

Conference Paper

Cadena Agroproductiva Del Cultivo De Mora En La Parroquia El Altar, Chimborazo-Ecuador

Blackberry Crop Agroproductive Chain in El Altar Parish, Chimborazo-Ecuador

G Fonseca¹, J Haro², A Inca³, and P Abdo⁴¹Docente de la Facultad de Administración de Empresas, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo²Instituto de Investigaciones, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo³Coordinador Académico Unidad de Admisión y Nivelación, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo⁴Docente de la Unidad de Admisión y Nivelación, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

Resumen

Ecuador es un país considerado eminentemente agrícola, esta actividad es primordial en el eje de desarrollo del país en especial en el ámbito económico como en la seguridad alimentaria. El Ecuador atraviesa un cambio de la estructura productiva, donde su objetivo principal es la sustitución de importaciones por exportaciones, y así también la generación de valor agregado, dentro de la cual está inmersa la agricultura, como parte de la dinamización de territorios rurales. Dicha actividad cumple un rol primordial en el desarrollo económico del país, el mismo que está estrechamente relacionado con el cambio de la estructura productiva y consecuentemente con sus cadenas de producción. El Altar es una parroquia rural del cantón Penipe, provincia de Chimborazo, la misma que por su ubicación geográfica, posee varios climas desde el subtropical hasta el frío del páramo, esto ha permitido el desarrollo de la agricultura, siendo el cultivo de "mora" una actividad fundamental a la cual se dedican los habitantes de la parroquia. Es así que, a partir del análisis de la demanda, análisis de la competencia y cálculo de la demanda objetiva, se determina la aceptación que tienen las familias de Riobamba para consumir la mora de la parroquia El Altar, así también la posibilidad que tienen los productores de la parroquia para ampliar su nicho de mercado, y la rentabilidad que obtiene el vendedor al comercializar este producto, en base a éste análisis y partiendo del modelo territorial actual, desde un enfoque netamente de producción, se diseña una propuesta de un modelo de gestión, mismo que tiene como objetivos: mejorar la producción agrícola, generar valor agregado a la producción de mora e introducir nuevos mercados para su comercialización.

Abstract: Ecuador is a country considered primarily agricultural, this activity is paramount in the axis of development of the country, especially in the economic sphere as in food security. Ecuador is going through a change in the productive structure, where its main objective is the substitution of imports for exports, as well

Corresponding Author:

G Fonseca

gabriela.fonseca@epoch.edu.ec

Received: 10 January 2020

Accepted: 17 January 2020

Published: 26 January 2020

Publishing services provided by
Knowledge E

© G Fonseca et al. This article is distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution License](#), which permits unrestricted use and redistribution provided that the original author and source are credited.

Selection and Peer-review under the responsibility of the VI Congreso Internacional Sectei 2019 Conference Committee.

OPEN ACCESS

as the generation of added value, within which agriculture is immersed, as part of the revitalization of rural territories. This activity plays a key role in the economic development of the country, which is closely related to the change of the productive structure and consequently to its production chains. The Altar is a rural parish of Penipe canton, province of Chimborazo, the same that by its geographical location, has several climates from the subtropical to the cold of the páramo, this has allowed the development of agriculture, being the cultivation of "mora" a fundamental activity to which the inhabitants of the parish dedicate themselves. Thus, from the analysis of the demand, analysis of the competition and calculation of the objective demand, the acceptance that the Riobamba families have to consume the arrears of the El Altar parish is determined, as well as the possibility that the producers of the parish to expand its market niche, and the profitability obtained by the seller when marketing this product, based on this analysis and based on the current territorial model, from a purely production approach, a proposal for a model of management, which aims to: improve agricultural production, generate added value for the production of arrears and introduce new markets for marketing.

Palabras claves: Agroproductividad, desarrollo, económico, mora, El Altar.

Keywords: Agroproductive, development, economic, blackberry, El Altar.

1. Introducción

La pobreza de acuerdo con Spicker (2009), tiene cuatro puntos de vista, teniendo en cuenta la parte material, se asocia directamente con la falta de recursos que permitan tener un nivel de vida digno, aquí se incluye conceptos como: necesidad, patrón de privaciones y limitación de recursos; desde el punto de vista económico, la pobreza se mide con el ingreso en términos de nivel de vida, desigualdad y posición económica; desde las condiciones sociales, lo cual se centra en la forma de vida de la población de acuerdo con la clase social, el grado de dependencia, la carencia de seguridad básica, la ausencia de titularidades y la exclusión y finalmente desde el juicio moral, en el cual las personas son pobres si se juzga que sus condiciones materiales son moralmente inaceptables. Echeverría (2011), manifiesta que "la pobreza rural es más aguda que la urbana y parece más difícil de superarla". En este sentido, tomando en cuenta a la población rural, Zegarra & Tuesta (2009), afirman que el desarrollo agrícola y su relación con la población urbana, es que la desigualdad del ingreso de la población rural no ha

mejorado sino ha tendido a un decrecimiento. Por su parte Klein (2012), sostiene que "la pobreza rural se genera por la informalidad y la precariedad en el empleo".

El sector pobre de la economía del mundo se encuentra en las zonas rurales quienes conforman las tres cuartas partes de los mil doscientos millones de pobres existentes en el mundo (IFAD, 2001). Actualmente en América Latina, el Ecuador no es la excepción y se han venido aplicando varios modelos de desarrollo rural Castillo & Quevedo (2016). El Ecuador se enfoca en un modelo de desarrollo incluyente y sostenible llamado "El Buen Vivir", que se centra en el bienestar y los derechos humanos de los ciudadanos, fundamentado en 4 variables: económico, ambiental, social y cultural Castillo & Quevedo (2016). Por otro lado, Formichella & Massigoge (2004), manifiestan que el desarrollo local de un territorio se propicia al aumentar las cualidades emprendedoras de la comunidad, aumentando así la aparición de nuevas e innovadoras iniciativas, facilitando la tarea de los agentes de desarrollo y permitiendo así la generación de proyectos y la formación de redes sociales. De tal manera, el desarrollo debe ser entendido desde una visión integral con múltiples escenarios, generando en los pobladores locales capacidades que les permitan realmente tener alternativas de mejora ancladas al Buen Vivir.

En la mayoría de los países latinoamericanos la economía depende de la producción y comercialización de productos agrícolas, los principales rubros son: frutas y hortalizas. Ayala et al., (2013). En el Ecuador el cultivo de mora es uno de los frutales más importantes debido a las características agroecológicas y climáticas bastante aptas para la producción de esta especie que puede cosecharse en ciclos continuos todos los meses del año, esta particularidad proporciona una ventaja sobre los mayores productores a nivel mundial Morillo (2011). Las familias ecuatorianas, tienen un alto consumo de esta fruta, gracias a esto su demanda es alta especialmente en las provincias de la costa. Para exportar la mora de castilla es necesario tener en cuenta las exigencias que debe reunir el fruto, como ausencia de residuos de pesticidas, empaque adecuado, ausencia de plagas y enfermedades y una buena presentación. MAGAP (2013).

Para lograr un buen desarrollo comunitario según Ander-Egg (1982), se requiere de una participación de las comunidades rurales en programas y proyectos que permitan mejorar el nivel de vida, eso implica el apoyo de los gobiernos, que fomenten leyes para formar un esquema de desarrollo eficaz, viable y equilibrado. Bonales (2007), manifiesta que es necesaria una institucionalidad y normatividad legal que promueva una serie de factores económicos, sociales, culturales y políticos determinados, de esta forma los procesos de desarrollo local tienen mayor posibilidad de generarse. Morán

(2008) por su parte sugiere que no cabe la duda que la participación decidida de todos los actores en este proceso, va a viabilizar el éxito en esta materia y que las zonas y regiones más vulnerables se conviertan en verdaderas empresas agrícolas productivas de desarrollo. Por otro lado, Fonseca et al., (2017) menciona que el desarrollo debería ser concebido desde una visión holística donde intervengan todos los actores.

Los países de América Latina han unido fuerzas entre el Estado, el capital nacional y los diferentes sectores de la sociedad, cuyo objetivo se enfoca en construir una base económica que impulse un desarrollo endógeno Añez (2007). El Estado ecuatoriano debe asumir un papel más activo en todas las esferas de la sociedad, imponiendo leyes en el sistema político, en la economía y en las políticas sociales que suponen un cambio en la matriz productiva del país. Prada (2016). En éste contexto el gobierno del Ecuador ha adoptado medidas económicas que permitan seguir el rumbo establecido para mejorar dichas políticas, la misma que según Senplades (2012) son la forma cómo se organiza la sociedad para producir determinados bienes y servicios sin que se limiten a los procesos estrictamente técnicos o económicos, sino que también fomenten una interacción entre los distintos actores sociales que se benefician de los recursos de los que disponen para realizar actividades productivas.

Por otro lado, Tejada (2003) manifiesta que una adecuada búsqueda de nuevas perspectivas en el desarrollo de organizaciones va a permitir realizar una buena gestión, se han planteado estrategias o modelos de gestión que aseguren un mejor desarrollo organizacional. Otra estrategia para este desarrollo es incorporar cadenas productivas que de acuerdo a Álvarez et al., (2005) define como un sistema que involucra a los agentes económicos interrelacionados por el mercado, que participan en un mismo proceso productivo, desde la provisión de insumos, la producción, la conservación, la transformación, la industrialización y la comercialización hasta el consumo final de un determinado producto. Finalmente, Poli (2005), menciona que las cadenas productivas o redes contribuirán a una debida integración sectorial con el de objeto promover y desarrollar en políticas de apoyo a las pequeñas y medianas empresas para impulsar su crecimiento y consolidación a nivel nacional.

Bajo este contexto el presente artículo tiene como objetivo analizar la demanda, analizar la competencia, calcular la demanda objetiva, para determinar la aceptación que tienen las familias de Riobamba para consumir la mora de la parroquia El Altar, la posibilidad que tienen los productores de la parroquia para ampliar el mercado y la rentabilidad que obtiene el vendedor al comercializar este producto, y a partir de esto diseñar un modelo de gestión que permita coadyuvar al desarrollo económico y social de dicha parroquia en relación a éste fruto.

2. Metodología

2.1. Análisis de la demanda

La población de estudio tomada para la investigación está compuesta por las familias de estrato medio y bajo de la ciudad de Riobamba. Este dato de la población se consideró debido a que el nivel socioeconómico alto (nivel A) realiza sus compras en centros comerciales de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC (2011).

En concordancia con los datos obtenidos a través del INEC (2010), en la ciudad de Riobamba existen 162.575 habitantes, realizando un análisis del promedio de personas por hogar publicado por el INEC (2010) que es de 3,78 tenemos un total de 43.000 familias, de las cuales según la encuesta de estratificación el 83,3% corresponde a un nivel socioeconómico medio (nivel B, C+, C-), y el 14,9 % corresponden a un estrato bajo (nivel D) existiendo por lo tanto 42.226 familias. De esta forma se estableció la muestra, misma que fue calculada con un error del 8% y con un valor de confianza igual a 2, con una probabilidad de ocurrencia y no ocurrencia de 50%, obteniendo como resultado 156 personas a ser encuestadas.

La técnica de investigación utilizada fue la encuesta que permitió la recolección de la información y el instrumento empleado para recabar información fue el cuestionario.

2.2. Análisis de la competencia

La competencia se consideró a los productores de mora que comercializan su producto en el mercado mayorista de la ciudad de Riobamba. La técnica de investigación utilizada fue la entrevista que permitió la recolección de la información y el instrumento empleado para recolectar la información fue la guía de entrevista.

2.3. Determinación de la demanda total, potencial, insatisfecha y objetiva

La demanda total es el universo de estudio ($DT=U$), la demanda potencial fue obtenida mediante la ecuación: ($DP=DT*AM$), es decir la relación entre la demanda total y el porcentaje de aceptación del mercado. Así también la demanda insatisfecha resulta del cálculo entre la demanda potencial y la diferencia de la competencia ($DI=DP-C$). Mientras que la demanda objetiva se calculó entre a la demanda insatisfecha y el porcentaje de captación del mercado ($DP= DI*AC$). Las proyecciones se realizaron utilizando el método de incremento compuesto cuyo modelo matemático es: $C_n = C_o (1 + i)^n$. El consumo

aparente por familias se determinó de la división de la demanda objetiva en períodos de tiempo. DT= Demanda Total; U= Universo de estudio; DP= Demanda Potencial; AM= % de aceptación del mercado; DI= Demanda Insatisfecha; C= Competencia, DO= Demanda Objetiva; CM= % Captación del mercado.

C_n = clientes proyectados; C_o = clientes iniciales (demanda objetiva inicial); i =incremento de la población; n = año proyectado.

2.4. Modelo territorial actual

Para diseñar el modelo territorial actual se empleó la técnica de la entrevista a los presidentes de las comunidades de la parroquia El Altar: Asacucho, Ayanquil, Ganshi, Palictahua, Pachanillay y Utuñag, así también se recabó información a través de autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural El Altar. El instrumento empleado para recabar información fue la guía de entrevista.

2.5. El modelo de gestión propuesto

El modelo de gestión propuesto se diseñó mediante la metodología Investigación Acción -- Participativa (IAP) según Orlando Fals Borda (2008) y Paulo Freire (1973). Para lo cual se utilizó la técnica de grupos focales con la participación real de las comunidades implicadas, en sentido horizontal, de crecimiento mutuo y aprendizaje conjunto, donde se reconoce el aporte que puede dar cada persona dentro del proceso. El instrumento empleado fueron los talleres.

3. Resultados y discusión

3.1. Análisis de la demanda

3.1.1. Preferencia de consumo de mora

TABLE 1: Preferencia de consumo de mora

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	144	92
No	12	8
TOTAL	156	100

3.1.2. Conocimiento de consumo de mora producida en la parroquia El Altar

TABLE 2: Conocimiento de consumo de mora producida en la parroquia El Altar

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	13	8
No	31	20
Desconoce	112	72
TOTAL	156	100

3.1.3. Aceptación de compra de la mora producida en la parroquia El Altar

TABLE 3: Aceptación de compra de la mora producida en la parroquia El Altar

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	137	88
No	19	12
TOTAL	156	100

3.1.4. Frecuencia de consumo de mora

TABLE 4: Frecuencia de consumo de mora

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Diario	8	5
Semanal	47	30
Quincenal	78	50
Mensual	23	15
TOTAL	156	100

3.1.5. Cantidad de consumo semanal de mora

TABLE 5: Cantidad de consumo semanal de mora

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Menos de 1 Kg.	98	63
1-2 Kg.	42	27
3-4 Kg.	14	9
más de 4 Kg.	2	1
TOTAL	156	100

TABLE 6: Precio de libra de mora

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
\$ 1	80	51
\$ 1,25	68	44
\$ 1,50	8	5
TOTAL	156	100

3.1.6. Precio de libra de mora

La mora es un fruto que se caracteriza en especial por su sabor ácido, por éstas características tiene una gran aceptación en el mercado, un 92% de los compradores gustan del consumo de esta fruta (cuadro 1). Con relación a la comercialización de mora de la parroquia El Altar, los consumidores en un 72% no conocen que la mora que compran proceda de la parroquia El Altar (cuadro 2), pero el 88 % de los mismos les gustaría consumir la mora que se produce en dicha parroquia (cuadro 3). Los hogares riobambeños en su mayoría (cuadro 4) consumen este fruto con una frecuencia quincenal y lo hacen con una cantidad de consumo menos a 1 Kg. por semana (cuadro 5). En lo referente al precio de la libra de mora un 51% paga un valor de \$1, mientras un 44% pagaría hasta \$1,25.

3.2. Análisis de la competencia

Al realizar un análisis de la competencia y las variables expuestas en el cuadro 7, referente al precio se puede acotar que no todos los competidores entregan la caja de mora al mismo valor, siendo una de las razones la calidad de mora que entregan. Es así que, Chillanes entrega a \$11 el balde de mora, el mismo que contiene 2 cajas de madera es decir 6 kg, equivalente a \$5,50 cada caja, siendo éste valor el más bajo en relación al resto de competidores. La razón de éste particular es que los productores de Chillanes utilizan como depósitos para el cultivo de mora baldes y no cajas, esto hace

TABLE 7. Análisis de la competencia

NOMBRE	PRECIO AL QUE VENDEN LA CAJA DE MORA	VARIEDAD DE MORA QUE CULTIVAN	HECTÁREAS DE CULTIVO DE MORA	JORNAL POR HECTÁREA QUE CONTRATAN PARA LAS ACTIVIDADES DE CULTIVO	RECIPIENTES QUE UTILIZAN PARA COSECHAR LA MORA	¿EFECTÚA ALGUN TIPO DE ALMACENAMIENTO DESPUES DE LA COSECHA?	¿A QUIEN VENDE SU PRODUCCIÓN?	ÉPOCA DE MAYOR PRODUCCIÓN	FERTILIZACIÓN UTILIZADA PARA EL CULTIVO	NÚMERO DE CAJAS ENTREGADAS A LOS VENDEDORES SEMANALMENTE	NÚMERO DE FAMILIAS A LAS QUE VENDEN LA MORA ANUALMENTE
SAN LUIS	\$6,00	Castilla con espino/ Castilla sin espino	80	3	Caja de madera/ Tarrina	Si	Intermediarios	Octubre- Diciembre	Mixta (químico- orgánico)	50	7200
CHILLANES	\$5,50	Castilla con espino/ Castilla sin espino	50	3	Balde	No	Intermediarios	Enero- Marzo	Mixta (químico- orgánico)	35	5040
BAYUSHIG	\$6,00	Castilla sin espino	40	3	Caja de madera	No	Intermediarios	Enero- Marzo	Mixta (químico- orgánico)	30	4320
MATUS	\$6,00	Castilla sin espino	30	3	Caja de madera	No	Intermediarios	Enero- Marzo	Mixta (químico- orgánico)	25	3600
BILBAO	\$6,00	Castilla sin espino	15	2	Caja de madera	No	Consumidor final	Enero- Marzo	Mixta (químico- orgánico)	20	2880
QUIMIAG	\$5,80	Castilla con espino	20	2	Caja de madera/ Tarrina	Si	Consumidor final	Octubre- Diciembre	Mixta (químico- orgánico)	20	2880
LICTO	\$6,00	Castilla con espino/ Castilla sin espino/Gato	20	3	Caja de madera	No	Intermediarios	Octubre- Diciembre	Mixta (químico- orgánico)	20	2880
									TOTAL	200	28800

que la mora sufra un maltrato por la manipulación, así también influye en la calidad de la mora la distancia existente Riobamba y Chillanes, puesto que el fruto permanece en baldes aproximadamente 3 horas de viaje expuesta a condiciones que afectan la calidad del fruto, todo esto hace que la mora tienda a madurarse con mayor rapidez.

Un papel fundamental son las variedades de mora, mismas que tiene estrecha relación con el precio y la calidad del fruto, debido a que los productores que cultivan mora de castilla sin espino, de acuerdo al Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias INIAP (2013), esta variedad es de fácil manejo, pues se puede manipular con las manos sin protección y sin dañar el fruto al momento de la cosecha. Esto permite que los productores entreguen al intermediario y por ende al consumidor final un producto en condiciones favorables para el consumo.

En este contexto, es importante realizar un análisis particular del precio de venta del productor y el vendedor, mismo que se lo presenta a continuación:

TABLE 8: Análisis de precios productor

PRODUCTOR			
Fluctuación Precios/ caja	Kg/caja	Lbs/caja	Precio libra que entrega el productor
\$ 6,00	3	6,6	\$ 0,91
\$ 5,80	3	6,6	\$ 0,88
\$ 5,50	3	6,6	\$ 0,83

TABLE 9: Análisis de precios vendedor

VENDEDOR		
Precio de Venta	Precio libra productor	Utilidad por libra
\$ 1,00	\$ 0,91	\$ 0,09
\$ 1,00	\$ 0,88	\$ 0,12
\$ 1,00	\$ 0,83	\$ 0,17
\$ 1,25	\$ 0,91	\$ 0,34
\$ 1,25	\$ 0,88	\$ 0,37
\$ 1,25	\$ 0,83	\$ 0,42
\$ 1,50	\$ 0,91	\$ 0,59
\$ 1,50	\$ 0,88	\$ 0,62
\$ 1,50	\$ 0,83	\$ 0,67

3.3. Determinación de la demanda total, potencial, insatisfecha y objetiva

TABLE 10: Cálculo de la demanda total, potencial, insatisfecha, objetiva y sus proyecciones

N°	Año	Demanda Total	Demanda Potencial	Competencia	Demanda Insatisfecha	Demanda Objetiva
0	2017	42226	37159	28800	8359	6687
1	2018	42902	37753	29261	8493	6794
2	2019	43588	38357	29729	8629	6903
3	2020	44285	38971	30205	8767	7013
4	2021	44994	39595	30688	8907	7125
5	2022	45714	40228	31179	9049	7239

3.3.1. Consumo aparente por cliente

TABLE 11: Consumo aparente por cliente

N°	Año	Semestre	Trimestre	Mes	Quincena	Semana	Día
0	2017	3344	1672	557	279	139	18
1	2018	3397	1699	566	283	142	19
2	2019	3451	1726	575	288	144	19
3	2020	3507	1753	584	292	146	19
4	2021	3563	1781	594	297	148	20
5	2022	3620	1810	603	302	151	20

El universo de estudio constituye la demanda total, misma que es de 42226 familias, la demanda potencial que son los posibles consumidores se obtuvo entre la demanda total y el porcentaje de aceptación del mercado el mismo que es del 88% (cuadro 3) teniendo 37159 familias. El cálculo de la demanda insatisfecha se realizó entre la demanda potencial y la diferencia de la competencia (cuadro 7) siendo 8359 familias, las mismas que representan a los consumidores que no forman parte del mercado con los que la competencia trabaja, mientras que la demanda objetiva es de 6687 familias obtenidas de la demanda insatisfecha y el porcentaje de captación del mercado el mismo que es del 80% (debido a que la mora es un producto consolidado en el mercado), la misma que representa los consumidores que se pretende captar de la demanda insatisfecha. De la demanda objetiva se deriva el consumo aparente por cliente (cuadro 11), el cual representa la cantidad de consumidores que posiblemente

se captarán por cada periodo de tiempo. Se puede concluir que existe un mercado potencial para los productores de mora de la parroquia El Altar.

3.4. Modelo de Gestión Actual

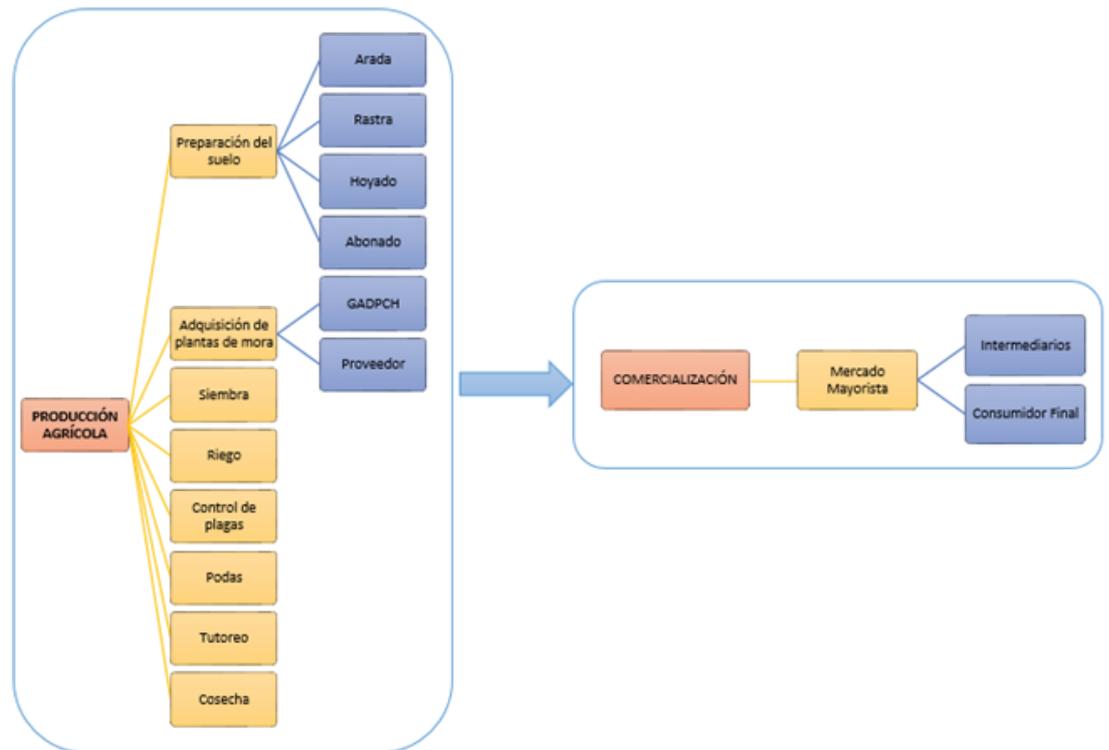


Figure 1: Modelo Territorial Actual (Fuente: Fonseca G. (2017))

El modelo territorial o modelo de gestión que manejan actualmente los productores de mora de la parroquia El Altar es bastante básico, pues se trata de una producción agrícola primaria en vista que no añaden ningún valor agregado, además de ello pese a que el agricultor busca formas de cómo mejorar ésta situación, son demasiados los esfuerzos y pocos los resultados para acercarse a una visión más real, puesto que lo difícil para los productores de mora no resulta ser la producción sino la comercialización y la agregación de valor, cosechan un fruto de calidad pero al no tener una adecuada visión de comercialización y al no encontrar mercados más formales, ni lograr encadenarse productivamente, muchos de los productores entregan su producto al intermediario o al consumidor final en el mercado Mayorista de la ciudad de Riobamba a precios que quizá cubran el costo de producción u obtengan un margen mínimo de ganancia, no conocen sobre alternativas para mejorar su utilidad, de manera puntual la generación de valor agregado y los encadenamientos productivos que generan competitividad en el mercado. Modelo de gestión propuesto

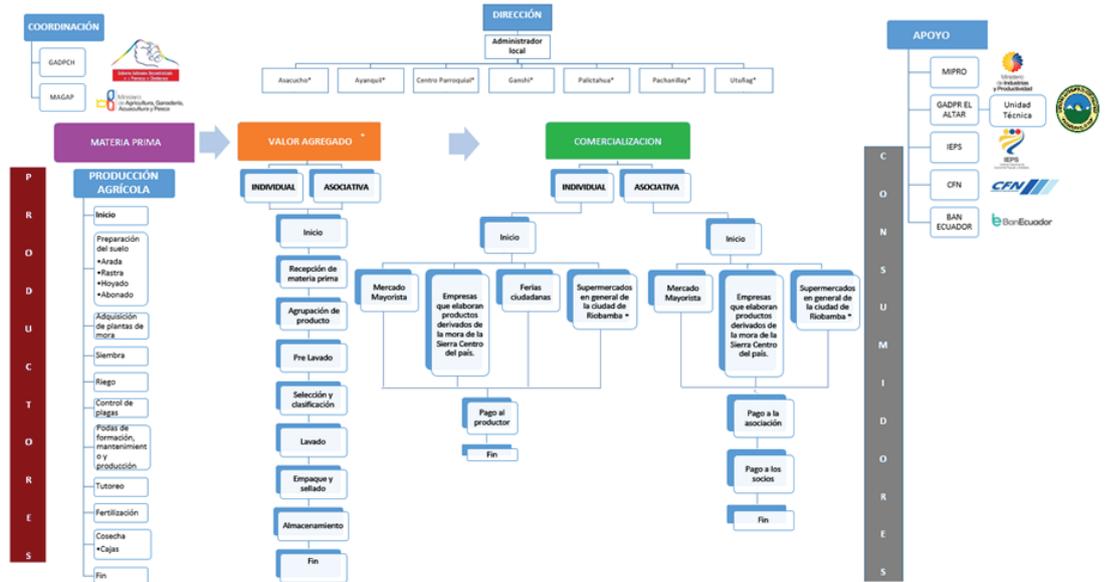


Figure 2: Modelo de gestión propuesto (Elaboración: Propia)

3.4.1. Mapeo de actores

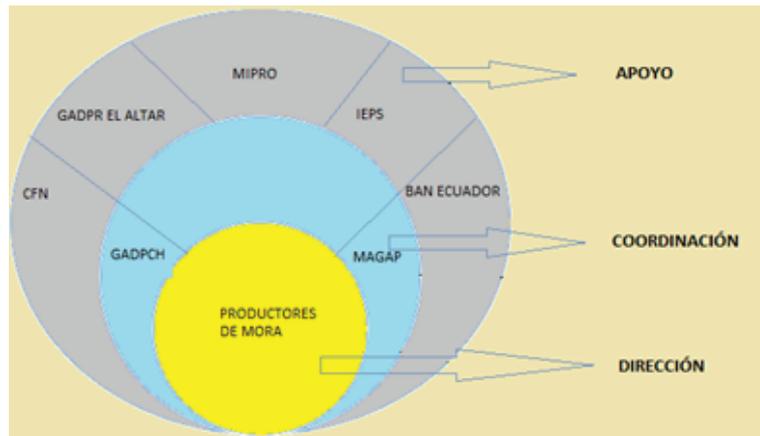


Figure 3: Mapeo de actores (Fuente: Fonseca G. (2017))

El modelo de gestión se diseñó en base al mapeo de actores, el mismo que consta de 3 ejes: dirección, coordinación y apoyo, lo cual permitirá mejorar la producción, comercialización y agregación de valor de mora mediante la interacción tanto de los productores de mora como de las entidades del Estado.

Dirección

Un administrador local será el encargado de la dirección, quien será designado por los productores de mora de las diferentes comunidades de la parroquia El Altar: Asacucho,



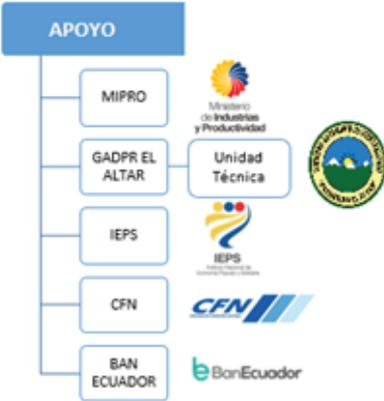
Ayanquil, Centro Parroquial, Ganshi, Palictahua, Pachanillay, Utuñag, quién estará al frente del proyecto con eficiencia y eficacia dentro del modelo de gestión conllevando actividades con un mismo objetivo de dirección, mediante la comunicación, supervisión y motivación.

Coordinación



La coordinación instaurará los lineamientos a seguir por parte de los productores de mora de la parroquia El Altar, por ello de acuerdo a sus competencias el Gobierno Autónomo Descentralizado de la provincia de Chimborazo (GADPCH) y el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca (MAGAP) serán los encargados directos de la coordinación del proyecto.

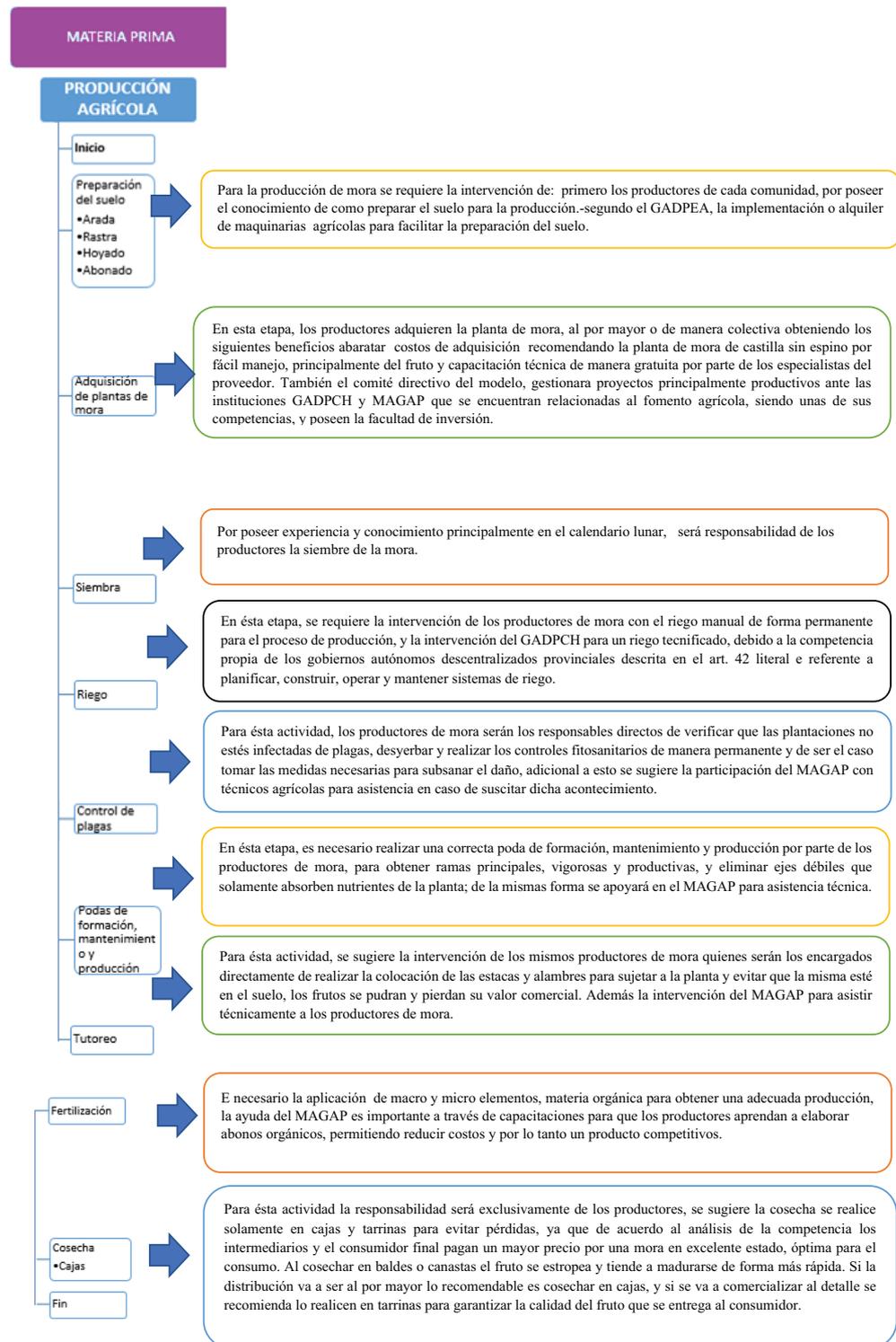
Apoyo



Para brindar apoyo en las actividades de producción y comercialización se tendrá: Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural El Altar (GADPEA), Instituto de Economía Popular y Solidaria (IEPS), Corporación Financiera Nacional (CFN) y Banca para el desarrollo productivo rural y urbano (BANECUADOR), por medio de las mismas se brindará la ayuda necesaria para la consecución de los objetivos de los proyectos, la misma que es un medio indispensable para lograr un esfuerzo conjunto, donde se coordinarán acciones claras y determinantes acorde a sus competencias.

3.4.2. Explicación del modelo de gestión propuesto

Materia Prima

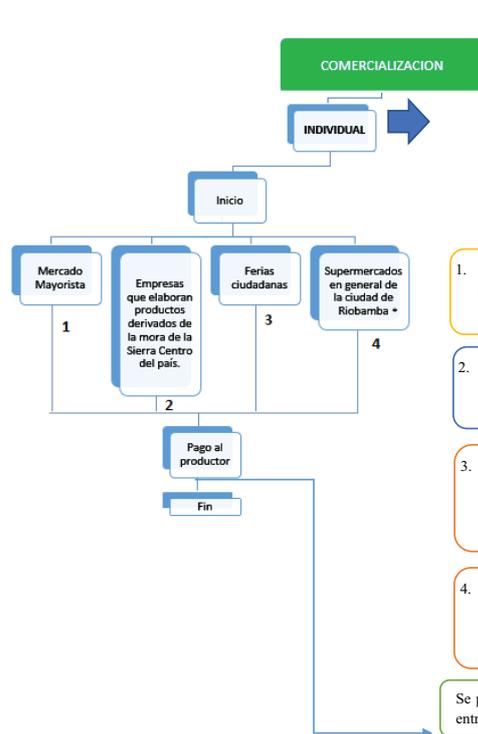


Valor Agregado

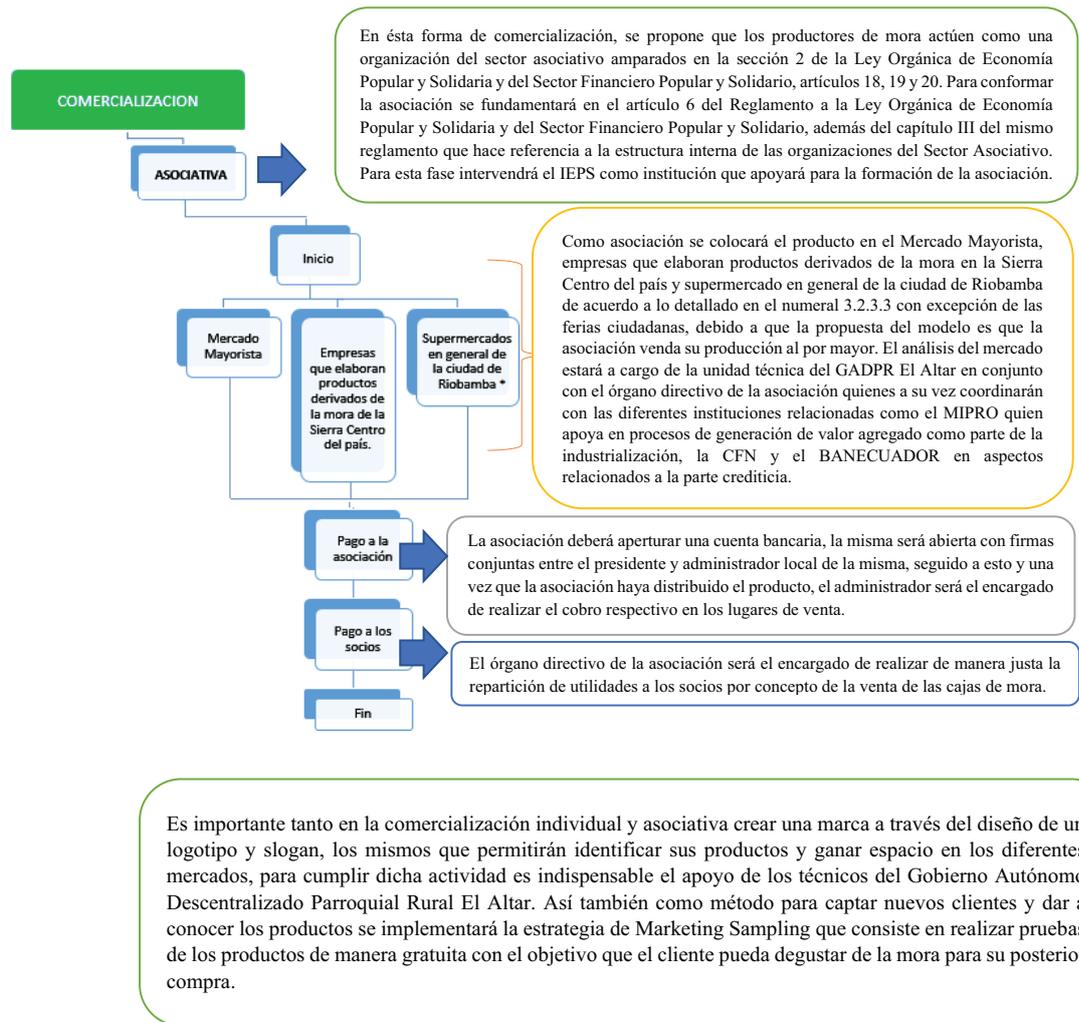


- De manera individual, procederá cada productor de mora con sus propios recursos para la recepción de la misma, por otro lado para la asociación en primera instancia se propone la construcción o adecuación de un centro de acopio y su equipamiento, mediante la intervención del GADPCH y GADPEA, instituciones que por sus competencias están facultadas a realizar ésta inversión. Seguido a esto la recepción de la materia prima estará a cargo del órgano directivo de la asociación, quienes serán los encargados de receptor y acopiar las cajas de mora, revisando la calidad óptima del fruto. Finalmente se pesará la cantidad requerida y se verifica el grado de maduración y el estado de la mora, la cual debe encontrarse sana y sin ningún tipo de contaminación.
- Se agrupará la producción de mora y se colocará sobre mesas de acero inoxidable.
- La fruta deberá ser introducida en un tanque de prelavado, donde el contacto con el agua y el desinfectante permitirán extraer la suciedad del fruto para facilitar los procesos de selección y lavado.
- Se eliminará la fruta sobre madura, magullada, con hongos (manchas lamosas, blancas, verdes, negras o cafés) ya que esto incide en el deterioro de la fruta.
- La fruta deberá ser lavada con agua potable.
- El producto se empaquetará en bolsas de polietileno con capacidad de 1 Kg. de acuerdo al análisis de la demanda, selladas correctamente sin exceso de aire.
- El producto terminado se almacenará en un cuarto limpio, protegido de la luz solar, este almacenamiento se recomienda a una temperatura de 0 grados centígrados, para mantener su estado y calidad.

Comercialización



- Esta actividad será responsabilidad exclusiva de los productores de mora de la parroquia El Altar, quienes mediante recursos propias deberán trasladar las cajas de mora hacia los lugares de comercialización, es importante tomar en cuenta el cubicaje al momento de transportar las cajas de mora ya que un pésimo cubicaje aumentaría los costos para el productor, además del riesgo de tener mermas por un mal acomodo de las cajas de mora. Así como también los productores coordinarán con instituciones gubernamentales como el MIPRO quien apoya en procesos de generación de valor agregado como parte de la industrialización, la CFN y el BANECUADOR en aspectos relacionados a la parte crediticia.
- 1. Se pretende entregar las cajas de mora de manera directa a los diferentes distribuidores que trasladan la mora a otras ciudades del país. Esta actividad estará a cargo de los productores de mora de la parroquia El Altar.
- 2. Como parte del encadenamiento productivo se recomienda entregar las cajas de mora a empresas que den valor agregado obteniendo pulpa, mermelada, jugos, entre otros.
- 3. En esta fase la intervención del GADPCH y el MAGAP es vital, ya que el productor puede llegar al consumidor final a través de las ferias de emprendimientos que éstas instituciones públicas realizan. Esta actividad estará a cargo de los productores de mora de la parroquia El Altar.
- 4. Una vez que se tiene el producto con valor agregado se pretende colocar en las perchas de los supermercados en general de la ciudad de Riobamba para su consumo. Esta actividad estará a cargo de los productores de mora de la parroquia El Altar.
- Se propone que los productores reciban el pago en efectivo el momento que entregan el producto tanto al por mayor como al por menor.



4. Conclusiones

- La mora en todas sus variedades tiene una gran aceptación en el mercado puesto que alrededor de un 92% de las familias riobambeñas gustan del consumo de este fruto, en tanto la mora que se produce en la parroquia El Altar es apetecible para las familias de Riobamba, ya que según el análisis de la demanda indica que el 88% consumiría dicho fruto, es así que los productores de la parroquia El Altar tienen grandes oportunidades de introducirse en el mercado.
- Los productores de mora de la parroquia El Altar tienen la posibilidad de ampliar su mercado, ya que al tratarse de un fruto ya consolidado en el mismo, se ha tomado un porcentaje de aceptación del mercado del 80%, teniendo 6687 familias potenciales a las cuales podemos llegar con el producto anualmente, lo que representa un consumo aparente de 18 clientes diarios, sin duda alguna la mora tienen buenas perspectivas de ventas si se conserva la calidad y se ofrecen

buenos precios, lo cual permitirá generar ingresos para los productores de mora aportando así a la disminución de la pobreza en el Altar.

- La propuesta del modelo de gestión se convierte en una herramienta orientada a mejorar la producción y comercialización desde una perspectiva orientada desde la demanda mas no de la oferta, con la participación y articulación activa de entidades públicas y privadas enfocada desde una visión de generación de valor agregado.
- El modelo de gestión propuesto tiene como objetivo: mejorar la producción agrícola, generar valor agregado a la producción de mora, introducir nuevos mercados para la comercialización, y así brindar una herramienta que pueda ser aplicable a los productores y comercializadores de mora de la parroquia el Altar, con el propósito de generar mayores ingresos económicos para ellos.
- La diferencia entre el modelo de gestión actual y propuesto radica en que; el primero atiende únicamente a la producción, que es como rutinariamente trabajan los moreros de la parroquia el Altar, el segundo genera iniciativas como valor agregado, es decir poner un producto de mejor calidad y sobre todo brinda varias alternativas de comercialización con lineamientos claros: individual y asociativamente, para ponerlo en el mercado.

References

- [1] Spicker Paul (2009): "Definiciones de pobreza: doce grupos de significados". <http://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/clacso/crop/glosario/06spicker.pdf>.
- [2] Echeverría B., (2011): "Pensamiento Político Ecuatoriano". <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=39705>
- [3] Zegarra E., Tuesta J. (2009): "Boom Agrícola y persistencia de la pobreza rural". Food and Agriculture Organization of the United Nations - FAO. Viale delle Terme di Caracalla, 00153 Roma (Italia). <http://www.fao.org/3/a-i0798s.pdf>.
- [4] Klein Emilio (2012): "Políticas de mercado de trabajo y pobreza rural en América Latina". Food and Agriculture Organization of the United Nations - FAO. Viale delle Terme di Caracalla, 00153 Roma (Italia). <http://www.fao.org/3/a-i2651s.pdf>
- [5] International Fund for Agricultural Development -- IFAD (2001): "Informe Sobre la pobreza Rural 2001: El desafío consistente en acabar con la pobreza rural". Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola. Primera edición en inglés publicada por Oxford University Press (Reino Unido) en 2001. <https://www.ifad.org/documents/10180/6ec205c1-b70c-4e1f-b9da-0a6a2ce4c79a>.

- [6] Castillo D., Quevedo L. (2016): "El Desarrollo Humano sostenible en los proyectos de Turismo Rural Comunitario". <http://www.eumed.net/rev/turydes/20/nariz-diablo.html>.
- [7] Castillo D., Quevedo L. (2016): "Evaluación del desarrollo en los proyectos de turismo comunitario". Editorial Académica Española. Página 46. <https://www.eae-publishing.com/catalog/details/store/es/book/978-3-8417-5121-8/evaluaci%C3%B3n-del-desarrollo-en-los-proyectos-de-turismo-comunitario>.
- [8] Formichella M., Massigoge J. (2004): "El Concepto de Emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local". https://www.researchgate.net/publication/281465619_El_concepto_de_emprendimiento_y_su_relacion_con_el_empleo_la_educacion_y_el_desarrollo_local.
- [9] Ayala L., Valenzuela C., Bohórquez Y. (2013): "Caracterización fisicoquímica de mora de castilla (*Rubus Glaucus Benth*) en seis estados de madurez". <http://www.scielo.org.co/pdf/bsaa/v11n2/v11n2a02.pdf>
- [10] Morillo Diego (2011): "Respuesta del cultivo de mora *Rubus Glaucus* a la aplicación de dos tipos de bioles de frutas en dos dosis, Tumbaco, Pichincha". https://www.researchgate.net/publication/277217820_Respuesta_del_cultivo_de_mora_rubus_glaucus_a_la_aplicacion_de_dos_tipos_de_bioles_de_frutas_en_dos_dosisTumbaco_Pichincha
- [11] Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca - MAGAP (2013): "Manual de cultivo de mora". <http://balcon.magap.gob.ec/mag01/magapaldia/HOMBRO%20A%20HOMBRO/manuales/Manual%20El%20cultivo%20de%20a%20mora.pdf>.
- [12] Ander-Egg, Ezequiel (1982). "Desarrollo de la comunidad" (10ª Ed.) Buenos Aires Argentina: Hvmánitas. 190 p.
- [13] Bonales Joel (2007). "El desarrollo local en América Latina como resultado de la acción pública no gubernamental". https://www.researchgate.net/publication/267853532_El_desarrollo_local_en_America_Latina_como_resultado_de_la_accion_publica_no_gubernamental
- [14] Morán José (2008). Modelo integral de desarrollo comunitario. "Estrategias para el Desarrollo Regional Sustentable y Sostenible". <http://www.eumed.net/ce/2008b/jlm.htm>
- [15] Fonseca G., Castillo D., Quevedo L. (2017). "Mora: ¿fuente de ingresos para productores y comercializadores?. Un enfoque desde el análisis de la dinámica del mercado de las familias de la ciudad de Riobamba. Estudio de caso: parroquia El Altar, Ecuador". <http://eujournal.org/index.php/esj/article/view/8982>

- [16] Añez Hernández Carmen (2007), "Las pequeñas empresas en las cadenas productivas: crecimiento o dependencia". https://www.researchgate.net/publication/26496357_Las_pequenas_empresas_en_las_cadenas_productivas_crecimiento_o_dependencia
- [17] Prada José (2016). "Desarrollo territorial en tres ciudades medias ecuatorianas: efecto de las estrategias locales en la aplicación del Plan Nacional del «Buen vivir» y el cambio en la matriz productiva". <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17146265005>
- [18] Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo- SENPLADES (2012). "Transformación de la Matriz Productiva. Revolución productiva a través del conocimiento y el talento humano". http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf
- [19] Tejada Alonso (2003): "Los modelos actuales de gestión en las organizaciones. gestión del talento, gestión del conocimiento y gestión por competencias". <http://www.redalyc.org/pdf/213/21301208.pdf>
- [20] Álvarez Navarro, Marino; Riveros Serrato, Hernando; Rojas Rueda, Manuel (2005), "Orientaciones Generales para la Promoción y Apoyo a las Cadenas Agro productivas en el Perú". http://www.pdrs.org.pe/img_upload_pdrs/36c22b17acbae902af95f805cbae1ec5/orientaciones_generales_para_la_promoci__n_y_apoyo_a__las__cadenas_agroproductivas_en_el_Per__.pdf
- [21] Poli Federico (2005), "Política Pública para las PYMES" Mimeografiado, Argentina. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36413104>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC (2011): "Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico". <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-de-estratificacion-del-nivel-socioeconomico/>.
- [22] Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC (2010): "Censo de Población y Vivienda". <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/banco-de-informacion/>.
- [23] Fals Borda (2008). "Orígenes universales y retos actuales de la IAP". <https://groups.google.com/forum/#!msg/ic-investigacion-cualitativa/s55ujJ3O0ds/UyCWCyxP48AJ>
- [24] Freire Paulo (1973). "Pedagogía del oprimido", 10ª edición. Buenos Aires, Ed. Siglo XXI. <http://www.ensayistas.org/critica/liberacion/varios/freire.pdf>