINAGAP (SISTEMA DE INFORMACIÓN PÚBLICA AGROPECUARIA).

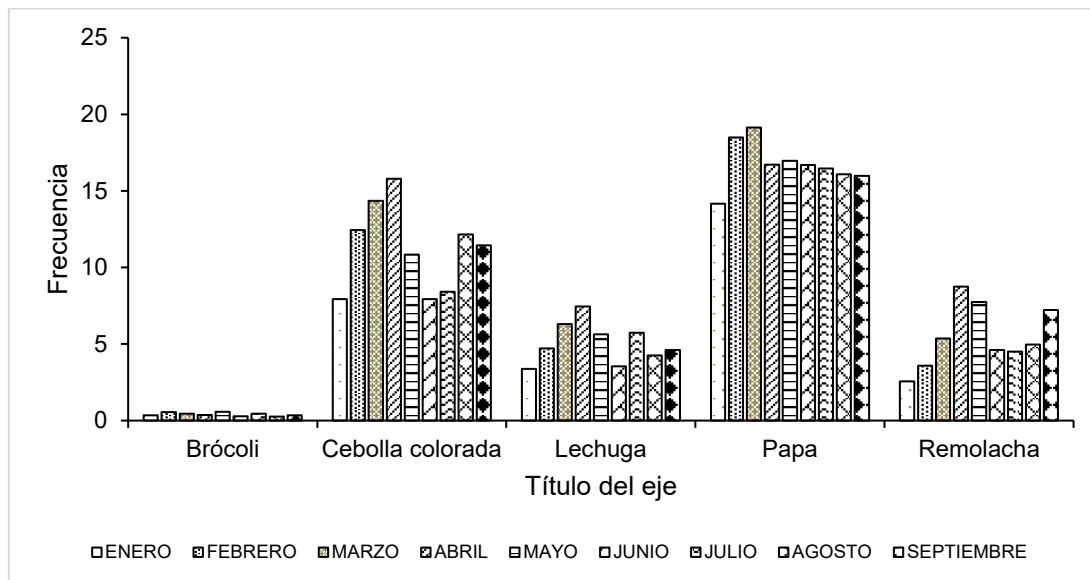
Figura 36. Cultivos mejor remunerados



SINAGAP (SISTEMA DE INFORMACIÓN PÚBLICA AGROPECUARIA).

Para los productores los productos mejor remunerados son: la cebolla, lechuga, papa, remolacha, brócoli (Figura 36).

Figura 37. Evolución de los precios Enero – septiembre 2021



SINAGAP (SISTEMA DE INFORMACIÓN PÚBLICA AGROPECUARIA).

La figura 37 nos indican que en el caso del brócoli por unidad ha llegado a un valor máximo de \$ 0.58 el valor del kilo en el mes de mayo, esto equivale a una pella (unidad grande) y a un valor mínimo de \$ 0.26 el kilo en el mes de agosto, la malla de cebolla con un valor máximo de \$15.79 en el mes de abril y un mínimo de \$7.93 para los meses de enero y junio; en el caso de la papa el precio más alto lo alcanzó en el mes de marzo (\$19) y el precio más bajo fue en el mes de enero (\$14.17); la remolacha el precio más alto presentó el mes de abril (\$8.75) y el precio más bajo en enero (\$2,56).

Tabla 77. Planificador de producción parroquia Licán

[illegible]

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

[illegible]

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

[illegible]

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

5.3.5 Análisis de la planificación participativa de la parroquia Pungalá

Tabla 78. Análisis FODA de la parroquia Pungalá

FORTALEZAS Asociatividad Aplicación de técnicas de producción amigables con el ambiente. Gran variabilidad de productos. Diversidad de cultivos tanto en espacio como en tiempo. Autoabastecimiento de productos para la asociación. Poseen agua de riego. Buenas vías de acceso	OPORTUNIDADES Productos agroecológicos. Mayor concientización por parte de los consumidores en el consumo de productos orgánicos y agroecológicos. Acceso mercados nuevos Industrialización de productos Acceso a capacitaciones
FODA	
DEBILIDADES Gran parte de los asociados son adultos mayores. Falta de compromiso con la asociación. Migración Falta de transporte propio. Falta de asociatividad	AMENAZAS Aumento de la ganadería Presencia de sequías y heladas. Cambio climático Alta competencia en la cercanía Producción convencional

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

5.3.5.1 Asociatividad

La Asociación Sembrando Vida, Cosechando Futuro está formada por 20 miembros, como asociación participan en diferentes actividades agrícolas y pecuarias buscando un sustento para sus familias.

Están ubicados en la parroquia Pungalá en la comunidad Anguiñay 2597 m.n.s.m.

5.3.5.2 Técnicas Agroecológicas

- **Elaboración de semilleros**



- **Rotación de cultivos**

La rotación de cultivos en esta zona consiste en la siembra de especies hortícolas de las familias: **Cucurbitaceae** (sambo, zapallo, zucchini), **Solanaceae** (tomate de árbol, tomate riñón), **Brassicaceae** (col, rábano, brócoli, coliflor, nabo, papa nabo), **Chenopodaceae** (quinua, remolacha, acelga, espinaca), **Asteraceae** (lechuga, cebolla blanca, cebolla colorada, cilantro, apio, perejil), **Poaceae** (maíz), **Fabaceae** (habas, fréjol, arveja).



- **Elaboración de bioinsumos.**

5.3.5.3 Estrategias

Tabla 79. Estrategias de planificación de la parroquia Pungalá

FO	DO
Abastecer de diversidad de productos a los consumidores Acceso a capacitaciones para la elaboración de los propios insumos. Asistencia técnica para la elaboración de productos con valor agregado Producción de gran diversidad de productos en las parcelas por la disponibilidad de recursos hídricos	Capacitación de técnicas para evitar la propagación de enfermedades entre parcelas. Capacitación para evitar la erosión del suelo y para el tratamiento de nuevas enfermedades.
FA	DA
Poner en práctica los conocimientos adquiridos en las capacitaciones para combatir las enfermedades nuevas que se presenten. Aprovechar la disponibilidad de recursos para mantener la competitividad con las comunidades aledañas.	Con la apertura a nuevos puntos de venta se podrá evitar la migración ya que existirán nuevas plazas de trabajo. Aplicación de enmiendas agrícolas adecuadas para evitar la erosión del suelo, evitando la pérdida de competitividad.

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

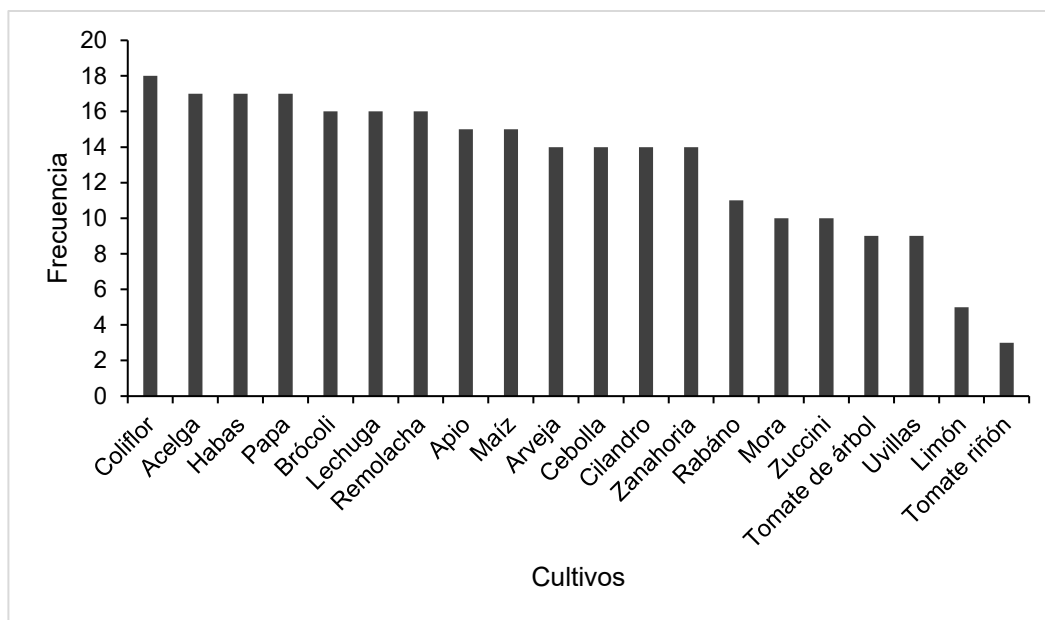
5.3.5.4 Planificación

La planificación que a continuación se presenta está basada en función de la encuesta realizada a los productores en la cual ellos indican cuales son los productos que generalmente siembra, los cultivos que mejor precio presentan durante el año, información que la vez fue comparada con la información que comparte el mercado mayorista de Riobamba en la página del SINAGAP (SISTEMA DE INFORMACIÓN PÚBLICA AGROPECUARIA).

El levantamiento de información (figura 38) los productores de la parroquia Pungalá principalmente siembran: coliflor, acelga habas, papa, brócoli, lechuga, remolacha, maíz, arveja, cebolla.

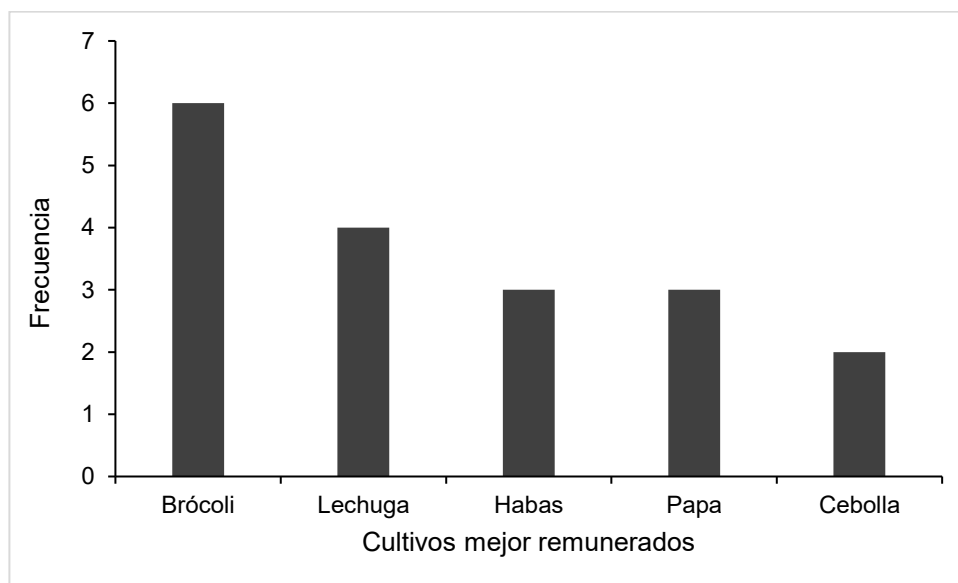
En menor proporción cultivan limón y tomate riñón.

Figura 38. Cultivos de la parroquia Pungalá



SINAGAP (SISTEMA DE INFORMACIÓN PÚBLICA AGROPECUARIA).

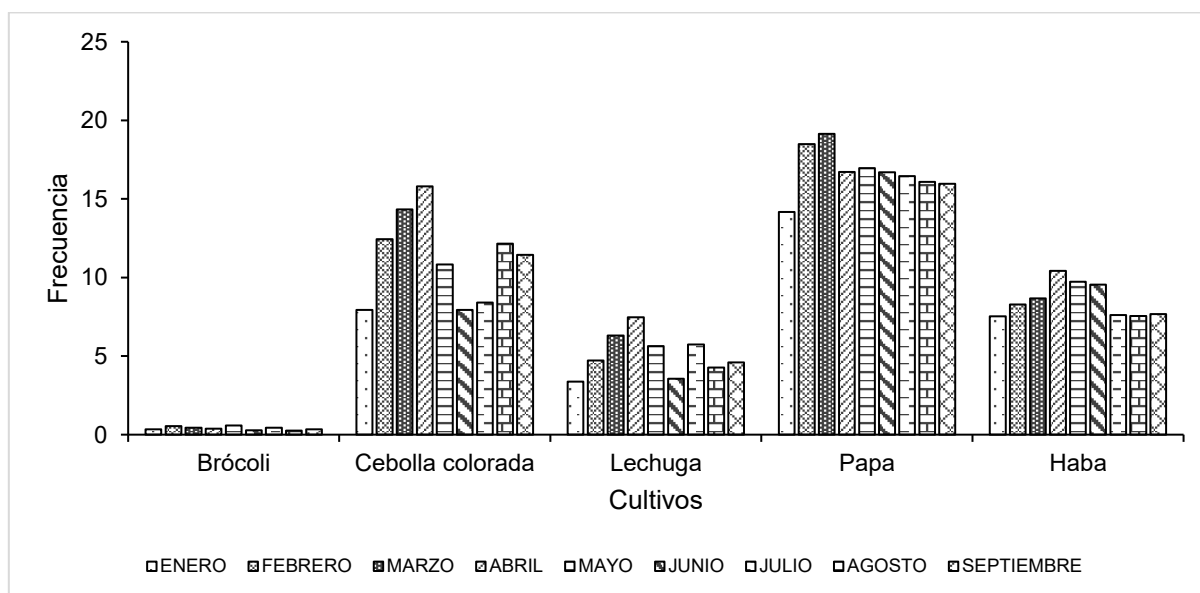
Figura 39. Cultivos mejor remunerados



SINAGAP (SISTEMA DE INFORMACIÓN PÚBLICA AGROPECUARIA).

Los productores indicaron que los productos mejor remunerados son: el brócoli, la lechuga, las habas, la papa y la cebolla (Figura 39).

Figura 40. Evolución de los precios Enero – Septiembre 2021



SINAGAP (SISTEMA DE INFORMACIÓN PÚBLICA AGROPECUARIA).

La figura 40 nos indican que en el caso del brócoli por unidad ha llegado a un valor máximo de \$ 0.58 el valor del kilo en el mes de mayo, esto equivale a una pella (unidad grande) y a un valor mínimo de \$ 0.26 el kilo en el mes de agosto, la malla de cebolla con un valor máximo de \$15.79 en el mes de abril y un mínimo de \$7.93 para

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

los meses de enero y junio; en el caso de la papa el precio más alto lo alcanzó en el mes de marzo (\$19) y el precio más bajo fue en el mes de enero (\$14.17), para el haba tierna el valor más alto fue en el mes abril (\$10) y el precio más bajo correspondió a los meses Julio, agosto Septiembre (\$7).

En función a lo analizado presentamos la propuesta de siembras de los diferentes cultivos con mayor potencial.

Tabla 80. Planificación de producción parroquia Pungalá

[illegible]

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

[illegible]

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

[illegible]

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

5.3.6 Análisis de la planificación participativa de la parroquia Punín

Tabla 81. Análisis FODA de la parroquia Punín

FORTALEZAS	DEBILIDADES
-Cuenta con el convenio con el MAG para manejar el Centro de Acopio. -Ubicación estratégico. -Canastas de productos agrícolas consolidados. -Variedad de productos agrícolas. -Entrega a domicilio sin costo adicional. -Clientes Fijos. -Cuentan con Facebook y acceso a redes sociales. - Apoyo del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG). - Productos de calidad - Precios competitivos -Terrenos productivos	-Poca planificación de siembra entre miembros de la asociación. -Falta de estrategias de comercialización. -Pocos integrantes activos dentro de la asociación. - Falta de sostenibilidad de la cadena de distribución -Carencia en un reglamento. - Las canastas no son creadas en función de la demanda del mercado
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
-Incremento de socios. -Crear vínculos con asociaciones que tengan el mismo objetivo. -Acceso a nuevos mercados. -Asistencia técnica. -Acceso a precios justos. -Acceso a créditos. -Asistencia técnica ESPOCH y otras	-Falta de acceso a un mercado fijo. -Sobreproducción del mercado. -Pérdida de clientes. -Perdida de espacios seguros de comercialización. -Ser excluidos de ferias organizadas por entidades públicas. -Cambio climático y desastres naturales -Cambios Administrativos en las entidades gubernamentales que los apoyan

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

5.3.6.1 Asociatividad:

ASOPROCHIM es una asociación que consta de 8 miembros, los mismo que se dedican a la producción y básicamente a la elaboración de las canastas agrícolas.

Están ubicados en la parroquia Punín comunidad Santa Bárbara.



5.3.6.2 Técnicas Agroecológicas

- Principalmente utilizan la rotación de cultivos.

5.3.6.3 Estrategias

Tabla 82. Estrategias de planificación de la parroquia Pungalá

FO	DO
Abastecer de diversidad de productos a los consumidores con productos de buena calidad mediante los procesos de postcosecha. Acceso a capacitaciones para la elaboración de los propios insumos. Asistencia técnica para la elaboración de productos con valor agregado Producción de gran diversidad de productos en las parcelas por la disponibilidad de recursos hídricos	Capacitación de técnicas para evitar la propagación de enfermedades entre parcelas. Capacitación para evitar la erosión del suelo y para el tratamiento de nuevas enfermedades.
FA	DA
Poner en práctica los conocimientos adquiridos en las capacitaciones para combatir las enfermedades nuevas que se presenten. Aprovechar la disponibilidad de recursos para mantener la competitividad con las comunidades aledañas.	Aplicación de enmiendas agrícolas adecuadas para evitar la erosión del suelo, evitando la pérdida de competitividad.

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

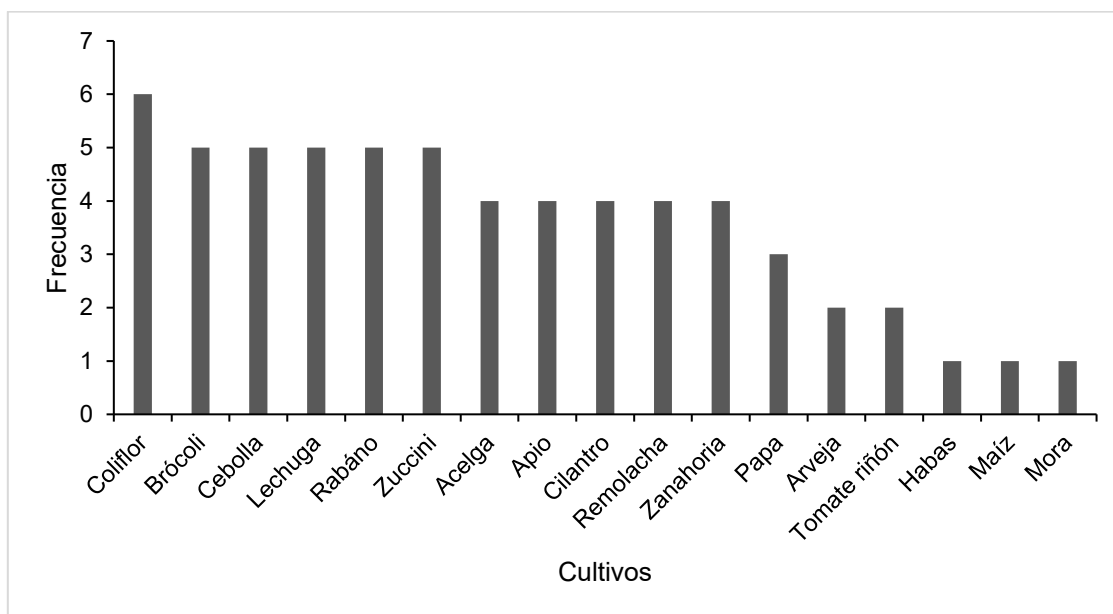
5.3.6.4 Planificación

La planificación que a continuación se presenta está basada en función de la encuesta realizada a los productores en la cual ellos indican cuales son los productos que generalmente siembra, los cultivos que mejor precio presentan durante el año, información que la vez fue comparada con la información que comparte el mercado mayorista de Riobamba en la página del SINAGAP (SISTEMA DE INFORMACIÓN PÚBLICA AGROPECUARIA).

Según el levantamiento de información (figura 41) los productores de la parroquia Punín principalmente siembran: coliflor, brócoli, cebolla, lechuga, rábano, zucchini, acelga, apio, cilantro, remolacha, zanahoria.

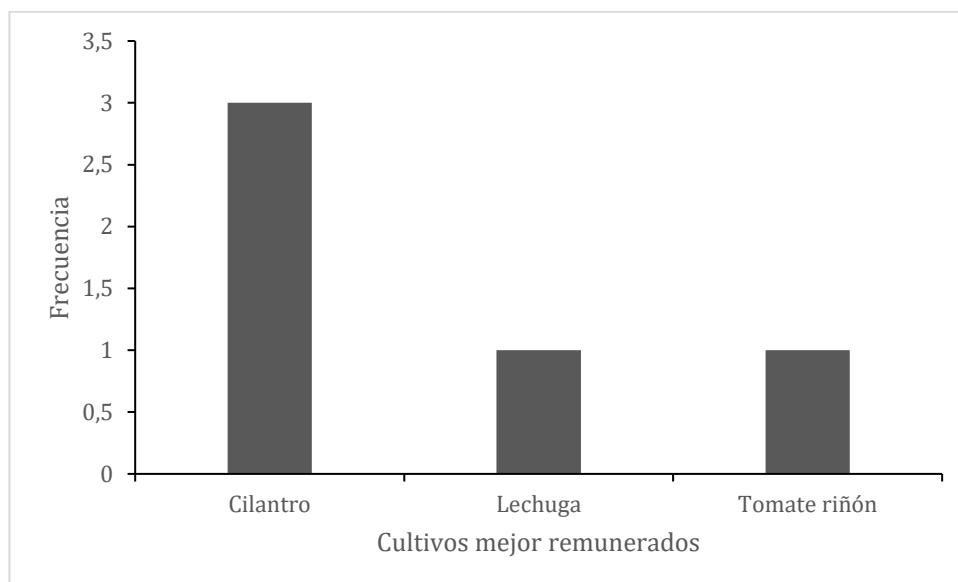
En menor proporción mora, maíz y habas.

Figura 41. Cultivos de la parroquia Punín



SINAGAP (SISTEMA DE INFORMACIÓN PÚBLICA AGROPECUARIA).

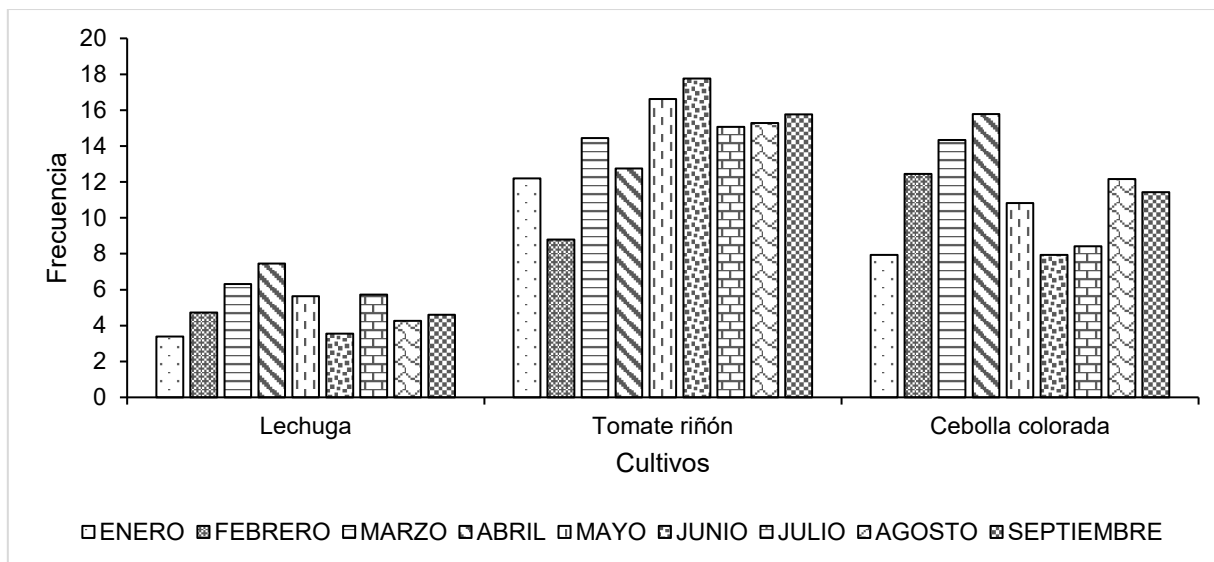
Figura 42. Cultivos mejor remunerados



SINAGAP (SISTEMA DE INFORMACIÓN PÚBLICA AGROPECUARIA).

Para los productores de la ASOPROCHIM los productos mejor remunerados son: el cilantro, la lechuga y el tomate riñón (figura 42).

Figura 43. Evolución de los precios Enero – septiembre 2021



SINAGAP (SISTEMA DE INFORMACIÓN PÚBLICA AGROPECUARIA).

La figura 41 nos indican que en el caso del brócoli por unidad ha llegado a un valor máximo de \$ 0.58 el valor del kilo en el mes de mayo, esto equivale a una pella (unidad grande) y a un valor mínimo de \$ 0.26 el kilo en el mes de agosto, la malla de cebolla con un valor máximo de \$15.79 en el mes de abril y un mínimo de \$7.93 para los meses de enero y junio; en el caso de la papa el precio más alto lo alcanzó en el mes de marzo (\$19) y el precio más bajo fue en el mes de enero (\$14.17); la remolacha el precio más alto presentó el mes de abril (\$8.75) y el precio más bajo en enero (\$2,56).

Según lo analizado para la asociación ASOPROCHIM presentamos la siguiente propuesta de planificación.

Tabla 83. Planificación de producción parroquia Punín

	Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Cultivo de cilatro																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

[illegible]

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

[illegible]

5.3.7 Análisis de la planificación participativa de la parroquia San Luis

Tabla 84. Análisis FODA de la parroquia San Luis

FORTALEZA	DEBILIDADES
-Lugar de Ubicación. -Apoyo del Ministerio de Agricultura. -Trabajo en conjunto en sus terrenos. -Experiencia del manejo de hortalizas. -Ser proveedores de productos para el centro turístico del MAG -Producción de abono orgánico en la graja de Guaslán -Terrenos productivos grandes	-Falta de vehículo propio para el transporte de productos al mercado -Falta de planificación en la organización. -Falta de liderazgo con experiencia. -Falta de tiempo. -Falta de recursos de la organización. -Bajo nivel de competitividad. -Falta de compromiso de los miembros. -Reglamento no establecido. -Falta de acceso directo al consumidor. -Falta de acceso a un mercado fijo. -Falta de marketing para su comercialización. -Poca variedad en la producción agrícola.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
-Acceder a nuevos mercados. -Participación en ferias desarrolladas por el MAG, Municipio y otras instituciones Gubernamentales. -Convenio con ONG y/o instituciones gubernamentales. -Asistencia técnica ESPOCH y otras -Acceso a precios justos. -Acceso a créditos.	-Falta de acceso a un mercado fijo. --Sobreproducción del mercado. -Pérdida de clientes. -Perdida de espacios seguros de comercialización. -Ser excluidos de ferias organizadas por entidades públicas. -Cambio climático y desastres naturales -Cambios Administrativos en las entidades gubernamentales que los apoyan

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

5.3.7.1 Asociatividad

La asociación 4 de diciembre está formado por 23 participantes. Se encuentran ubicados en la parroquia San Luis comunidad de Guaslán.

5.3.7.2 Técnicas Agroecológicas

- **Diversidad de cultivos**



5.3.7.3 Estrategias

Tabla 85. Estrategias de planificación de la parroquia San Luis

FO	DO
Abastecer de diversidad de productos a los consumidores con buenos productos. Acceso a capacitaciones para la elaboración de los propios insumos. Asistencia técnica para la elaboración de productos con valor agregado Producción de gran diversidad de productos en las parcelas por la disponibilidad de recursos hídricos	Capacitación de técnicas para evitar la propagación de enfermedades entre parcelas. Capacitación para evitar la erosión del suelo y para el tratamiento de nuevas enfermedades.
FA	DA
Poner en práctica los conocimientos adquiridos en las capacitaciones para combatir las enfermedades nuevas que se presenten. Aprovechar la disponibilidad de recursos para mantener la competitividad con las comunidades aledañas.	Aplicación de enmiendas agrícolas adecuadas para evitar la erosión del suelo, evitando la pérdida de competitividad.

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

5.3.7.4 Planificación

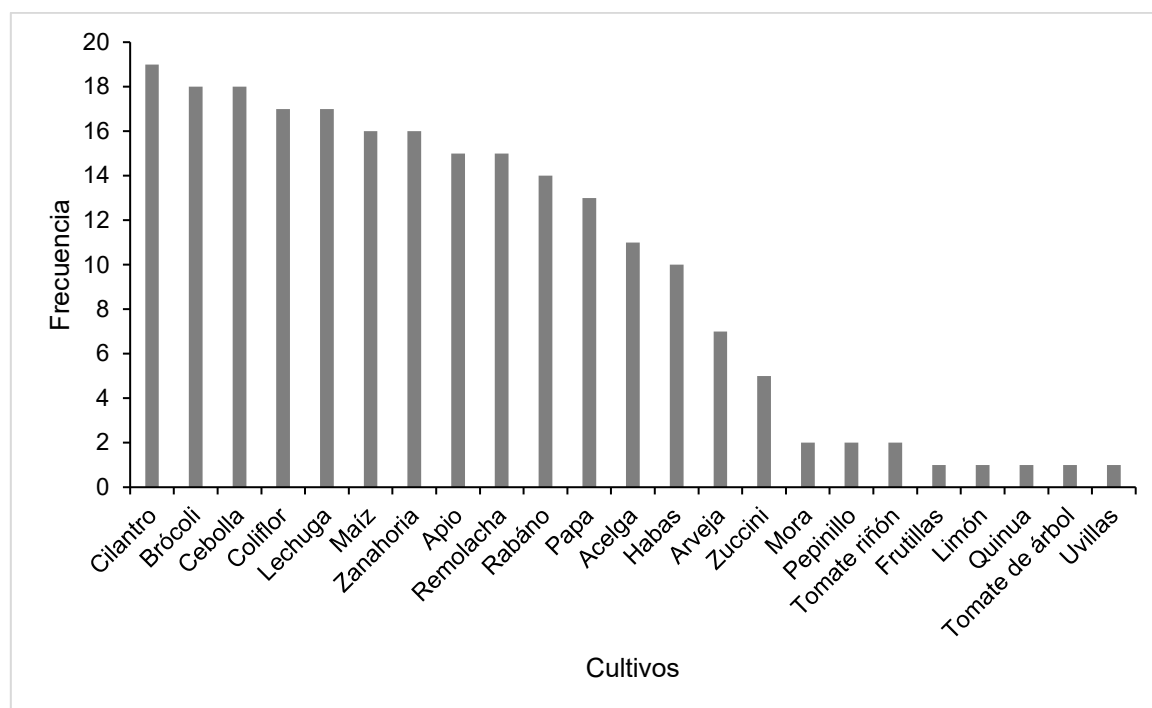
La planificación que a continuación se presenta está basada en función de la encuesta realizada a los productores en la cual ellos indican cuales son los productos que generalmente siembra, los cultivos que mejor precio presentan durante el año, información que la vez fue comparada con la información que comparte el mercado

mayorista de Riobamba en la página del SINAGAP (SISTEMA DE INFORMACIÓN PÚBLICA AGROPECUARIA).

La asociación se dedica la siembra de la mayoría de las hortalizas principalmente, cilantro, brócoli, cebolla, coliflor, lechuga, maíz, zanahoria, apio, remolacha, rábano, papa, acelga, habas (figura 44).

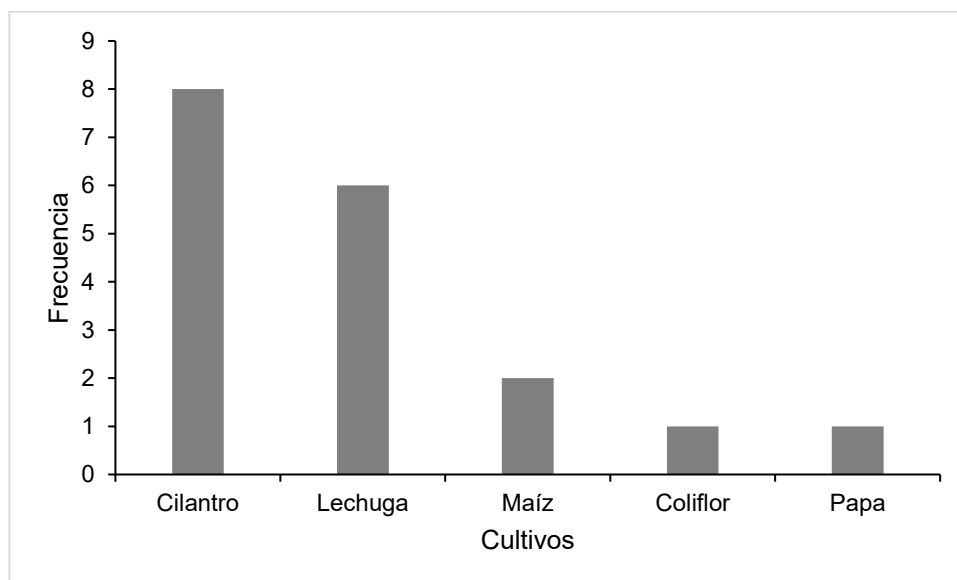
En menor cantidad, uvillas, tomate de árbol, quinua, frutillas, limón.

Figura 44. Cultivos de la asociación 4 de diciembre



SINAGAP (SISTEMA DE INFORMACIÓN PÚBLICA AGROPECUARIA).

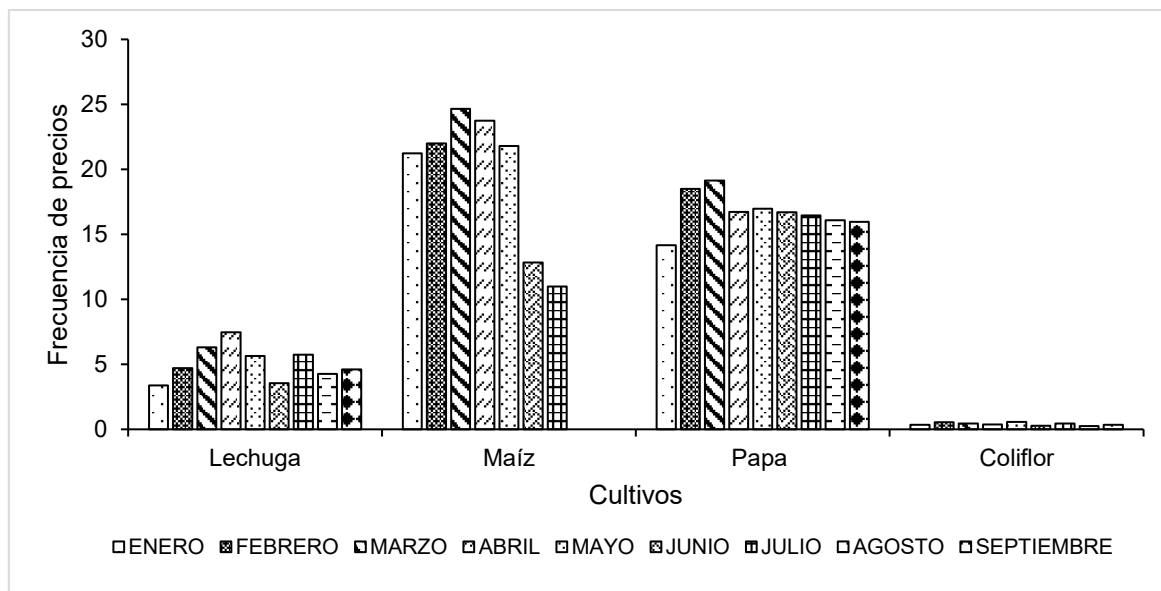
Figura 45. Cultivo mejor remunerado



SINAGAP (SISTEMA DE INFORMACIÓN PÚBLICA AGROPECUARIA).

Para los agricultores de la asociación 4 de diciembre de la parroquia San Luis los productos mejor remunerados son el cilantro, la lechuga, el maíz, coliflor y papa (figura 45).

Figura 46. Evolución de los precios Enero – septiembre 2021



SINAGAP (SISTEMA DE INFORMACIÓN PÚBLICA AGROPECUARIA).

La figura 46, nos indica que la lechuga llegó a costar 7 dólares el saco en el mes de abril, valor más alto que alcanzó en el año, los meses de enero y junio llegaron a los valores más bajos con \$3 y \$4 respectivamente; en el caso del maíz en tierno o llamado también choclo el valor más alto que se obtuvo por el saco fue de 25 y 24 dólares en los meses de abril y mayo respectivamente, el valor más bajo fue de 11 dólares el saco en el mes de septiembre, en el caso de la papa el precio más alto lo alcanzó en el mes de marzo (\$19) y el precio más bajo fue en el mes de enero (\$14.17); para el caso de la coliflor el precio más alto por pella fue de \$0.58 en el mes de mayo y el valor más bajo fue de \$ 0.26 en el mes de agosto.

Tabla 86. Planificación de producción parroquia San Luis

[illegible]

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

[illegible]

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

[illegible]

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

5.3.8 Análisis de la planificación participativa de la parroquia San Juan

Tabla 87. Análisis FODA de la parroquia San Juan

FORTALEZAS	DEBILIDADES
-Ubicación en lugar estratégico. -Cuenta con un producto reconocido localmente, que posee registro sanitario -Establecimiento de la asociación hace varios años. -Siembra de cultivos a gran escala. -Asistencia a varios cursos por parte de la directiva. -Planificación de siembra. -Uso de redes sociales para la comercialización. -Cuentan con infraestructura apropiada para la producción de yogurt -Poseen miembros con conocimientos para mejorar su producción. -Buena predisposición a trabajar de los miembros de la asociación -Experiencia en manejo de tubérculos.	-El yogurt de mashua es poco conocido dentro del mercado nacional. -Miembros activos realizan otro tipo de actividades, limitando su entrega a las actividades de la asociación. -Existe personas con poca participación debido a que son adultos mayores.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
-Incremento de socios. -Crear vínculos con asociaciones que tengan el mismo objetivo. -Acceso a nuevos mercados. -Asistencia técnica. -Acceso a precios justos. -Acceso a créditos. -Asistencia técnica ESPOCH y otras	- Falta de acceso a un mercado fijo. -Pérdida de clientes. -Pérdida de espacios seguros de comercialización. -Cambio climático y desastres naturales -Cambios Administrativos en las entidades gubernamentales que los apoyan

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

5.3.8.1 Asociatividad

La Asociación Mushuy Kausay está formada por 22 miembros, como asociación participan en diferentes actividades agrícolas y pecuarias buscando un sustento para sus familias.

Están ubicados en la parroquia San Juan en la comunidad Calerita 3240 m.n.s.m.

5.3.8.2 Técnicas Agroecológicas

- Producción tubérculos andinos, la mashua como principal insumo para la producción del yogurt.



- Elaboración de bioinsumos



5.3.8.3 Estrategias

Tabla 88. Estrategias de planificación de la parroquia San Juan

FO	DO
Abastecer de productos innovadores a los consumidores Acceso a capacitaciones para la elaboración de los propios insumos. Asistencia técnica para la elaboración de productos con valor agregado Producción de gran diversidad de productos en las parcelas por la disponibilidad de recursos hídricos	Capacitación de técnicas para evitar la propagación de enfermedades entre parcelas. Capacitación para evitar la erosión del suelo y para el tratamiento de nuevas enfermedades.
FA	DA
Poner en práctica los conocimientos adquiridos en las capacitaciones para combatir las enfermedades nuevas que se presenten. Aprovechar la disponibilidad de recursos para mantener la competitividad con las comunidades aledañas.	Con la apertura a nuevos puntos de venta se podrá evitar la migración ya que existirán nuevas plazas de trabajo. Aplicación de enmiendas agrícolas adecuadas para evitar la erosión del suelo, evitando la pérdida de competitividad.

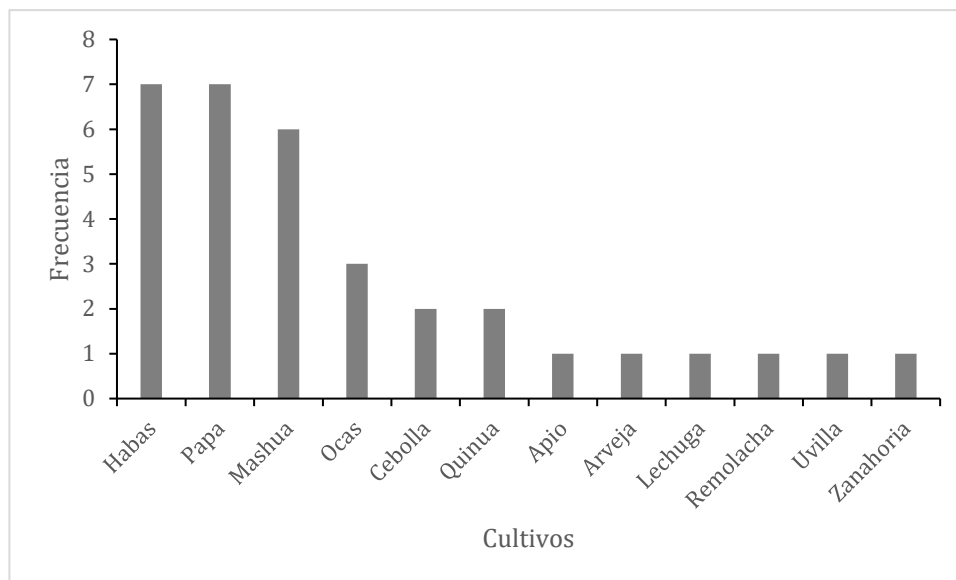
Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

5.3.8.4 Planificación

La planificación que a continuación se presenta está basada en función de la encuesta realizada a los productores en la cual ellos indican cuales son los productos que generalmente siembra, los cultivos que mejor precio presentan durante el año, información que la vez fue comparada con la información que comparte el mercado mayorista de Riobamba en la página del SINAGAP (SISTEMA DE INFORMACIÓN PÚBLICA AGROPECUARIA).

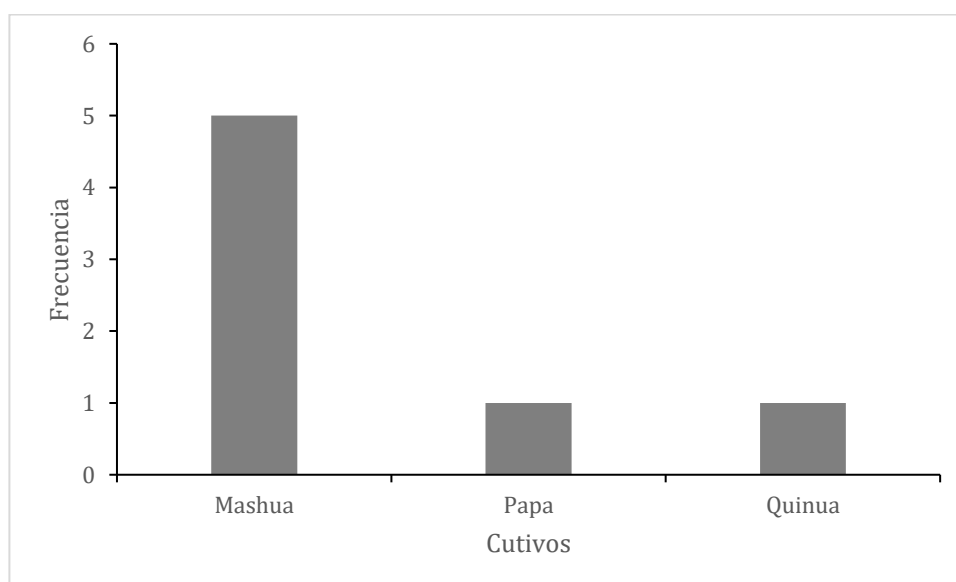
Según el levantamiento de la información (figura 47) los productores manifiestan que siembran principalmente habas, papas, mashua, ocas, los cultivos que menos cultivan son la zanahoria, arveja, apio, uvilla.

Figura 47. Cultivos de la asociación Mushuc Kawsay



SINAGAP (SISTEMA DE INFORMACIÓN PÚBLICA AGROPECUARIA).

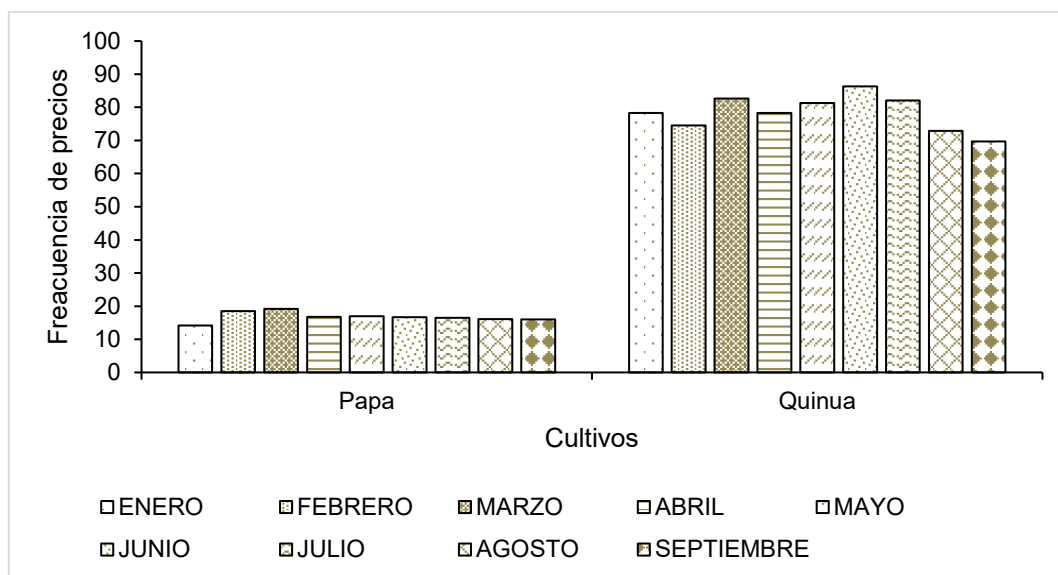
Figura 48. Cultivos mejor renumerados



SINAGAP (SISTEMA DE INFORMACIÓN PÚBLICA AGROPECUARIA).

La mashua, la papa y la quinua son los cultivos mejor renumerados según las miembros de la asociación (Figura 48).

Figura 49. Evolución de los precios Enero – septiembre 2021



SINAGAP (SISTEMA DE INFORMACIÓN PÚBLICA AGROPECUARIA).

La figura 49 nos indican que en el caso de la asociación Mushuc Kawsay la papa y quinua son los cultivos que mejor son pagados, en el caso de la papa el precio más alto lo alcanzó en el mes de marzo (\$19) y el precio más bajo fue en el mes de enero (\$14.17), mientras que en caso de la quinua tiene un precio va de un precio de \$78 a \$ 83 siendo un precio que se mantiene relativamente constante.

Tabla 89. Planificación de producción parroquia San Juan

	Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4												
Cultivo mashua de																																																												
Deshierba	X						X				X				X					X																																								
Deshierba					X					X				X	X						X							X																																
Aporque															X					X							X																																	
Cosecha																													X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X										
Cultivo quínu de																																																												
Siembra					x			x						x																																														
Deshierbe							x			x			x																																															
Aporque y fertilización										x			x			x				x																																								
Aplicaciones de biol				x				x				x					x							x				x																																
Control de plagas							x					x			x																																													
Riego																																																												
Cosecha																																																												
Venta				x			x			x			x			x				x				x			x																																	
Cultivo de papa																																																												

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

[illegible]

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

[illegible]

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 20

5.4 Elaboración de Mapa de Cultivos

Se planifica los cultivos dibujando los rubros seleccionados representados en una parcela. El mapa de los cultivos planificados les facilitaría:

- Utilización efectiva de la parcela
- Diversificación de los rubros
- Realización de la “rotación de cultivos”

Por ello, el cultivo planificado contribuye a que la agricultura sea sostenible. En particular, la “rotación de cultivos” es una técnica que contribuye a disminuir plagas y enfermedades, y mejora la calidad del suelo.

5.4.1 Práctica de Elaboración del “Mapa de Cultivos”

Paso 1: Medir los tamaños de parcelas y dibujar la figura en un papel bond (o pizarra)

Paso 2: Dibujar los símbolos de sus equipos productivos en sus lugares como invernadero, tanque, pozo, barrera viva, etc.

Paso 3: Dividir el dibujo de la parcela y poner los rubros seleccionados, así como el primer ciclo

Paso 4: Dibujar otro mapa y planear diferentes rubros, así como el segundo ciclo usando la idea de la rotación de cultivos

Paso 5: Revisar el mapa elaborado si es factible

Paso 6: Preparar las parcelas

5.4.2 Programación de producción y venta (calendarización)

Utilizando el formulario de la “Programación de Producción y Venta”, elaboremos la acción anual de trabajo.

Paso 1: Llenar las tecnologías y los rubros seleccionados de producción.

Paso 2: Decidir las fechas basadas en la “siembra” en el periodo de la producción adecuada, o/y basadas en la “venta” en el periodo rentable aplicando la capacidad productiva.

Paso 3: Poner los signos simbólicos de todas las actividades con las fechas planificadas calculando con base en las fechas establecidas en el paso 2.

Nombre de Productor o Asociación.

5.4.3 Estrategias de comercialización

5.4.3.1 Estrategias para pequeños productores agrícolas vinculados al Comercio Justo

- **Estrategias DO**

- Realizar campañas de sensibilización para el consumidor mediante canales de información.
- Comercializar el producto a través de las alianzas estratégicas con instituciones gubernamentales, evidenciando la calidad y seguridad de consumir productos agroecológicos.
- Aprovechar las alianzas estratégicas con la academia para recibir asistencia en la
- Generación de Marca del producto, mercadeo y comercialización, organización y liderazgo que permita asegurar una sostenibilidad de sus productos en el mercado.

- **Estrategias FO**

Establecer ferias en lugares estratégicos de la ciudad de Riobamba para generar espacios de comercialización de forma directa con las asociaciones vinculadas.

- Posicionar productos emblemáticos de cada asociación que cumplan con calidad, marca e imagen para acceder a cadena de supermercados.
- Aprovechar la capacidad y predisposición de la gente para trabajar en la certificación de BPA y así mejorar continuamente el producto.

- **Estrategias DA**

- Coordinar a todas las asociaciones vinculadas al proyecto en aspecto de una planificación de siembra según su zonificación y tener variabilidad de productos que ofrecer en el mercado. Buscando controlar la sobre producción y escases de muchos productos que afectan el precio de los mercados.
- Generar políticas de protección a la producción local

- **Estrategia FA**

- Fortalecer cada una de las organizaciones con ayuda de asistencia técnica tanto práctica como documental.

5.4.4 Discusión

El trabajo de los agricultores en el campo no es reconocido por el mercado, esto por la falta de conocimiento del proceso productivo que incurren en largas horas de trabajo, gran cantidad de mano de obra, acceso a insumos y la necesidad de recursos naturales aptos para una producción limpia y de calidad.

Los precios de los productos son establecidos únicamente en función de las condiciones del mercado injusto, que en la mayoría de los casos ofrece un precio que no contempla, horas de trabajo, costos de insumos, maquinaria, transporte y otros.

Esto va de la mano con la falta de conocimiento de los agricultores de sus costos reales de producción, lo que ocasiona que acepten un precio impuesto por la cadena del intermediario de productos agrícolas en la mayoría del mercado mayorista.

Los bajos precios en el mercado además incrementan la pobreza de las zonas rurales y pone en evidencia una marcada deserción de muchos agricultores que han dejado el campo para trasladarse a la ciudad en busca de nuevas oportunidades laborales, desgraciadamente la ciudad está llena de desempleo y no tiene la posibilidad de ayudar a estos grupos vulnerables.

Es por ello por lo que surge la necesidad de impulsar políticas públicas que entiendan el rol fundamental en la producción de alimentos básicos y en la generación de empleo en los territorios rurales. Y presenten propuestas que contribuyan a mejorar las condiciones actuales de los pequeños agricultores de la economía familiar y campesina.

El nivel de pobreza de los agricultores en el campo es marcado, en el cantón Riobamba muchos manifiestan no llegar ni al salario básico mensual con la venta de sus productos. Lo que evidencia una falta de atención de las autoridades a estos grupos, sumado a la falta de políticas y recursos destinados a crear un desarrollo sostenible en el área rural.

El tema de la agricultura familiar debe ser analizado con una perspectiva futurista donde se involucre no solo las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales sino también la académica y el sector empresarial, con el fin de generar alianzas estrategias que

beneficien a todos, pero principalmente a los miles de agricultores que no han podido recibir un precio justo por sus productos.

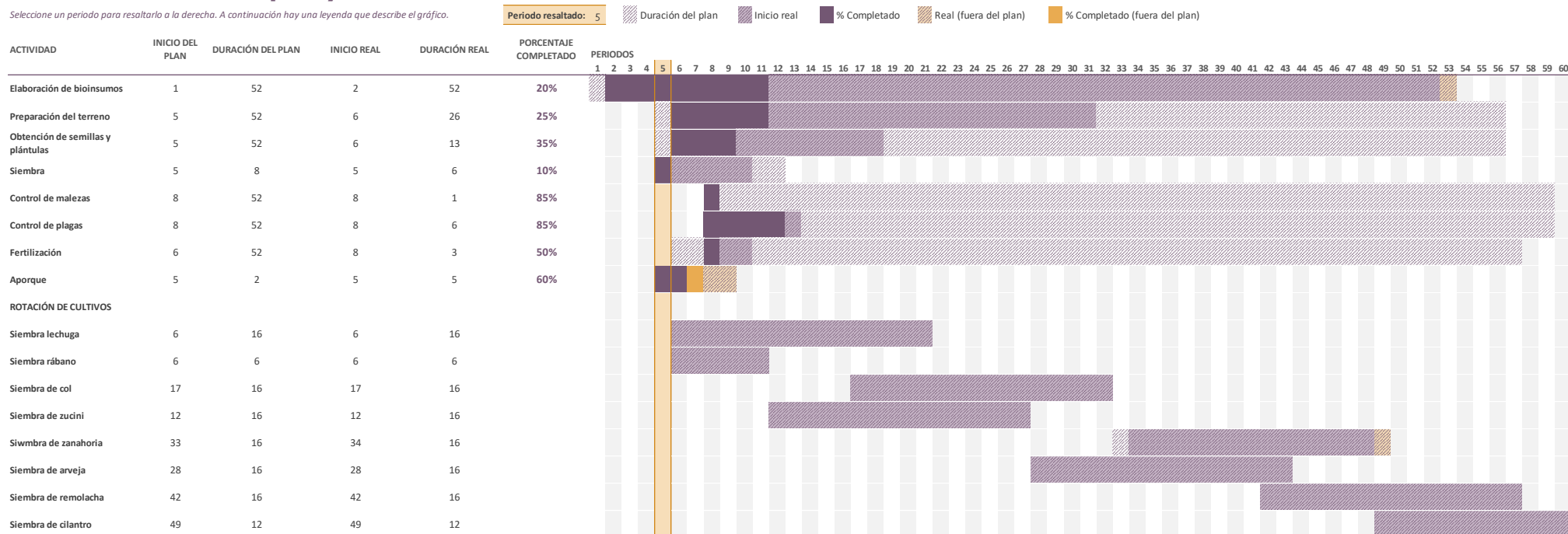
Las alianzas estratégicas permiten generar un trabajo conjunto, proactivo y más eficiente, pues se hace uso de menos recursos y se aprovecha de mejor manera los existentes, es un ganar - ganar.

La propuesta de desarrollar estrategias de comercialización para pequeños agricultores de las parroquias rurales nace del clamor de muchos agricultores que durante sus entrevistas, manifiestan su inconformidad con el único mercado actual al que tiene acceso, el diagnóstico realizado en las diferentes parroquias rurales permitió identificar los principales problemas que deben ser atendidos por parte de las autoridades locales y que aterrizan en una propuesta de estrategias que involucra a muchos actores claves y busca el beneficio conjunto.

Figura 50. Ejemplo de un Planificador de proyectos

Planificador de proyectos

Seleccione un periodo para resaltarlo a la derecha. A continuación hay una leyenda que describe el gráfico.



SISTEMA DE COMERCIO JUSTO

MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

PLANIFICADOR DE SIEMBRAS LOTE

Nombre de la asociación:
Técnico Responsable:

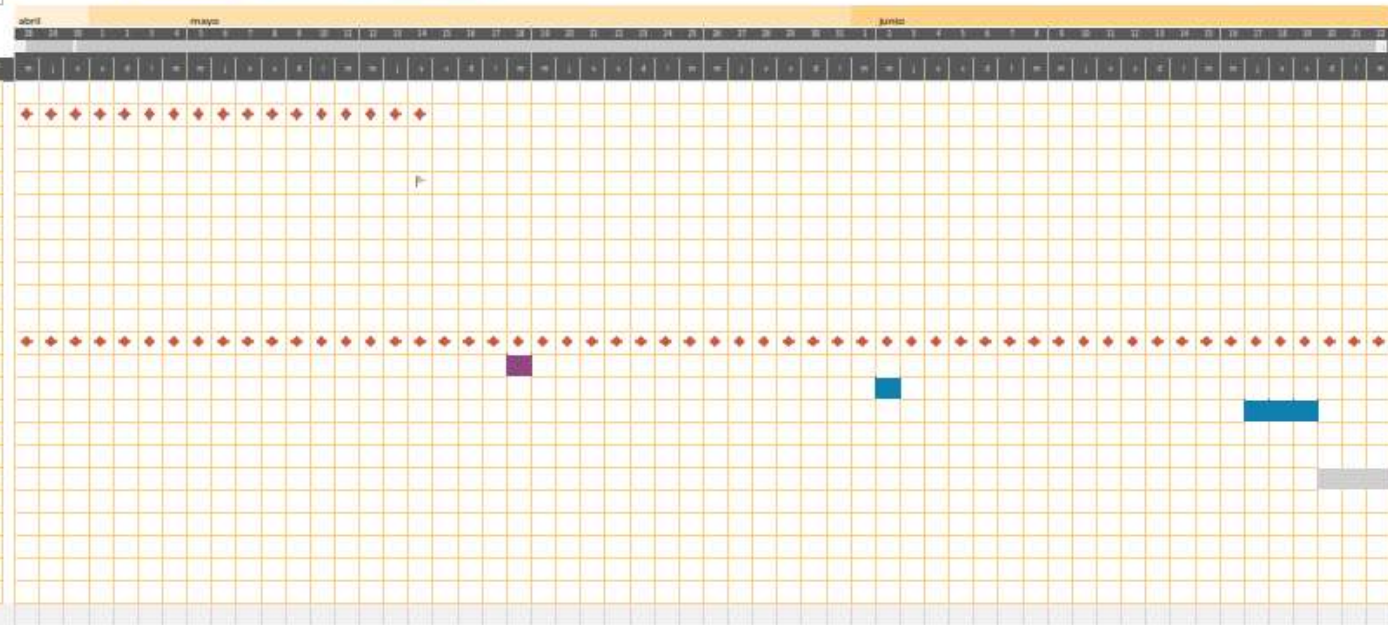
Fecha de inicio del proyecto: 15/4/2021
Incremento de desplazamiento: 15

Leyenda:

Según lo previsto: Riesgo bajo: Riesgo medio: Riesgo alto: Sin asignar:

Descripción del ítem	Categoría	Asignado a	Progreso	Inicio	Número de días
Preparación de campo					
Preparación de riegos	Objetivo	Nombre	25%	15/4/2021	50
Revisión de muestreo	Según lo previsto			16/4/2021	1
Revisión de las condiciones	Riesgo bajo		100%	18/4/2021	10
Cosecha del campo	Ítem			14/5/2021	1
Preparación de lotes					
Selección del lote	Riesgo alto		100%	15/4/2021	1
Selección de los cultivos	Según lo previsto		100%	16/4/2021	1
Tiempo de los cultivos	Riesgo bajo		100%	17/4/2021	2
Verificación inicial	Según lo previsto			18/4/2021	1
Siembra de los lotes					
Siembra de la siembra	Objetivo			18/4/2021	70
Verificación de la siembra	Riesgo medio			18/5/2021	1
Control MSP de la siembra	Según lo previsto			19/5/2021	1
Almacenamiento	Según lo previsto			17/6/2021	9
Cosecha	Ítem			17/7/2021	1
Título 4					
Tarea 1				20/4/2021	10
Tarea 2					1
Tarea 3	Ítem				1
Tarea 4					
Tarea 5					

Para agregar más datos, inserte filas nuevas EN CASO de esto.



CAPÍTULO 6

6 USO DEL SISTEMA INVESTIGACIÓN E INFORMACIÓN

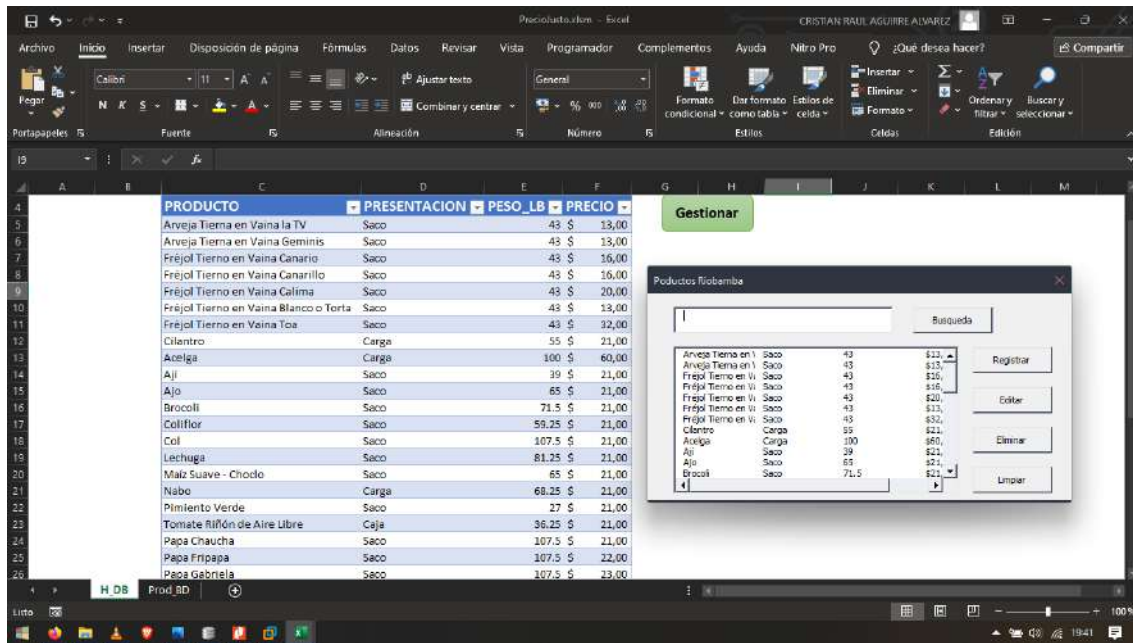
6.1 Diseñar el Sistema Informático

Como parte del diseño del sistema, el uso y gestión de la base de datos correspondiente a los precios referenciales hacen que el sistema pase a la etapa de gestión, manipulación y actualización de información.

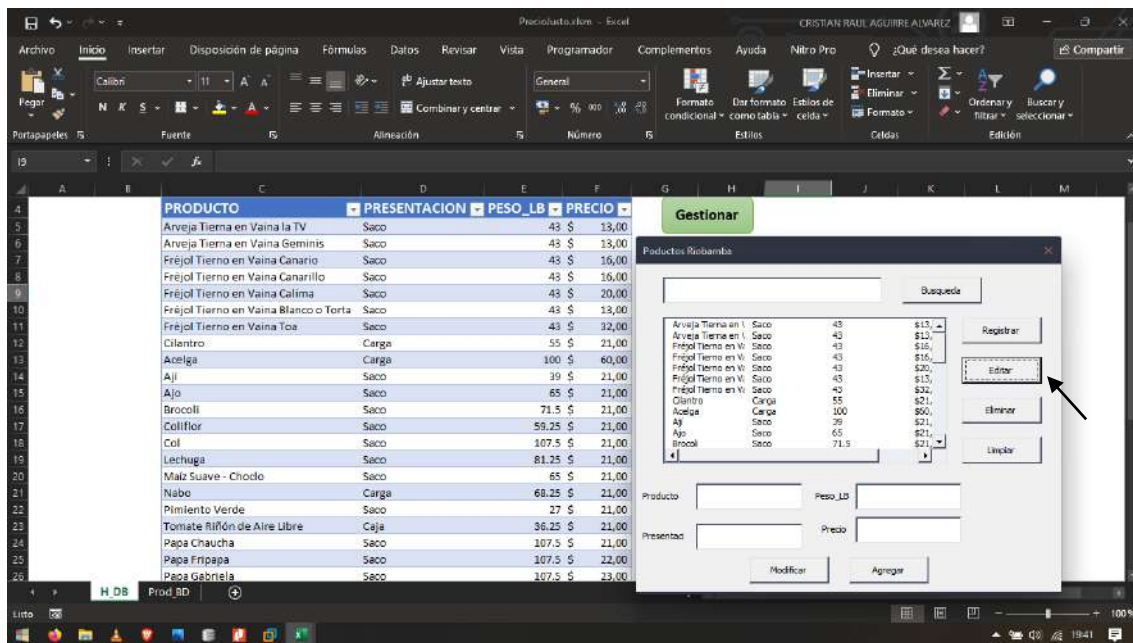
Como herramientas de trabajo para una interfaz con el usuario se ha establecido dos fuentes de trabajo en una sola como los son Microsoft Excel y Visual Basic, a través de códigos de programación se realiza la lectura, escritura en la base de datos para así gestionar la información que será transmitida hacia el usuario final.

El uso de la herramienta SQLite permite realizar una base de datos que de manera paralela puede ser modificada para añadir o eliminar su contenido, esto con el fin de proporcionar los valores a través de un portal web. Para así abarcar algunos medios de comunicación y hacer llegar de manera global la información recolectada y depurada.

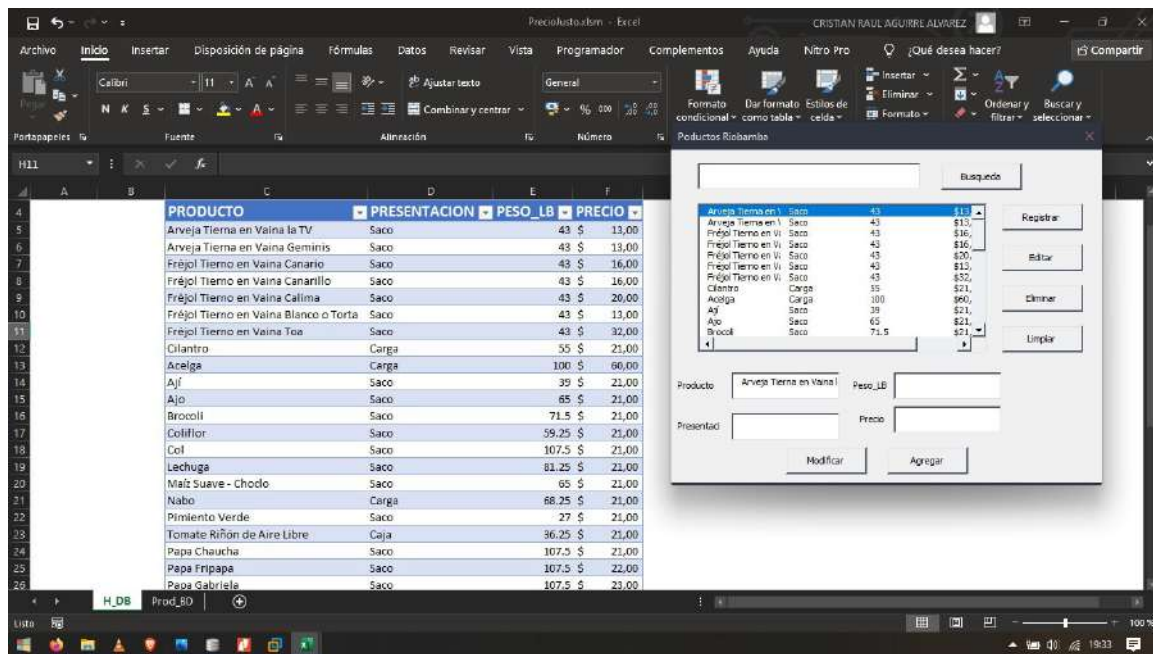
6.2 Secuencia del ingreso de la información



6.2.1 Ingreso de datos



6.2.2 Gestión de datos



6.2.2.1 Base ingresada

La base de datos Ingresada consta de tres pestañas:

- **Inicio**

Donde vamos a encontrar una galería de fotografías del proceso productivo.

- **Precios**

Aquí encontraremos una pestaña desplegable en la que se podrá acceder a los precios de los productos de los Mercados Mayoristas de Riobamba y Ambato, los precios y productos de las asociaciones y del SINAGAP Sistema de información pública agropecuaria.

- **Contactos**

Aquí encontraremos los contactos de las asociaciones.

- **Con la base de datos ingresada se puede acceder a la siguiente herramienta.**

Con la finalidad de lograr una comercialización directa entre el productor y el consumidor el medio por el cual se da a conocer tanto precios y productos de los mismos forman parte de un sitio web, mismo que recopila una referencia de dichos productos en el mercado tomando como principales exponentes los lugares de comercialización más grandes en la zona.

Imagen 21. Portada de la página web desarrollada para el proyecto



Dicho portal se encuentra alojado en Amazon Web Services (AWS) que es la plataforma en la nube más adoptada y completa en el mundo, que ofrece más de 200 servicios integrales de centros de datos a nivel global. Millones de clientes, incluso las empresas emergentes que crecen más rápido, las compañías más grandes y los organismos gubernamentales líderes, están usando AWS para reducir los costos, aumentar su agilidad e innovar de forma más rápida.

LINK

<http://comerciojusto.net.s3-website-us-west-2.amazonaws.com>

6.2.2.2 Base de datos

Tomando en consideración que el manejo de la información la puede hacer directamente el usuario de dicha plataforma web, la única base de datos que se muestra son precios y productos de los miembros de dichas asociaciones pertenecientes a este proyecto.

Imagen 22. Menú de la página web del proyecto



Así también cada uno de los participantes que posean un medio de comunicación (Facebook) se los enlaza directamente así el usuario puede conocer un poco más del productor de momento se muestra en otra sección todos y cada uno de los participantes de este proyecto.

Imagen 23. Información en la web del proyecto sobre las asociaciones que participan en el proyecto



6.3 Alimentar el sistema

6.3.1 Contar con una base de datos de productos, precios, productores que permitan realizar una comercialización directa.

6.3.1.1 Datos de los productores

Tabla 90. Datos de los productores

PARROQUIA	ASOCIACION	CONTACTO	TELEFONO
CACHA	MUSHUK PACARY	María Aulla	0967913114
CALPI	PRODUCTORES AGROPECURIOS NITILUISA	Faustino Paucar	0988697048
CUBIJIES	EL LIMONAR	Margarita Cajo	0999005430
LICAN	GRANJA LUZ MARÍA	Mery Ocaña	0981424695
PUNGALÁ	ANGUÑAY	Gustavo Taday	0983552219
PUNÍN	ASOPROCHIM	Alexandra Tuquinga	0988011324
SAN JUAN	MUSHUY KAWSAY	María Cutiupala	0997128042
SAN LUIS	4 DE DICIEMBRE	Luis Tuquinga	0991259333

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

6.3.1.2 Productos ofertados por las asociaciones

Tabla 91. Productos de las asociaciones

Nro.	ASOCIACIÓN	TIPO DE PRODUCTO	PRECIO
1	Aso. de mujeres Mushuk Kawsay	Yogurt 2 litros	\$ 2.75
		Yogurt 1 litro	\$ 1.75
		Yogurt 200 ml	\$ 0.50
		Queso rectangular	\$ 2.50
		Huevos de codorniz funda	\$ 1.00
		Tandalla (Bebida)	\$ 1.00
		Quesillo redondo	\$ 1.75
		Habas tostadas	\$ 0.50
		Papas	\$ 0.50
		Chifles	\$ 0.50
		Yogurt 1/2 litro	\$ 1.00
2	Aso. De	Harina de alverja	\$ 0.80

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

	Productores Nitiluisa	Harina de habas	\$ 0.80
		Harina de maiz	\$ 0.80
		Harina de machica	\$ 0.80
		Queso redondo	\$ 0.00
		Cebolla blanca	\$ 1.00
		Arroz de cebada	\$ 0.80
		Arveja	\$ 0.80
		Cauca	\$ 0.80
		Morocho	\$ 0.80
		Acelga	\$ 0.25
3	El Limonar	Durazno	\$ 1.00
		Fresa	\$ 1.00
		Frejol	\$ 0.00
		Papas	\$ 0.00
		Chochos	\$ 1.00
		Tostado	\$ 0.50
		Higos	\$ 1.50
		Limón 12x1	\$ 1.00
		Aguacate 4x1	\$ 1.00
		Zapallo	\$ 1.00
		Tomate de árbol 12x1	\$ 1.00
		Miel	\$ 2.00
		Cuyes	\$ 6.00
		Dulce de fresa	\$ 1.00
		Conejo asado	\$ 12.00
		Miel	\$ 3.00
		Quimbolitos	\$ 0.50
		Pollo criollo	\$ 1.30
		Harina negra	\$ 1.00
		Cuy asado	\$ 8.00
		Mora caja	\$ 3.00
		Acelga	\$ 0.25
		Berro	\$ 0.25
4	Grupo Licán	Nabo	\$ 0.25

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

		Nabo chino	\$ 0.25
		Pimiento	\$ 0.50
		Rábano	\$ 0.25
		Alverja	\$ 1.00
		Espinaca	\$ 0.25
		Tomate riñón	\$ 1.00
		Remolacha	\$ 0.25
		Lechuga	\$ 0.25
		Taxo	\$ 0.50
		Zambo	\$ 0.25
		Papa nabo	\$ 0.50
		Col	\$ 0.25
		Coliflor	\$ 0.50
		Brócoli	\$ 0.25
		Ajo	\$ 1.00
		Choclo	\$ 1.00
		Tomate de árbol	\$ 1.00
		Miel de agave	\$ 1.00
		Chawarmishqui	\$ 1.00
		Hierbas aromáticas	\$ 0.50
		Acelga	\$ 0.25
		Uvilla	\$ 1.00
5	Comunidad Anguiñay	Papa chaucha	\$ 1.00
		Zanahoria	\$ 1.00
		Cebolla blanca	\$ 0.50
		Quesillo	\$ 1.00
		Leche	\$ 0.50
		Papa	\$ 1.00
		Papas qq	\$ 15.00
		Chaucha roja	\$ 1.00
		Pimiento	\$ 0.50
		Tomate de árbol	\$ 1.00
		Frejol	\$ 0.50
		Habas	\$ 1.00

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

Vt65n6	Mushuk Pacari	Lechuga	\$ 0.30
		Zapallo	\$ 0.50
		Truchas(1kg)	\$ 5.50
		Choclos	\$ 1.00
		Col	\$ 0.25
		Ajo	\$ 1.00
		Ajo	\$ 0.50
		Nabo chinos	\$ 0.25
		Acelga	\$ 0.25
		Rábano	\$ 0.25
		Papa nabo	
		Alverja	
		Habas	\$ 1.00
		Zanahoria porciones	
		Remolacha	\$ 0.50
		Cebolla blanca	\$ 0.50
		Lechuga crespas	\$ 0.25
		Lechuga de repollo	\$ 0.50
		Cebolla puerro	\$ 0.50
		Cebolla colorada	\$ 1.00
		Cebolla perla	\$ 1.00
		Tomate	\$ 1.00
		Frejol	\$ 1.00
		Zucchini	\$ 0.30
		Papa	\$ 5.00
		Coliflor	\$ 0.30
		Brócoli	\$ 0.25

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

6.3.1.3 Datos de los precios mercado de productores de Riobamba

Tabla 92. Precios del mercado de productores de Riobamba

PRODUCTO	PRESENTACION	PESO_LB	PRECIO
Arveja Tierna en Vaina la TV	Saco	43	\$ 13.00
Arveja Tierna en Vaina Geminis	Saco	43	\$ 13.00
Fréjol Tierno en Vaina Canario	Saco	43	\$ 16.00

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

Fréjol Tierno en Vaina Canarillo	Saco	43	\$ 16.00
Fréjol Tierno en Vaina Calima	Saco	43	\$ 20.00
Fréjol Tierno en Vaina Blanco o Torta	Saco	43	\$ 13.00
Fréjol Tierno en Vaina Toa	Saco	43	\$ 32.00
Cilantro	Carga	55	\$ 21.00
Acelga	Carga	100	\$ 60.00
Ají	Saco	39	\$ 21.00
Ajo	Saco	65	\$ 21.00
Brocoli	Saco	71.5	\$ 21.00
Coliflor	Saco	59.25	\$ 21.00
Col	Saco	107.5	\$ 21.00
Lechuga	Saco	81.25	\$ 21.00
Maíz Suave - Choclo	Saco	65	\$ 21.00
Nabo	Carga	68.25	\$ 21.00
Pimiento Verde	Saco	27	\$ 21.00
Tomate Riñón de Aire Libre	Caja	36.25	\$ 21.00
Papa Chaucha	Saco	107.5	\$ 21.00
Papa Fripapa	Saco	107.5	\$ 22.00
Papa Gabriela	Saco	107.5	\$ 23.00
Papa Leona Blanca o Cecilia	Saco	107.5	\$ 24.00
Papa Pan	Saco	107.5	\$ 25.00
Papa Puña	Saco	107.5	\$ 26.00
Papa Rosita	Saco	107.5	\$ 27.00
Papa Semiuvilla	Saco	107.5	\$ 28.00
Papa Super Chola	Saco	107.5	\$ 29.00
Papa Uvilla o Bolona	Saco	107.5	\$ 30.00
Cebolla blanca en Rama	Atado	4.25	\$ 21.00
Cebolla colorada-Paiteña Nacional	Saco	78.5	\$ 21.00
Cebolla colorada-Paiteña Peruana	Saco	84.25	\$ 21.00
Cebolla Perla	Saco	95	\$ 21.00
Mellico Blanco	Saco	99	\$ 21.00
Mellico Gallo	Saco	99	\$ 21.00
Rabano	Saco	69.25	\$ 21.00
Remolacha	Saco	69.25	\$ 21.00
Yuca	Funda	100	\$ 21.00
Zanahoria Amarilla	Saco	70.4	\$ 21.00

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

6.3.1.4 Datos de los precios del mercado mayorista de Ambato

Tabla 93. Precios del Mercado mayorista de Ambato

Producto	Presentación	Peso_lb	Precio
Aguacate guatemalteco	Caja	33.88	\$ 11.00
Ajo bulbo seco	Malla	33.88	\$ 19.00
Ajo bulbo seco	Malla	44.00	\$ 36.00
Ajo hembra	Quintal	100.10	\$ 70.00
Ajo macho	Quintal	33.88	\$ 170.00
Arroz	Quintal	100.10	\$ 45.00
Arveja tierna en vaina	Saco	110.00	\$ 95.00
Arveja tierna en vaina	Saco	57.20	\$ 45.00
Azúcar	Quintal	100.10	\$ 33.00
Babaco	Caja	25.08	\$ 15.00
Brócoli	Unidad(2)		\$ 1.00
Cebolla blanca en rama	Atado	1.10	\$ 0.80
Cebolla colorada nacional	Malla	100.10	\$ 9.00
Cebolla colorada seca	Malla	100.10	\$ 15.00
Cebolla paitaña paisana Tungurahua	Saco	100.10	\$ 6.00
Cebolla perla nacional	Malla	100.10	\$ 15.00
Col	Bulto	124.96	\$ 12.00
Coliflor	Bulto		\$ 5.00
Frejol tierno en vaina bola roja o gema	Saco	110.00	\$ 47.00
Frejol tierno en vaina cara bello rojo	Saco	110.00	\$ 28.00
Fripapa redonda	Quintal	100.10	\$ 10.00
Frutilla	Balde	27.06	\$ 25.00
Granadilla	Cartón	29.92	\$ 14.00
Granadilla	Caja	20.02	\$ 5.00
Guanábana	Cartón	92.84	\$ 20.00
Haba tierna en vaina	Saco	67.98	\$ 9.00
Huevo de codorniz	Cubeta (500)		\$ 22.00
Huevo grueso	Cubeta (30)		\$ 3.20
Huevo mediano	Cubeta (30)		\$ 3.10
Lechuga	Bulto	57.20	\$ 4.00
Limón sutil	Malla	42.90	\$ 39.00
Mandarina de la sierra	Caja	20.02	\$ 7.00
Manzana importada	Caja	44.00	\$ 25.00
Maracuyá	Saco	40.04	\$ 14.00
Mellico blanco	Saco	100.10	\$ 20.00
Melón	Caja	0.00	\$ 18.00
Maíz suave choclo	Saco	80.08	\$ 14.00
Mora de castilla	Canasta	27.06	\$ 8.00
Naranja de jugo	Caja	57.20	\$ 25.00

SISTEMA DE COMERCIO JUSTO
MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE
LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

Naranjilla de jugo	Caja	29.92	\$ 12.00
Naranjilla hibrida	Caja	29.92	\$ 11.00
Naranjilla hibrida	Caja	20.02	\$ 6.00
Papa cecilia	Quintal	100.10	\$ 20.00
Papa chaucha	Quintal	100.10	\$ 26.00
Papa chola norte	Quintal	100.10	\$ 23.00
Papa coneja local	Quintal	100.10	\$ 8.00
Papa gabriela	Quintal	100.10	\$ 12.00
Papa margarita	Quintal	100.10	\$ 9.00
Papa pera local	Quintal	100.10	\$ 14.00
Papa pera norte	Quintal	100.10	\$ 17.00
Papa santa catalina	Quintal	100.10	\$ 12.00
Papa super chola	Quintal	100.10	\$ 18.00
Papa suprema	Quintal	100.10	\$ 10.00
Papa tacha roja	Quintal	100.10	\$ 9.00
Papa unica del norte	Quintal	100.10	\$ 15.00
Papa unica local	Quintal	100.10	\$ 13.00
Papa uvilla	Quintal	100.10	\$ 18.00
Pepinillo pepino costa	Saco	45.10	\$ 8.00
Pimiento	Saco	64.90	\$ 13.00
Pitajaya	Cartón	48.40	\$ 55.00
Putza	Quintal	100.10	\$ 10.00
Remolacha	Saco	89.98	\$ 6.00
Tomate de árbol	Caja	57.20	\$ 8.00
Tomate de árbol	Cartón	16.06	\$ 10.00
Tomate de árbol	Saco	84.92	\$ 33.00
Tomate de riñón	Caja	44.00	\$ 15.00
Uva negra	Caja	9.90	\$ 14.00
Uva rosada-importada	Caja	22.00	\$ 20.00
Zanahoria amarilla	Saco	100.10	\$ 9.00
Zanahoria amarilla	Saco	60.06	\$ 6.00

Elaborado: Equipo Técnico proyecto Comercio Justo F.R.N. 2020

6.3.1.5 Sistema de Información Pública Agropecuaria (SINAGAP)

Imagen 24. Captura de la información proporcionada por SINAGAP



**Ministerio de Agricultura
y Ganadería**

REPORTE DE PRECIOS POR MERCADOS EN UN DETERMINADO PERIODO DE TIEMPO

Reporte obtenido para: mercados: Riobamba - EP-EMVPA, categoría: HORTALIZAS - PRODUCTO FRESCO, en el rango de fechas entre el lunes, 04 de enero de 2021 y el martes, 30 de noviembre de 2021

Mercado	Categoría	Producto	Fecha Investigación	Precio/Presentación (USD)	Presentación	Precio (USD)	Unidad Medida
Riobamba - EP-EMVPA	HORTALIZAS - PRODUCTO FRESCO	Ajo Bulbo Seco	29/11/2021 0:00:00	21,00	Malla 22,00 Libra	2,08	kg
Riobamba - EP-EMVPA	HORTALIZAS - PRODUCTO FRESCO	Ajo Bulbo Seco	26/11/2021 0:00:00	21,00	Malla 22,00 Libra	2,08	kg
Riobamba - EP-EMVPA	HORTALIZAS - PRODUCTO FRESCO	Ajo Bulbo Seco	24/11/2021 0:00:00	21,00	Malla 22,00 Libra	2,08	kg
Riobamba - EP-EMVPA	HORTALIZAS - PRODUCTO FRESCO	Ajo Bulbo Seco	22/11/2021 0:00:00	21,00	Malla 22,00 Libra	2,08	kg
Riobamba - EP-EMVPA	HORTALIZAS - PRODUCTO FRESCO	Ajo Bulbo Seco	19/11/2021 0:00:00	20,00	Malla 22,00 Libra	2,00	kg
Riobamba - EP-EMVPA	HORTALIZAS - PRODUCTO FRESCO	Ajo Bulbo Seco	17/11/2021 0:00:00	20,00	Malla 22,00 Libra	2,00	kg
Riobamba - EP-EMVPA	HORTALIZAS - PRODUCTO FRESCO	Ajo Bulbo Seco	15/11/2021 0:00:00	20,00	Malla 22,00 Libra	2,00	kg
Riobamba - EP-EMVPA	HORTALIZAS - PRODUCTO FRESCO	Ajo Bulbo Seco	12/11/2021 0:00:00	20,00	Malla 22,00 Libra	2,00	kg
Riobamba - EP-EMVPA	HORTALIZAS - PRODUCTO FRESCO	Ajo Bulbo Seco	10/11/2021 0:00:00	17,00	Malla 22,00 Libra	1,68	kg
Riobamba - EP-EMVPA	HORTALIZAS - PRODUCTO FRESCO	Ajo Bulbo Seco	08/11/2021 0:00:00	17,00	Malla 22,00 Libra	1,68	kg

Para determinar los precios y compararlos con los de la página se utilizó el link del Sinagap.

http://sinagap.mag.gob.ec/sina/PaginasCGSIN/Rep_Pre_Prod_X_MercCGSIN.aspx

6.4 Validar el Sistema de Información.

La ejecución del proyecto: “El Proyecto de Diseño de un sistema de comercio justo que contribuya al mejoramiento de las condiciones económicas de los pequeños productores agrícolas del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo” contempló dentro de uno de sus componentes o resultados, el Diseño del sistema investigación e información que contribuya a la toma de decisiones de productores, entidades públicas, privadas, incluida la academia, para el comercio justo. Este sistema requiere de su respectiva validación, como parte del proceso entrega de los productos del proyecto.

La validación es el proceso de revisión al que se somete el sistema en mención para comprobar que cumple con todas sus especificaciones y es capaz de realizar su cometido en cumplimiento con la normativa aplicable y el uso esperado por el usuario regulado.

Asumiendo que la validación de sistemas de información no se limita únicamente a las aplicaciones o programas implícitos en la misma, sino que también se

aplica al funcionamiento correcto, para la integración y generación de la información de los actores involucrados en el proyecto.

La validación de sistemas de información en el sector agrícola y de comercio justo no tienen como único objetivo cumplir con las normativas estándares técnicos previstos dentro de su diseño, sino que aporta una serie de beneficios a los productores locales, entidades gubernamentales, organismos no gubernamentales, instituciones de educación superior.

6.4.1 Proceso metodológico empleado para el diseño del sistema

En la fase de planificación, prevista en el proyecto, se establecieron los requerimientos del sistema, responsables y tiempo de ejecución, así como su aplicación, enmarcados en el cumplimiento de los objetivos planteados en el proyecto.

En la fase de análisis el equipo del proyecto revisó cada uno de los elementos posibles para la conformación del sistema de información, en función de los productores y la inserción de sus productos en el comercio justo.

En la fase de diseño y desarrollo de la plataforma el equipo de trabajo determinó cómo el nuevo sistema de información cumplirá con los requisitos aplicables y el desarrollo propiamente de la plataforma

En la fase de puesta en funcionamiento, luego de las pruebas correspondientes de los elementos del sistema se dio inicio con su funcionamiento correspondiente.

6.4.2 Resultados obtenidos

Se dispone del sistema de información el mismo que se encuentra en funcionamiento, alimentado de información real y actualizada por parte de los beneficiarios del presente proyecto. Éste, se constituye en una herramienta de gran utilidad para los pequeños productores agrícolas, actores públicos, privados y la academia, para la toma de decisiones en lo referente a la producción agrícola y el comercio justo como ejes centrales.

7 REFERENCIAS

- Alburquerque, Francisco 2004 El enfoque del desarrollo económico local, Buenos Aires, Organización Internacional del Trabajo.
- Allemand, Sylvain e Isabel Soubelet 2008 Le commerce équitable, París, Le Cavalier Bleu.
- Altromercato, 2009 Fair trade for a supportive economy, página web, disponible en: http://www.altromercato.it/en/index_html/view?set_language=en .
- Amin, Ash 2005 "Local community on trial", en *Economy and Society*, vol. 34, núm. 4, noviembre, pp. 612-633.
- Arocena, José 2001 El desarrollo local: un desafío contemporáneo, Montevideo, Taurus.
- Association Minga 2006 Hacia un comercio equitativo, disponible en: http://www.andines.com/IMG/html/Hacia_un_comercio_equitativo_.html. 2008 Le système de garantie et d'amélioration participatif (sgap) de Minga, disponible en: http://www.andines.com/article.php3?id_article=1593 .
- Aydalot, Philippe 1983 "Réalités et illusions de l'économie locale", en *Autrement*, núm. 47, pp. 208-216.
- Barratt Brown, Michael 1993 Fair trade: reform and realities in the international trading system, Londres, Zed Books.
- Benko, Georges y Alain Lipietz, eds. 1992 Les régions qui gagnent, districts et réseaux: les nouveaux paradigmes de la géographie économique, París, PUF.
- Bisaillon, Véronique, Corinne Gendron y Marie-France Turcotte 2005 "Commerce équitable comme vecteur de développement durable?", en *Nouvelles Pratiques Sociales*, vol. 18, núm. 1, p. 73-89.
- Boisier, Sergio 1990 Territorio, Estado y sociedad: reflexiones sobre descentralización y desarrollo regional en Chile, Valparaíso, CEAL-Pehuén.
- , 2004 "Desarrollo territorial y descentralización. El desarrollo en el lugar y en las manos de la gente", en *Eure*, vol. XXX, núm. 90, septiembre, pp. 27-40.
- Boudeville, Jacques R. 1968 L'espace et les pôles de croissance: recherches et textes fondamentaux, París, PUF.
- , 1972 Aménagement du territoire et polarisation, París, M.-Th. Génin.
- Brenner, Ludger 2003 "Globalización y empleo en México: el caso de la región centro", en Adrián Aguilar, coord., *Urbanización, cambio tecnológico y costo. El caso de la región centro de México*, México, Instituto de Geografía/UNAM.

- Coraggio, José Luis 2004 "Economía del trabajo: una alternativa racional a la incertidumbre", en José Luis Coraggio, De la emergencia a la estrategia. Más allá del "alivio a la pobreza", Buenos Aires, Espacio.
- , 2009 "Los caminos de la economía social y solidaria", en Íconos, núm. 33, enero, pp. 29-38.
- Cotorruelo, Romeo 2001 "Aspectos estratégicos del desarrollo local", en Óscar Madoery y Antonio Vázquez Barquero, eds., Transformaciones globales, instituciones y políticas de desarrollo local, Rosario, Homo Sapiens.
- Cunca Bocayuva, Pedro 2007 "Economía solidaria y la nueva centralidad del trabajo asociado", en José Luis Coraggio, comp., La economía social desde la periferia. Contribuciones latinoamericanas, Buenos Aires, UNGS-Altamira, pp. 241-270.
- De Mattos, Carlos 1988 La descentralización, ¿una nueva panacea para impulsar el desarrollo local?, Santiago de Chile, ILPES, Serie Ensayo.
- Di Méo, Guy, 1998 "De l'espace aux territoires: éléments pour une archéologie des concepts fondamentaux de la géographie", en L'Information Géographique, vol. 62, núm. 3, pp. 99-110.
- Direction Générale des Affaires Etrangères et Européennes 2005 Le commerce équitable: la parole aux Africains, Francia, Ministère des Affaires Étrangères.
- Doppler, Flurina y Alma Amalia González, 2007 "El comercio justo, entre la institucionalización y la confianza", en Problemas del Desarrollo, vol. 38, núm. 149, abril-junio, pp. 181-202.
- European Fair Trade Association (EFTA) 2001a Mémento du commerce équitable 2001, Gand, EFTA.
- , 2001b EFTA Yearbook: Challenges of fair trade 2001-2003, Maastricht, EFTA.
- , 2001c Fair trade in Europe 2001: facts and figures on the fair trade sector in 18 European countries, Maastricht, EFTA.
- Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) 2001 Report 2000-2001, Bonn, FLO.
- , 2003 Fairtrade standards in general, Bonn, FLO.
- , 2005 Building trust, annual report 2005, Bonn, FLO.
- Fontan, Jean-Marc, Juan Luis Klein y Benoît Lévesque 2003 Reconversion économique et développement territorial: le rôle de la société civile, Québec, Presses de l'Université du Québec.

- Fontan, Jean-Marc, Juan Luis Klein y Diane Gabrielle Tremblay 2005 *Innovation socioterritoriale et reconversion économique: le cas de Montréal*, París, L'Harmattan.
- Fridell, Gavin 2004a "The fair trade network in historical perspective", en *Canadian Journal of Development Studies*, vol. 25, núm. 3, pp. 411-428.
- , 2004b "The university and the moral imperative of fair trade", en *Journal of Academic Ethics*, vol. 2, núm. 1, pp. 141-159.
- , 2006 "Comercio justo, neoliberalismo y desarrollo rural: una evaluación histórica", en *Íconos*, núm. 24, pp. 43-57.
- Fridell, Mara, Ian Hudson y Mark Hudson, 2008 "With friends like these: the corporate response to fair trade coffee", en *Review of Radical Political Economics*, vol. 40, núm. 1, invierno, pp. 8-34.
- Friedmann, John 1992 *Empowerment: the politics of alternative development*, Cambridge, Blackwell.
- Friedmann, John y Clyde Weaver 1979 *Territory and function. The evolution of regional planning*, Berkeley, University of California Press.
- García Chiang, Armando y Virginie Labuam 2005 *Atelier commerce équitable*, París, Association Science Technologie et Société .
- Garofoli, Gioacchino 1989 "Industrial districts: structure and transformation", in *Economic Notes*, núm. 1, pp. 37-54
- , 2002 "Local development in Europe: theoretical models and international comparisons", en *European Urban and Regional Studies*, vol. 9, núm. 3, pp. 225-239
- , 2009 *Las experiencias de desarrollo económico local en Europa: las enseñanzas para América Latina*, San José, Costa Rica, Urb-Al III.
- Garofoli, Gioacchino, ed. 1992 *Endogenous development and southern Europe*, Aldershot, Gran Bretaña, Avebury.
- Gendron, Corinne, 2004 "Le commerce équitable : un nouveau mouvement social économique au coeur d'une autre mondialisation", en Louis Favreau, Gérald Larose y Abdou Salam Fall, *Altermondialisation, économie et coopération internationale*, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, pp. 158-183.
- Gendron, Corinne, Véronique Bisaillon y Ana Isabel Otero, 2008 "The institutionalization of fair trade: more than just a degraded form of social action", en *Journal of Business Ethics*, vol. 86, supl. 1, pp. 63-79.
- Gratacós Guillén, Joan, coord. 2006 *El comercio justo en España 2006*, Barcelona, Setem.

- Gumuchian, Hervé, Éric Grasset, Romain Lajarge y Emmanuel Roux 2003 *Les acteurs, ces oubliés du territoire*, París, Anthropos.
- Jeudy, Emmanuel, 1998 *Le café équitable élu par les députés italiens*, disponible en: <http://base.d-p-h.info/fr/fiches/premierdph/fiche-premierdph-5158.html> .
- Klein, Juan Luis 2005 "Iniciativa local y desarrollo: respuesta social a la globalización neoliberal", en *Eure*, volumen XXXI, núm. 94, diciembre, pp. 25-39.
- , 2006 "Geografía y desarrollo local", en Daniel Hiernaux Nicolas y Alicia Lindón Villoria, *Tratado de geografía humana*, Barcelona, Antrhopos-UAM-Iztapalapa.
- Laguna, Pablo, Zinia Cáceres y Aurélie Carlmetrand 2006 "Del altiplano sur boliviano hasta el mercado global. Coordinación y estructuras de gobernanza en la cadena de valor de la quinua orgánica y del comercio justo", en *Agroalimentaria*, núm. 22, enero-junio, pp. 65-76.
- Laurelli, Elsa y Alejandro Rofman, comps. 1989 *Descentralización del Estado. Requerimientos y políticas en la crisis*, Buenos Aires, CEUR.
- Lecomte, Tristan 2003 *Le pari du commerce équitable*, París, Éditions d'Organisation.
- Levi, Margaret y April Linton 2003 "Fair trade: a cup at a time?", en *Politics & Society*, vol. 31, núm. 3, pp. 407-432.
- Low, William y Eileen Davenport, 2005 "Postcards from the edge: maintaining the "alternative" character of fair trade", en *Sustainable Development*, vol. 13, núm. 3, pp. 143-153.
- Lozano Uvario, Katia M. 2007 "El desarrollo local como método de análisis", en Rocío Rosales, coord., *Desarrollo local. Teoría y prácticas socioterritoriales*, México, UAM-Iztapalapa-Miguel Ángel Porrúa.
- Moltó Mantero, Enrique y María Hernández Hernández 2002 "Desarrollo local, Geografía y análisis territorial integrado: Algunos ejemplos aplicados", en *Investigaciones Geográficas*, núm. 27, pp. 175-190.
- Murray, Douglas L., Laura T. Reynolds y Peter L. Taylor 2006 "The future of fair trade coffee: dilemmas facing for Latin America's small-scale producers", en *Development in Practice*, vol. 16, núm. 2, pp. 179-192.
- Nogué i Font, Joan 1989 "Espacio, lugar, región: hacia una nueva perspectiva geográfica regional", en *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, núm. 9, pp. 63-79.
- Oliveres, Arcadi 2006 "Prólogo", en Joan Gratacós Guillén, coord., *El comercio justo en España 2006*, Barcelona, Setem, pp. 6-10.
- Perna, Tonino 2000 "La réalité du commerce équitable", en *Revue du MAUSS*, núm. 15, pp. 359-372.

- Precedo Ledo, Andrés 2004 Nuevas realidades territoriales para el siglo XXI, Madrid, Síntesis.
- Raynolds, Laura T. 2000 "Re-embedding global agriculture: the international organic and fair trade movements", en *Agriculture and Human Values*, vol. 17, núm. 3, pp. 297-309.
- , 2002 "Poverty alleviation through participation in fair trade coffee networks: existing research and critical issues", documento preparado para el Community and Resource Development Program, de la Fundación Ford, Nueva York, disponible en: <infoagro.net/shared/docs/a6/CoffeeFairTrade.pdf> .
- , 2007 "The impacts of Cafédirect's business model: a comparative analysis of producer partners in Peru and Mexico".
- , 2008 "The organic agro-export boom in the Dominican Republic: maintaining tradition or fostering transformation?" en *Latin American Research Review*, vol. 43, núm. 1, pp. 161-184.
- Raynolds, Laura, Douglas Murray y John Wilkinson, eds. 2007 *Fair trade: the challenges of transforming globalization*, Abingdon, Oxon, Gran Bretaña, Routledge.
- Renard, Marie Christine 2003 "Fair trade: quality, market and conventions", en *Journal of Rural Studies*, vol. 19, núm. 1, pp. 87-96.
- République Française 2005 Loi no. 2005-882 du 2 août 2005 en faveur des petites et moyennes entreprises, en *Journal Officiel de la République Française*, núm. 179, 3 de agosto.
- Roozen, Nico y Frans VanderHoff 2002 *L'aventure du commerce équitable, une alternative à la mondialisation*, París, JC Lattès.
- Rostow, Walt Whitman 1960 *The stages of economic growth: a non-communist manifesto*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Sanchis, Rafael, 2006 "Geografía actual del comercio justo", en Joan Nogué i Font y Juan Romero González, eds., *Las otras geografías*, Barcelona, Tirant lo Blanch.
- Schumacher, Ernst Friedrich 1973 *Small Is beautiful: economics as if people mattered*, Point Roberts, Washington, Hartley & Marks.
- Simpson, Charles R. y Anita Rapone 2000 "Community development from the ground up: social-justice coffee", en *Human Ecology Review*, vol. 7, núm. 1, pp. 46-57.
- Solidaires du Monde, 2010 Définition de l'économie sociale et solidaire, disponible en: <<http://blognotes.solidairesdumonde.org/archive/2009/04/21/definition-de-l-economie-sociale-et-solidaire.html>> .

- Stöhr, Walter y D. R. Fraser Taylor, eds. 1981 *Development from above or below? The dialectics of regional planning in developing countries*, Chichester, Wiley & Sons Ltd.
- Taylor, Peter L., Douglas L. Murray y Laura T. Raynolds, 2005 "Keeping trade fair: governance challenges in the fair trade coffee initiative", en *Sustainable Development*, vol. 13, núm. 3, pp. 199-208.
- Teisserenc, Pierre 1994 *Les politiques de développement local*, París, Economica.
- Tremblay, Diane Gabrielle y Jean-Marc Fontan 1997 *Le développement économique local. La théorie, les pratiques, les expériences*, Sainte Foy, Presses de l'Université du Québec.
- Troitiño Vinuesa, Miguel Ángel 2000 "Territorio y desarrollo local", en José Cardona Andújar, dir., *Formación y empresa. Ejes del desarrollo integral de las comarcas*, Toledo, España, Centro Asociado de la uned de Talavera de la Reina.
- Vasileva, V., & Reynaud, D. 2021. Políticas públicas sobre Comercio justo. Encomendada por: FairTrade International. Disponible en: <https://files.fairtrade.net/publications/Fair-Trade-politicas-publicas-informe-ES-abr2022.pdf>.
- Vachon, Bernard 200. *El desarrollo local: teoría y práctica. Reintroducir lo humano en la lógica del desarrollo*, Gijón, España, Ediciones Trea.
- VanderHoff Boersma, Francisco 2001 "Economía y reino de Dios: neoliberalismo y dignidad, opuestos que viven juntos," en *Christus*, núm. 732.
- , 2002 *Poverty alleviation through participation in fair trade coffee networks: the case of UCIRI, Oaxaca, Mexico*, disponible en: <http://welcome2.libarts.colostate.edu/centers/cfat/wp-content/uploads/2009/09/Case-Study-UCIRI-Oaxaca-Mexico.pdf> .
- Henao, O., & Córdoba, J. F. 2007. Comportamiento del consumidor, una mirada sociológica. *Entramado*, 3(2), 18-29. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3992004.pdf>.
- Hernández, C. Y. G., Estrada, I. C. T., & Torres, Z. A. L. (2014). Dimensión integral e interdisciplinaria del concepto de comportamiento del consumidor. Disponible en: <http://udem.scimago.es/index.php/anagramas/article/view/659/600>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. 2010. *Comportamiento del consumidor*. Pearson educación. Disponible en: https://www.academia.edu/6116556/Comportamiento_del_Consumidor_Schiffman_10a_Ed

- Agro Marketing Bialar, 2021. Plan de Comunicación de una Empresa Agropecuaria. ¿Para qué sirve? Cómo Crear un Plan en 8 Pasos. Disponible en: <https://www.bialarblog.com/plan-de-comunicacion-agropecuaria/>
- FAO, 2011. Estrategias y Planes Locales de Comunicación para la Innovación y el Desarrollo Rural. Disponible en: <http://www.fao.org/3/aq957s/aq957s.pdf>
- Puerto Rico Farm Credit, 2021. 6 canales efectivos para mercadear tu producto agrícola. Disponible en: <https://prfarmcredit.com/6-canales-efectivos-para-mercadear-tu-producto-agricola/>.
- Broch, A. 2020 Representante. Confederación de Organizaciones de Productores Familiares del Mercosur Ampliado – COPROFAM
- Carrera, H. 2020. Unión de Organizaciones Campesinas de Cotacachi UNORCAC (Ecuador)
- OIT 2020. El COVID-19 y su impacto en la agricultura y la seguridad alimentaria. Disponible en: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/briefingnote/wcms_749861.pdf
- Castellanos, M. et, al., 2012. Manual de Cosecha y Mercadeo. Programa de manejo Integrado de Plagas en América Central. Carrera de Ciencias y producción Agropecuaria. Escuela Agrícola Panamericana, El Zamotrano. Honduras. Disponible en: https://www.se.gob.hn/media/files/media/Modulo_8_Manual_Cosecha_y_Mercadeo..pdf.
- Empresa Municipal Mercado de Productores Agrícolas (Ep EMMPA), 2021. Tabla de precios de productos. <https://www.ep-emmpa.gob.ec/images/A2.pdf>.
- Vázquez Barquero, Antonio 1988 Desarrollo local. Una estrategia de creación de empleo, Madrid, Pirámide.
- Vázquez Barquero, Antonio 1999 Desarrollo, redes e innovación. Lecciones sobre desarrollo endógeno, Madrid, Pirámide.
- Vázquez Barquero, Antonio 2000a "Desarrollo endógeno y globalización", en Eure, vol. XXVI, núm. 79, pp 47-65.
- Vázquez Barquero, Antonio 2000b "Sobre las raíces teóricas del desarrollo endógeno", en Marta Casaús y Juan Carlos Gimeno, coords., Desarrollo y diversidad cultural en Guatemala, Guatemala, Universidad Autónoma de Madrid-AECI-Cholsamaj.

- Vázquez Barquero A, Gioacchino Garofoli y Jean Pierre Gilly, eds. 1997 Gran empresa y desarrollo económico, Madrid, Síntesis
- Waridel, Laure 2002 Coffee with pleasure: just java and world trade, Montreal, Black Rose Books.
- Xalma, Cristina, 2006 "El comercio justo en España 2000-2005", en Joan Gratacós Guillén, coord., El comercio justo en España 2006, Barcelona, Setem, pp. 11-35.

DE LOS AUTORES

CARLA SOFÍA ARGÜELLO GUADALUPE



Profesional con 17 años de experiencia en docencia, con título de ingeniería en ecoturismo, estudios de postgrado en la Universidad Católica de Chile con el título de máster en Economía Agrícola especialización en Recursos Naturales y Medio Ambiente. En el año 2009 obtuvo el Diploma superior en docencia con el empleo de las tecnologías de la información y la comunicación. Actualmente cruza sus estudios doctora en la Universidad de Santiago de Compostela. Su experiencia profesional la ha desarrollado en el campo del sector público, privado y comunitario. Sus investigaciones se han evidenciado a través de la publicación en artículos y libros. Ha sido coordinadora de dos programas de maestría en Formulación y Elaboración de Proyectos de Desarrollo y Administración en Economía Agrícola.

GERMÁN GONZALO REINOSO MUÑOZ



Ingeniero Zootecnista de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Magíster en Proyectos de Desarrollo e Inversiones Rurales de la ESPOCH, asesor de proyectos productivos y sociales de la Federación Ecuatoriana Indígena (FEI), técnico del Proyecto de Seguridad Alimentaria ejecutada por el Municipio del cantón Chunchi y la ONG italiana COSV, coordinador el Programa de Desarrollo de Área de la parroquia Cebadas, Coordinador del Programa de Desarrollo de Área Tiquizambi Tixán ejecutado por Visión Mundial, Gerente de Lácteos Cebadeñito, Gerente de la empresa Kyrios Investment, Docente de la Facultad de Administración de Empresas de la Espoch, Docente de la Universidad Nacional de Chimborazo, Consultor Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de las parroquiales de Huigra y Gonzalo Pizarro. Docente de la Facultad de Recursos Naturales de la ESPOCH.

PAULA ALEJANDRA ABDO PERALTA



Profesional graduada de Agronomía en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Recursos Naturales. Master Of Science in Geographical Information Science & Systems (UNIGIS Msc). University Of Salzburg. Docente de la Facultad de Recursos Naturales ESPOCH – Matriz.

Jefe de campo y postcosecha en cultivos de flores de verano. Ejerció cargos relacionados al área de comercialización de productos agrícolas para tecnificación, implementación de invernaderos e insumos relacionados con el riego.

Técnica en el Ministerio de Agricultura, desarrolló estudios de investigación en la Unidad Zonal de Información donde se utilizaban herramientas tecnológicas para levantamiento de datos realizando censos agropecuarios con ayuda de los Sistemas de Información Geográfica.

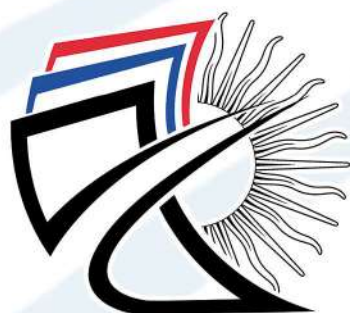
ANDREA PATRICIA GUAPI AUQUILLA



Ingeniera Agrónoma de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Recursos Naturales. Egresada de la Maestría de Suelos y Nutrición de Plantas de la Universidad Central del Ecuador. Investigadora del grupo de Investigación Gdeterra de la ESPOCH.

Con experiencia profesional de más de 10 años en el campo de la agronomía. Experiencia en docencia en las cátedras de Edafología, Génesis de suelos, Clasificación de Suelos, Fertilización y Agroecología de la carrera de Agronomía de la Facultad de Recursos Naturales de la ESPOCH. Técnica del área de producción vegetal de la Facultad de Recursos Naturales, con experiencia en manejo de sistemas de producción tecnificados como la Hidroponía y Aeroponía. Consultora externa de la FUNDACION ALIANZA CEIDE C&D.

Técnica del Proyecto de Investigación Diseño de un Sistema de Comercio Justo que contribuya al mejoramiento de las condiciones económicas de los pequeños productores agrícolas del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo. Técnica del proyecto de Semillas Andinas FIASA en el Instituto de Investigaciones Agropecuarias INIAP.



**PUERTO MADERO
EDITORIAL**

ISBN 978-987-48756-1-7



puertomaderoeditorial.com.ar



La Plata - Argentina