

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR.
FACULTAD DE ECONOMÍA.**



**Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del título de
Economista**

Disertación

**Caracterización de la Agricultura Familiar Campesina en la región
Sierra del Ecuador durante el año 2019.**

Edwin David Sarchi Laines.

esarchi909@puce.edu.ec

Grace Piedad Guerrero Zurita.

gguerrero001@puce.edu.ec

Quito, agosto de 2022

Resumen

La presente investigación aborda un tema de gran importancia económica para el país como es la agricultura familiar campesina (AFC) en la Sierra del Ecuador durante el año 2019, enfocada en dos características en particular, el mercado y el trabajo externo al núcleo familiar. Al investigar el mercado encontramos algunos rasgos distintivos, los cuales muestran que la mayoría de la producción agropecuaria es destinada a la venta. Por otra parte, la interacción con los intermediarios aún prevalece, pues en ocasiones los campesinos no cuentan con los recursos necesarios para generar una venta directa, esto sucede especialmente en las AFC de subsistencia, ya que no pueden costear algunos gastos. Al analizar los mercados observamos que todavía existe la limitación en el acceso e interacción. Con respecto a la mano de obra externa del núcleo familiar en la AFC se evidenció que el hombre es quien lidera las labores agrícolas y ganaderas, sin desmerecer la labor de la mujer quien tiene mayor relevancia en la comercialización, artesanía y elaboración de productos, aspectos que contribuyen al ingreso económico de la familia. Con respecto a los canales de comercialización, se procedió a dividir la Sierra en tres zonas norte, centro y sur, también se la segmentó en rangos de hectáreas (agrícola y pecuario), con el fin de observar las diferencias en los mercados en donde comercializan los productos agropecuarios en base a las tres zonas de la sierra y en la cantidad agropecuaria que producen. Para analizar estos aspectos se ha tomado una muestra de 3.208 familias que accedieron a una encuesta de manera voluntaria realizada por el Ministerio de Agricultura y Ganadería en el año 2019.

Palabras claves: Agricultura familiar campesina, canales de comercialización, mano de obra asalariada y mano de obra familiar.

Abstract

This research focuses on a topic of great economic importance for the country, which is the Peasant Family Agriculture (AFC in Spanish) in the Ecuadorian Highlands during 2019, it addresses two main characteristics, the market and the work outside the family nucleus. During the market research, we found some distinctive features, which show that the majority of agricultural production is destined for sale. On the other hand, the interaction with intermediaries still prevails, because sometimes the peasants do not have the necessary resources to generate a direct sale, this happens especially in the subsistence AFC, since they cannot afford some expenses. During the market analysis, we observe that there is still a limitation in the access and interaction. Regarding the external workforce of the family nucleus in the AFC, it was evidenced that the man is the one who leads the agricultural and livestock tasks, without detracting from the work of the woman who has greater relevance in the commercialization, crafts and elaboration of products, aspects that contribute to the economic income of the family. In relation to the marketing channels, the Highlands were divided into three zones: north, central and south, it was also segmented into ranges of hectares (agricultural and livestock) in order to observe the differences in the markets where they sell the agricultural products based on the three zones of the Highlands and the amount of agricultural produce they produce. To analyze these aspects, a sample of 3,208 families was taken, who voluntarily accessed a survey carried out by the Ministry of Agriculture and Livestock in 2019.

Key words: Peasant family agriculture (AFC in Spanish), marketing channels, salaried labor and family labor.

Contenido

<i>Resumen</i>	2
<i>Glosario</i>	9
<i>Dedicatoria</i>	10
<i>Agradecimientos</i>	11
Introducción	12
Pregunta de Investigación.....	14
Pregunta General.....	14
Preguntas Específicas	14
Objetivos.....	14
Objetivo General	14
Objetivos específicos	14
Fundamentación Teórica	15
Agricultura Familiar Campesina	15
Tipología de la Agricultura Familiar Campesina	16
Caracterización de la Agricultura Familiar Campesina	16
El mercado en la Agricultura Familiar Campesina.....	17
Ventajas y desventajas de la venta directa en la agricultura familiar campesina	17
Ventajas y desventajas de la venta a intermediarios en la agricultura familiar campesina.....	18
Formas de comercialización de la Agricultura Familiar Campesina	18
El trabajo en la Agricultura Familiar Campesina.....	19
Importancia de la Agricultura Familiar Campesina	19
Dificultades de la Agricultura Familiar Campesina.....	20
Metodología	22
Método.....	22
Datos	22
Capítulo I: Sistemas de comercialización y el trabajo en la Agricultura Familiar Campesina en la región Sierra del Ecuador en el año 2019	25
1.1. La Sierra y sus sectores agropecuarios en la Agricultura Familiar Campesina (AFC) durante el año 2019	25
1.2. Participación de familias vinculadas a la AFC en el sector agropecuario de la Sierra en el año 2019.....	30
1.3. Tamaño de la AFC destinada para la producción agrícola y pecuaria de la Sierra en el año 2019	30
1.4. Producción en la AFC por sector agropecuario de la Sierra en el año 2019.....	31
1.5. Ingresos en la AFC por sector agropecuario de la Sierra en el año 2019.....	32
1.6. Tipología en la AFC por sector agropecuario de la Sierra en el año 2019.....	34
1.7. El mercado en la AFC por sector agropecuario de la Sierra en el año 2019	35
1.7.1. Destino de la producción agrícola en la AFC de la Sierra en el año 2019	35
1.7.2. Los productos más comerciales por sector agropecuario de la Sierra en el año 2019	38
1.7.3. Forma de venta de los productos agropecuarios en la AFC de la Sierra en el año 2019	44
1.7.4. Tipos de mercados por venta directa e indirecta del sector agropecuario en la AFC de la Sierra en el año 2019	47

1.8. El mercado laboral en la agricultura familiar campesina (AFC) por sector agropecuario de la Sierra en el año 2019	56
1.8.1. Mano de obra permanente y ocasional externa al núcleo familiar por sexo y sector agropecuario en la AFC de la Sierra durante el año 2019.....	58
1.8.2. Mano de obra familiar permanente y ocasional por sexo y sector agropecuario en la AFC de la Sierra en el año 2019.....	59
Capítulo II: Canales de comercialización y mercados en la Agricultura Familiar Campesina por sector agropecuario de la Sierra norte, centro y sur del Ecuador.....	61
2.1. Zonas de la Sierra.....	61
2.2. Participación de familias vinculadas a la AFC en el sector agropecuario por zona y rango de hectárea (Agrícola y Pecuaria) de la Sierra en el año 2019	62
2.3. Tamaño de la AFC destinada para la producción agrícola y pecuaria por zona y rango de hectárea de la Sierra en el año 2019.....	63
2.4. Producción en la AFC por zona y sector agropecuario de la Sierra en el año 2019	65
2.5. Tipología en la AFC por zona, rango de hectárea (Agrícola y Pecuaria) y sector agropecuario de la Sierra en el año 2019	68
2.6. El mercado en la agricultura familiar campesina (AFC) por zona y rango de hectárea (Agrícola y pecuaria) de la Sierra en el año 2019.	69
2.6.1. Destino de la producción agropecuaria de la AFC en la Sierra por zona y rango de hectárea (Agrícola y Pecuaria) en el año 2019.....	69
2.6.2. Los productos más comerciales por zona y sector agropecuario de la Sierra en el año 2019	74
2.6.3. Forma de venta de los productos agropecuarios en la AFC por zonas y rango de hectárea (agrícola y pecuaria) de la Sierra en el año 2019.....	80
2.6.4. Tipos de mercados por venta directa e indirecta del sector agropecuario en la AFC por zona y sector agropecuario de la Sierra en el año 2019.....	80
Conclusión	83
Recomendaciones	85
Referencias.....	86
Anexos.....	91
Encuestas voluntarias aplicadas por el MAG, referente a la forma de venta en la AFC de los productos agropecuarios por zona y rango (Agrícola y Pecuaria) de la Sierra en el año 2019.....	91
Encuestas voluntarias aplicadas por el MAG, referente a los tipos de mercados utilizados por la venta directa por zona, rango de hectárea (agrícola y pecuaria) y sector agropecuario en la AFC de la Sierra en el año 2019.....	95
Encuestas voluntarias aplicadas por el MAG, referente a los tipos de mercados en la AFC usados por los intermediarios por zona y sector agropecuario de la Sierra en el año 2019.....	107

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Características y variables de la sierra ecuatoriana -----	23
Tabla 2 -----	30
Tabla 3 Promedio de ingresos mensuales en dólares dentro, fuera o ambas por sector agropecuario de la Sierra en el año 2019 -----	33
Tabla 4 <i>Familias en la Agricultura Familiar Campesina por Tipología y sector agropecuario de la Sierra en el año 2019</i> -----	34
Tabla 5 <i>Tipología de Agricultura Familiar en Ecuador, 1998.</i> -----	34
Tabla 6 <i>Número de personas externas al núcleo familiar (ENF) y del núcleo familiar (NF) por sexo en la AFC de la Sierra en el año 2019</i> -----	57
Tabla 7 <i>Cantidad de personas en la AFC por región y sexo, 2017-2019</i> -----	58
Tabla 8 <i>Cantidad de familias en la AFC por zona, rangos (agrícola y pecuario) y sector agropecuario de la Sierra en el año 2019</i> -----	63
Tabla 9 <i>Cantidad de superficie o extensión destinada para la producción agrícola y pecuaria en la AFC por zona y rango de hectárea de la Sierra en el año 2019</i> -----	64
Tabla 10 <i>Ranking provincial respecto a las hectáreas por UPA en promedio (de menor a mayor)</i> -----	64
Tabla 11 <i>Tipología de la AFC por zona, rango, hectárea y sector de la Sierra en el año 2019</i> -----	68

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Mapa sector agrícola</i> -----	26
Figura 2 <i>Mapa sector pecuario</i> -----	27
Figura 3 <i>Mapa sector apícola</i> -----	27
Figura 4 <i>Mapa del sector de los productos elaborados</i> -----	28
Figura 5 <i>Mapa sector productos recolectados</i> -----	28
Figura 6 <i>Mapa sector agropecuario</i> -----	29
Figura 7 <i>Producción por sector agropecuario en la Sierra en el año 2019</i> -----	32
Figura 8 <i>Porcentaje de producción destinada al consumo o venta sector agrícola</i> -----	35
Figura 9 <i>Porcentaje de producción destinada al consumo o venta sector pecuario</i> -----	36
Figura 10 <i>Porcentaje de producción destinada al consumo o venta sector apícola</i> -----	37
Figura 11 <i>Porcentaje de producción destinada al consumo o venta productos elaborados</i> -----	37
Figura 12 <i>Porcentaje de producción destinada al consumo o venta sector de productos recolectados</i> -----	38
Figura 13 <i>Ranking de los 10 productos más comercializados del sector agrícola</i> -----	39
Figura 14 <i>Ranking de los 10 productos más comercializados del sector pecuario</i> -----	40
Figura 15 <i>Ranking de los 6 productos más comercializados del sector apícola</i> -----	41
Figura 16 <i>Ranking de los 2 productos más comercializados del sector de productos recolectados</i> -----	42
Figura 17 <i>Ranking de los 10 productos más comercializados del sector de productos elaborados</i> -----	43
Figura 18 <i>Porcentaje de producción destinada a la venta directa o al intermediario, sector agrícola</i> -----	44
Figura 19 <i>Porcentaje de producción destinada a la venta directa o al intermediario, sector pecuario</i> -----	45
Figura 20 <i>Porcentaje de producción destinada a la venta directa o al intermediario, sector apícola</i> -----	46
Figura 21 <i>Porcentaje de producción destinada a la venta directa o al intermediario, sector de productos recolectados</i> -----	46
Figura 22 <i>Porcentaje de producción destinada a la venta directa o al intermediario, sector de productos elaborados</i> -----	47
Figura 23 <i>Porcentaje de producción agrícola vendida directamente a los diferentes mercados</i> -----	48
Figura 24 <i>Porcentaje de producción agrícola comercializada por los intermediarios a los diferentes mercados</i> -----	49
Figura 25 <i>Porcentaje de producción pecuaria vendida directamente a los diferentes mercados</i> -----	50
Figura 26 <i>Porcentaje de producción pecuaria comercializada por los intermediarios a los diferentes mercados</i> -----	51
Figura 27 <i>Porcentaje de producción apícola vendida directamente a los diferentes mercados</i> -----	52

Figura 28 <i>Porcentaje de producción apícola comercializada por los intermediarios a los diferentes mercados</i>	52
Figura 29 <i>Porcentaje de producción del sector de productos recolectados vendidos directamente a los diferentes mercados</i>	53
Figura 30 <i>Porcentaje de producción del sector de productos recolectados comercializada por los intermediarios a los diferentes mercados</i>	53
Figura 31 <i>Porcentaje de producción del sector de productos elaborados vendida directamente a los diferentes mercados</i>	54
Figura 32 <i>Porcentaje de producción del sector de productos elaborados comercializada por los intermediarios a los diferentes mercados</i>	55
Figura 33 <i>Porcentaje de mano de obra externa al núcleo familiar AFC por sexo y sector agropecuario de la Sierra en el año 2019.</i>	58
Figura 34 <i>Porcentaje de mano de obra del núcleo familiar AFC por sexo y sector agropecuario en la Sierra durante el año 2019</i>	59
Figura 35 <i>Mapa de las zonas de la Sierra</i>	61
Figura 36 <i>Producción por zona y sector agrícola de la Sierra en el año 2019</i>	65
Figura 37 <i>Producción por zona y sector pecuario de la Sierra en el año 2019</i>	66
Figura 38 <i>Producción por zona y sector apícola de la Sierra en el año 2019</i>	66
Figura 39 <i>Producción por zona y sector de productos recolectados de la Sierra en el año 2019</i>	67
Figura 40 <i>Producción por zona y sector de productos elaborados de la Sierra en el año 2019</i>	67
Figura 41 <i>Porcentaje destinado a la venta o consumo por zona, rango de hectárea sector agrícola de la Sierra en el año 2019</i>	70
Figura 42 <i>Porcentaje destinado a la venta o consumo por zona, rango de hectárea sector pecuario de la Sierra en el año 2019</i>	71
Figura 43 <i>Porcentaje destinado a la venta o consumo por zona, rango de hectárea sector apícola de la Sierra en el año 2019</i>	72
Figura 44 <i>Porcentaje destinado a la venta o consumo por zona, rango de hectárea del sector de productos recolectados de la Sierra en el año 2019</i>	73
Figura 45 <i>Porcentaje destinado a la venta o consumo por zona, rango de hectárea del sector de productos elaborados de la Sierra en el año 2019</i>	74
Figura 46 <i>Ranking de los 5 productos agrícolas más comercializados de la sierra por zonas</i>	75
Figura 47 <i>Ranking de los 5 productos pecuarios más comercializados de la sierra por zonas</i>	76
Figura 48 <i>Ranking 5 productos apícolas más comercializados de la sierra por zonas</i>	77
Figura 49 <i>Ranking de los 2 productos recolectados más comercializados de la sierra por zonas</i>	78
Figura 50 <i>Ranking de los 5 productos elaborados más comercializados de la sierra por zonas</i>	79
Figura 51 <i>Porcentaje de producción destinada a la venta directa o al intermediario sector agrícola</i>	91
Figura 52 <i>Porcentaje de producción destinada a la venta directa o al intermediario sector pecuario</i>	92
Figura 53 <i>Porcentaje de producción destinada a la venta directa o al intermediario sector apícola</i>	93
Figura 54 <i>Porcentaje de producción destinada a la venta directa o al intermediario sector productos recolectados</i>	93
Figura 55 <i>Porcentaje de producción destinada a la venta directa o al intermediario sector productos elaborados</i>	94
Figura 56 <i>Porcentaje de producción agrícola vendida directamente a los diferentes mercados de la Sierra norte</i>	95
Figura 57 <i>Porcentaje de producción agrícola vendida directamente a los diferentes mercados de la Sierra centro</i>	96
Figura 58 <i>Porcentaje de producción agrícola vendida directamente a los diferentes mercados de la Sierra sur</i>	97
Figura 59 <i>Porcentaje de producción pecuaria vendida directamente a los diferentes mercados de la Sierra norte</i>	98
Figura 60 <i>Porcentaje de producción pecuaria vendida directamente a los diferentes mercados de la Sierra centro</i>	99
Figura 61 <i>Porcentaje de producción pecuaria vendida directamente a los diferentes mercados de la Sierra sur</i>	100

Figura 62 <i>Porcentaje de producción apícola vendida directamente a los diferentes mercados de la Sierra norte</i>	101
Figura 63 <i>Porcentaje de producción apícola vendida directamente a los diferentes mercados de la Sierra centro</i>	101
Figura 64 <i>Porcentaje de producción apícola vendida directamente a los diferentes mercados de la Sierra sur</i>	102
Figura 65 <i>Porcentaje de producción vendida directamente a los diferentes mercados de la Sierra norte del sector de productos recolectados</i>	102
Figura 66 <i>Porcentaje de producción vendida directamente a los diferentes mercados de la Sierra centro del sector de productos recolectados</i>	103
Figura 67 <i>Porcentaje de producción vendida directamente a los diferentes mercados de la Sierra sur del sector de productos recolectados</i>	103
Figura 68 <i>Porcentaje de producción vendida directamente a los diferentes mercados de la Sierra norte del sector de productos elaborados</i>	104
Figura 69 <i>Porcentaje de producción vendida directamente a los diferentes mercados de la Sierra centro del sector de productos elaborados</i>	105
Figura 70 <i>Porcentaje de producción vendida directamente a los diferentes mercados de la Sierra sur del sector de productos elaborados</i>	106
Figura 71 <i>Porcentaje de producción agrícola comercializada por los intermediarios a los diferentes mercados por zona de la Sierra</i>	107
Figura 72 <i>Porcentaje de producción pecuaria comercializada por los intermediarios a los diferentes mercados por zona de la Sierra</i>	108
Figura 73 <i>Porcentaje de producción apícola comercializada por los intermediarios a los diferentes mercados por zona de la Sierra</i>	109
Figura 74 <i>Porcentaje de producción del sector de Productos Recolectados comercializada por los intermediarios a los diferentes mercados por zona de la Sierra</i>	109
Figura 75 <i>Porcentaje de producción del sector de productos elaborados comercializada por los intermediarios a los diferentes mercados por zona de la Sierra</i>	110

Glosario

AFC: Agricultura Familiar Campesina

EFN: Externo al núcleo familiar

NF: Núcleo familiar

AFCS: Agricultura Familiar Campesina de Subsistencia

AFCT: Agricultura Familiar Campesina Transitoria

AFCS: Agricultura Familiar Campesina Consolidada

MAG: Ministerio de Agricultura y Ganadería

BID: Banco Interamericano de Desarrollo

FAO: La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación

BCE: Banco Central del Ecuador

INEC: Instituto Nacional de Estadística y Censo

JICA: Agencia Japonesa de Cooperación Internacional

ESPAC: Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua

RIMISP: Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural

SERFOR: Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre

ENEMDU: Encuestas Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo

Dedicatoria

*A Dios y a la Virgen del Quinche que con su cuidado espiritual
he alcanzado un tercer nivel de educación superior*

Agradecimientos

Agradezco a mis padres, Genaro Sarchi y Elizabeth Laines por el apoyo y esfuerzo, siendo mi motivación, fuerza y empuje para terminar esta etapa de mi vida universitaria

A mis grandes amigos y mentores Miguel Mascaró y Patricia Williams por sus consejos, conocimientos y apoyo incondicional

A mi tutora, Mgtr. Grace Guerrero por su dirección, conocimiento y tiempo dedicado para completar y culminar este trabajo de investigación

Finalmente, un agradecimiento a mis abuelitos Manuel Laines, Gloria Bazán y María Encarnación Chicaiza, a mi familia por el apoyo incondicional en mi vida estudiantil y universitaria

Introducción

El presente trabajo abordará un tema de importancia económica del sector rural, correspondiente a la agricultura familiar campesina (AFC), la cual es definida como una forma de producción independiente, cuya actividad principal se enfoca en el ámbito agropecuario y que tiene características específicas en el contexto ecuatoriano dominado por relaciones económicas capitalistas de producción (Rendón, 2012). Desde la perspectiva antes mencionada, el tema de estudio se enfoca en caracterizar la agricultura familiar campesina en la Sierra del Ecuador durante el año 2019, teniendo como eje para el desarrollo investigativo dos características: la vinculación con el mercado y el trabajo externo al núcleo familiar en la agricultura.

La agricultura es un sector estratégico en el Ecuador, ya que genera ocupación y obtención de ingresos para la población rural, además que se encuentra vinculada a la producción de alimentos y productos agropecuarios que son comercializados a nivel local y nacional, y que constituyen la base de la canasta básica en términos de consumo. Los campesinos suministran cada día productos de calidad para una alimentación saludable en la población ecuatoriana (Martínez, 2013). Durante la última década, el sector agrícola ecuatoriano tuvo una participación del 8 % en el PIB como sector económico y fuente activa de empleo (MAG, 2019).

La propuesta planteada en el plan Nacional de Desarrollo cuyos objetivos se enfocan en lograr el aumento de empleos de calidad, capacitación de trabajadores de los diversos sectores económicos, para dar como resultado un mejor servicio y producto. La meta a raíz de estos cambios era producir un aumento del 3% en el PIB de los diferentes sectores económicos en los periodos 2018-2021, así pues, el estado ecuatoriano ha sido autosuficiente en la producción de bienes agropecuarios, siendo este sector el que abastece cerca del 97% de los consumos y, además, conlleva a la alimentación básica de casi todos los ecuatorianos (Chuncho et al. 2021)

El país se ha caracterizado por desarrollar diferentes actividades agrícolas que generaban rentabilidad al país, sin embargo, con la aparición de procesos industrializados a partir de la década de los cincuenta se empezó a dar un giro a la producción, generando mayores ingresos que la producción tradicional, a pesar de que el país no se desarrolló en este sector como se adaptaron países como EE. UU o China, Ecuador sigue luchando para introducirse a cambios realmente favorables económicamente (Chuncho et al., 2021).

Por otra parte, existen varios estudios sobre agricultura familiar en el sector rural que la definen y hacen referencia a varias tipologías de productores. La agricultura familiar presenta un lugar preponderante en las políticas planteadas por organismos multilaterales, como es el caso de FAO (Martínez, 2013). El presente estudio se focaliza en la AFC, haciendo uso de la base de datos que el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) levantó durante el 2019 en lugares estratégicos¹ y que constituye una base que permite la comparación con los estudios precedentes. Esta investigación tomará como base los abordajes teóricos de las investigaciones de FAO (2012) y Luciano Martínez (2013) para visualizar si la realidad del 2019 es compatible con lo señalado, para las dos características que son, el mercado y el trabajo externo al núcleo familiar en el sector agropecuario².

La investigación tiene como contexto de estudio a la región sierra o interandina del Ecuador, ya que en esta región se concentra más del 50% de personas vinculadas a la Agricultura Familiar Campesina (Morales, 2020). Es importante analizar y describir el mercado nacional, con el propósito de comprender sus rasgos distintivos y diferentes canales que usan los productores de la AFC para la venta de los productos agropecuarios; además del trabajo externo al núcleo familiar (ENF) y la cantidad de personas contratadas que realizarán las actividades agropecuarias como la labranza, cultivo, pastoreo de ganado, entre otros.

La discusión y teorías sobre la agricultura familiar campesina mencionan que al habitar, trabajar y construir una vivencia en el mundo rural es un desafío de las unidades familiares campesinas, ya que las áreas rurales presentan limitaciones de acceso a servicios básicos, mercados y otras estructuras necesarias para su

¹ Destaco que, no es factible extrapolar las conclusiones a toda la AFC de la Sierra por las limitaciones de representatividad que tiene la muestra y el sesgo inherente.

² Agrícola, Pecuario, Apícola, Productos Elaborados y Productos Recolectados.

desarrollo comercial y económico. Es así que, en la presente investigación se analizará y explicará el contexto del mercado, como consecuencia de la venta de productos agropecuarios y del trabajo externo al núcleo familiar en la Sierra del Ecuador en el año 2019.

Para la construcción del marco teórico se tomó en cuenta los siguientes ejes temáticos: Agricultura Familiar Campesina (AFC), tipología de la AFC, Caracterización de la AFC (Mercado y Trabajo externo al núcleo Familiar), Importancia y Dificultades que enfrenta la AFC. Estos ejes permitirán direccionar y sustentar de forma teórica a la investigación.

Para alcanzar los objetivos planteados se dividió la investigación en dos capítulos. En el primer capítulo se analiza los rasgos distintivos del mercado en la Sierra del Ecuador en el año 2019, donde mediante el cruce de variables obtenemos los resultados correspondientes al destino de los productos agropecuarios, la forma de venta, los diez productos más comercializados en la agricultura y los mercados de destino de la producción. También tenemos el análisis del trabajo externo al núcleo familiar (ENF), para lo cual, mediante el cruce de variables se obtendrá los resultados de la contratación ocasional o permanente por sexo en la agricultura, además se analiza el trabajo del núcleo familiar (NF) usando la misma estructura del trabajo ENF.

En el segundo capítulo se identifica la diferenciación de los canales de comercialización y mercado de la agricultura familiar campesina (AFC). Para ello se dividió la Sierra del Ecuador en norte, centro y sur, y se procedió a realizar el cruce de variables para obtener los resultados correspondientes al destino de los productos agropecuarios, la forma de venta, el ranking de los cinco productos más comercializados en la agricultura y los mercados. Para obtener un análisis cercano a la realidad se procedió a dividir por rangos de superficie al sector agrícola y pecuario para distinguirlos de otros subsectores de actividad rural, como es el sector apícola, de productos elaborados y recolectados.

Pregunta de Investigación

Pregunta General

¿Qué características principales tiene la agricultura familiar campesina en la Sierra del Ecuador a partir del registro levantado por el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) durante el año 2019?

Preguntas Específicas

¿Qué rasgos distintivos presentan el mercado y el trabajo externo al núcleo familiar en la agricultura familiar campesina en la región Sierra del Ecuador durante el año 2019?

¿De qué forma se pueden diferenciar los canales de comercialización y mercado de la agricultura familiar campesina en la Sierra norte, centro y sur del Ecuador?

Objetivos

Objetivo General

Determinar las características principales que expliquen la agricultura familiar campesina en la región Sierra del Ecuador a partir del registro de datos sobre la AFC levantado por el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) durante el año 2019.

Objetivos específicos

Analizar los rasgos distintivos que presentan el mercado y el trabajo externo al núcleo familiar en la AFC en la región Sierra del Ecuador durante el año 2019.

Identificar la forma de diferenciación de los canales de comercialización y mercado de la agricultura familiar campesina en la Sierra norte, centro y sur del Ecuador.

Fundamentación Teórica

Esta sección se basa en la recopilación de aportes teóricos para el proceso de investigación, con lo cual se ha dividido en tres apartados que son: agricultura familiar campesina (AFC), características, importancia, y dificultades de la AFC. En el primer apartado se aborda el concepto de agricultura familiar campesina (Adam Szirmai, 2015, FAO, 2014, Hidalgo et al., 2014, entre otros), el cual abarca el tamaño de la AFC (Elizabeth Garner & Ana de la O, 2014, Cuesta et al., 2017) y la tipología de la AFC (FAO & BID, 2007).

En el segundo apartado se detalla la caracterización de la AFC (FAO, 2012 & Martínez, L., 2013), donde se investiga dos de las principales características de la AFC, las cuales son el mercado (Chiriboga, M., 2015, Chavarín, R., 2019, entre otros) y el trabajo en la AFC (Chiriboga, M., 2015, Bartra et al., 2014, entre otros).

En el último apartado, se analizaron las dificultades e importancia de la AFC, la cual ha sido descrita por autores como Van Der Ploeg (2014), Carrión & Herrera (2012), entre otros, que han tratado de buscar elementos causantes de sus desafíos e importancia de la AFC.

Agricultura Familiar Campesina

Adam Szirmai (2015) define que las economías campesinas están conformadas por pequeños agricultores que producen principalmente para su propio consumo con el uso de mano de obra familiar. La familia campesina es tanto una unidad de producción como de consumo. Existe un nivel de especialización ocupacional relativamente bajo, aunque existe una división del trabajo entre grupos de edad y sexos. Los campesinos trabajan con poco capital.

Según FAO (2014) la agricultura familiar como el conjunto de actividades agrícolas basadas en el núcleo familiar que depende de la disponibilidad de su propia mano de obra. Además, la agricultura familiar campesina presenta características específicas respecto de: acceso al mercado, tierra, recursos naturales, tecnología, condiciones demográficas.

Por su parte, Hidalgo et al. (2014), define a la agricultura familiar campesina como aquella de base familiar, cuya renta total es producida predominantemente por el trabajo de los miembros de la familia. También para este autor, el concepto de campesinado nació antes de la existencia del modo de producción capitalista, de modo que esta relación social, forma de organización de trabajo y de producción puede ser familiar, comunitaria, asociativa, que en la actualidad tuvo que adaptarse al predominio del capitalismo donde existe mayor presencia de un sistema mercantil en el campo. Se debe entender que el predominio del capitalismo en la agricultura, es aquel escenario donde la mayor parte de la producción agropecuaria se realiza en explotaciones en las que la fuerza de trabajo principal (no necesariamente la única) es la asalariada (Ormache, 2016). Siendo que la agricultura está inmersa en el capitalismo, se pretende obtener el mayor beneficio económico de la producción agrícola, que en este caso puede concentrarse en los intermediarios, relegando al campesino a la dependencia.

La realidad es que ahora el campesino actúa dentro de una economía de mercado, ya que anteriormente un agricultor familiar no contrataba jornaleros y no accedía al crédito sino muy excepcionalmente; no compraba las semillas, ni los fertilizantes, y casi ningún plaguicida; tampoco alquilaba o compraba maquinaria, ni implementos para riego y debemos enfatizar que no tenía que proveerse en el mercado, sino en muy pocas cantidades, de los bienes necesarios para su sobrevivencia, mientras que actualmente por lo menos el 70% de estos bienes deben ser necesariamente comprados por la familia (Sabourin et al., 2020).

Carrión & Herrera (2012), asocian a este sector de la economía como “pequeña agricultura” o “agricultura de subsistencia”, asumiendo éstos como términos de igual significado. Por consiguiente, el término “pequeña agricultora” hace referencia a la limitada dotación de recursos en comparación con la de otros sectores de la agricultura (agro-negocio y agroindustria), por lo tanto, los pequeños agricultores pueden cultivar desde una hectárea hasta diez hectáreas o más, según la densidad de población y las zonas agroecológicas (Dixon et al., 2004, citado en Garner, E. & De la O, A., 2014).

En Ecuador a partir de la ley de Reforma Agraria y Colonización de 1964, se determinó parcelar las haciendas del Estado y adjudicar a los campesinos precaristas, de esta manera los grandes latifundios comenzaron a disgregarse. Actualmente, el tamaño de las parcelas permite identificar el territorio ocupado por los sistemas productivos en las tres regiones continentales. La fuerte diversidad paisajística y natural del Ecuador permite la producción de cientos de productos de origen agropecuario, los cuales varían según el ecosistema, las tradiciones productivas, la estructura de tenencia de la tierra, la tecnología disponible, el productor agropecuario, etc. En un esfuerzo por sistematizar esta gran diversidad y complejidad de sistemas productivos se han definido en Ecuador cuatro grandes sistemas de producción: empresarial, combinado, mercantil y marginal. La Sierra ecuatoriana presenta una clasificación de tres tipos basados en superficie o parcelas productivas, estas son: grandes cuando son mayores a 25 hectáreas, medianas cuando son de 10 hasta 25 hectáreas y pequeñas cuando son menores a 10 hectáreas (Cuesta et al., 2017).

De este modo se identifica las parcelas pequeñas menores a 10 hectáreas para la investigación de la agricultura familiar campesina (AFC), ya que está basado en las teorías que indican un limitado acceso a tierras, a mercados entre otras características (MAG, 2019).

Tipología de la Agricultura Familiar Campesina

Según FAO & BID (2007), existen diferentes tipos de agricultura familiar. Se clasifican en base de los activos y recursos naturales que disponen los agricultores. De este modo se tipifican en tres categorías:

- **Agricultura familiar de subsistencia Campesina (AFCS):** es aquella proclive al autoconsumo de su producción agropecuaria. Por tanto, los miembros de una misma familia con su gestión, capacidades técnicas, medios de producción y recursos, gestionan el ciclo agropecuario. Finalmente, tales factores inducen a que, los agricultores recurran a trabajos asalariados, fuera o al interior de la agricultura.
- **Agricultura familiar campesina de transición (AFCT):** es aquella en la cual la producción sobre la base del ciclo agropecuario se realiza principalmente con mano de obra familiar y mano de obra externa ocasional. Depende de la producción propia, ya que esta va dirigida a la venta y autoconsumo. Las condiciones de la unidad productiva familiar permiten obtener excedentes para su comercialización y generan ahorro y especialización productiva.
- **Agricultura familiar campesina consolidada (AFCCD):** es aquella que dispone de sustento y recursos para la producción propia, también acceso a mercados (capital, tecnología, productos), los cuales generan excedentes para la capitalización de la unidad productiva familiar. Contrata mano de obra permanente.

Chiriboga (2015), menciona que la agricultura familiar campesina consolidada dispone de recursos suficientes para la producción (destinada al mercado), su fuente de ingreso monetario es la actividad agropecuaria, y, poseen mano de obra familiar y asalariada. Mientras que la agricultura familiar campesina de subsistencia presenta recursos naturales insuficientes, el destino de su producción es para el autoconsumo del hogar, el origen de los ingresos es porque tiene más de un empleo, es decir, trabajan en su parcela y obtienen un ingreso por actividades agropecuarias o no agropecuarias, la mano de obra es netamente familiar.

Caracterización de la Agricultura Familiar Campesina

Según la FAO (2012), la agricultura familiar que incluye a productores agrícolas, pecuarios, silvicultores, pescadores artesanales y acuicultores de recursos limitados, incluye las siguientes características:

- Acceso limitado a recursos de tierra y capital.
- Uso preponderante de fuerza de trabajo familiar, siendo el (la) jefe (a) de familia quien participa de manera directa del proceso productivo; es decir, aun cuando pueda existir cierta división del trabajo, el (la) jefe (a) de familia no asume funciones exclusivas de gerente, sino que es un trabajador más del núcleo familiar.
- La actividad agropecuaria/silvícola/acuícola/pesquera es su principal fuente de ingresos, que complementa con otras actividades no agrícolas que se realizan dentro o fuera de la unidad familiar

(servicios relacionados con el turismo rural, beneficios ambientales, producción artesanal, pequeñas agroindustrias, empleo ocasional, etc.).

Para efectos de la presente investigación, consideramos que es importante señalar aquellos elementos internos básicos que la caractericen la agricultura familiar campesina. Los datos proporcionados por el MAG, permite considerar dos ejes importantes que atraviesan la agricultura familiar campesina:

- a) El mercado vinculado a las unidades productivas agropecuarias de la AFC.
- b) El trabajo externo al núcleo familiar en la AFC.

El mercado en la Agricultura Familiar Campesina

El mercado en la agricultura familiar campesina es imperfecto, debido a que presentan algunas fallas que le impiden funcionar adecuadamente pues, no hay información, hay muy pocos comerciantes, la infraestructura de comercialización es limitada y la producción es dispersa (Chiriboga, 2015).

Por tanto, los campesinos están parcialmente integrados a los mercados de productos y factores de transición. Están parados con una pierna en la economía de pueblo sin mercado y con una pierna en una economía de mercado. Los mercados en los que los campesinos están activos son mercados que funcionan de manera imperfecta. Esto tiene que ver con la mala infraestructura (transporte, comunicaciones), la información insuficiente y las relaciones de poder que restringen la libertad de elección de los campesinos (Szirmai, 2015). Esto implica que la oferta de productos agrícolas responde débilmente a cambios en los niveles de precios, debido a factores naturales que pueden afectar las cosechas, factores de ampliación de la frontera agrícola, uso de tecnología, aplicación de sistemas de agricultura intensiva, o eficacia productiva. En este caso se producirá un exceso de oferta al precio vigente por lo que las AFC, se verán forzadas a disminuir sus precios. Ante esta situación la AFC requiere de una redefinición de eficiencia que implique la eficacia de su sistema productivo (Barrionuevo, 2017).

Para Sabourin et al. (2020), una de las dificultades de los agricultores familiares es la comercialización de su producción, dado que disponen de poco volumen de producción y sufren de discontinuidad productiva, falta de infraestructura, no poseen un transporte que les permita comercializar sus productos por distintas zonas e incluso no cuentan con un lugar apropiado para el almacenamiento de sus productos.

Así pues, las limitaciones y dificultades de los productores campesinos al integrarse a un mercado generan interrogantes como, ¿Es factible vender directamente?, ¿A qué mercados puedo acceder?, ¿Es necesario vender a los intermediarios?, entre otras. Ante estas interrogantes amerita realizar un análisis de ventajas y desventajas tanto para la comercialización directa u otras redes de comercialización.

Ventajas y desventajas de la venta directa en la agricultura familiar campesina

En base a teorías de la comercialización en la AFC tenemos que, la venta directa del agricultor al consumidor y mercados es la forma que reclama los productores campesinos ante la brecha de precios que hay desde el campo hasta los mercados y consumidores, por tanto, tenemos las ventajas y desventajas de una venta directa.

Las ventajas para la AFC en la venta directa son:

- Obtienen una mayor captación de ingresos,
- Menos existencia de intermediarios, lo que posibilita una mayor diversificación de consumidores, se establece una relación de confianza entre el productor y el consumidor, mejora la reputación del productor y de sus productos entre los consumidores, y fideliza al consumidor hasta convertirlo en un agente publicitario.

Las desventajas de una venta directa son:

- El alcance limitado de consumidores o mercados, es decir, la venta directa de productos agropecuarios es difícil porque no siempre se llega a un gran número de consumidores o mercados.

- Los cultivos agropecuarios son perecibles, lo cual requiere un buen lugar de almacenamiento para evitar daños al producto (Cárdenas et al., 2006).

Ventajas y desventajas de la venta a intermediarios en la agricultura familiar campesina

Los intermediarios surgen ante la dificultad de que los productores y consumidores de bienes comercien directamente entre sí. La sola oportunidad de hacer transacciones de compra-venta mediante un intermediario genera valor para ciertos compradores y vendedores, en comparación a tener que hacerlo por intercambio directo en un mercado totalmente descentralizado, por ello, la función de la intermediación en una economía se reconoce necesaria (Chavarín, 2019).

En ciertas circunstancias la venta a intermediarios puede tener diversas ventajas sobre el intercambio directo como, la reducción de costos de transacción para los productores campesinos, disminución de riesgos sobre los productos agropecuarios, daños al producto y reducción de costos de búsqueda hacia mercados y consumidores (Chavarín, 2019)

La desventaja de la comercialización agrícola con intermediarios se denota cuando los productores no se animan a comercializar sus productos a los intermediarios, pueden pasar dos cosas: la primera, no venden lo suficiente y por lo tanto no generan ingresos suficientes para el núcleo familiar, y la segunda, no obtendrían ni siquiera el capital invertido (Burin, 2017). Cuando los productos son vendidos a los intermediarios los precios que estos pagan al agricultor no son justos y la mayor ganancia se concentra en el intermediario lo cual es una desventaja para el productor, pues para no perder vende sus productos al precio que impone el intermediario. Esto se debe a que en ocasiones el productor no tiene poder negociador por lo que el precio es aceptante y toma los valores determinados por el intermediario, ya que este tiene poder de mercado en la fijación de su precio de compra y venta, no sólo genera efectos en los eslabones siguientes de la cadena del producto, sino que repercute negativamente en los productores, puesto que acepta la imposición económica del intermediario, por lo que el producto será vendido a menor precio; este resultado se mantiene aun cuando el productor tenga poder negociador en la venta, y a pesar de que el intermediario se comporte como precio-aceptante al comprar, pues en el proceso de intermediación se añade valor al producto por el transporte, la distribución mayorista y el acopio; en ocasiones se puede incluir almacenamiento, clasificación, lavado y empaquetado (Chavarín, 2019).

Formas de comercialización de la Agricultura Familiar Campesina

Para analizar las formas de comercialización de las AFC, es importante comprender en que consiste el sistema de comercialización y para ello se toma como referencia la definición establecida por Vallejo (2013), quien la define como un conjunto de funciones técnicas, económicas y sociales interrelacionadas, desarrolladas por los agentes de dichas operaciones, que posibilitan el flujo físico y comercial de los productos desde las zonas de producción hacia los centros de consumo, intermedios y finales. Son actores directos de la cadena productiva, los productores agrícolas, los intermediarios, acopiadores, las beneficiadoras y plantas de procesamiento de los productos más importantes que se procesan o se le dan valor agregado en la provincia en estudio, así como las empresas o comercializadoras de los productos finales.

Proaño & Lacroix (2014), menciona que, en el proceso de mercadeo primario de la AFC, es importante conocer al eslabón comercial primario con el cual el productor está dispuesto a ceder un determinado producto. Estos pueden ser mercados, ferias, industrias o hasta un mismo intermediario, que exigen características particulares como cantidad, calidad entre los principales. La primera transacción que realiza el productor es directamente con un intermediario, el cual se encarga de acopiar la producción para posteriormente venderlo a un nuevo agente de intermediación, sin que este sea el consumidor final. Otra forma de comercialización que realizan las AFC es el sistema directo – consumidor, en la cual el productor se vincula de forma directa al consumidor final. La dinámica más interesante en este sistema es que el mismo productor es el encargado de darle un valor agregado a su producto para ser ofertado con mayor oportunidad a este agente, este valor agregado puede ser: mejoramiento de la presentación, cantidad adecuada, producción orgánica, faenamiento, entre otros.

MAG (2017) indica que los mercados a través de los que se comercializa los productos son los siguientes:

- I. Canasta; son iniciativas que surgen desde grupos de productores de la agricultura familiar campesina o desde los consumidores, que se reúnen para vender o adquirir, de forma directa y conjunta, alimentos frescos y/o procesados de forma artesanal,
- II. Centros de acopio/agroindustria; son aquellos centros de almacenamiento, procesamiento y comercialización por volumen de productos alimentarios (cereales, granos secos, café, cacao, lácteos, etc.),
- III. Mecanismos de compras públicas; consiste en el abastecimiento a instituciones públicas o programas de alimentación del Estado, de productos agropecuarios frescos y/o elaborados desde las organizaciones de productores de la agricultura familiar campesina,
- IV. Ferias; son espacios públicos o privados de comercialización, que funcionan de manera permanente y con cierta periodicidad, donde se ofrecen productos locales de la agricultura familiar campesina. Se incluyen en esta categoría las ferias campesinas, agroecológicas, del productor al consumidor, feria libre, feria ganadera, etc.,
- V. Hoteles/restaurantes; consiste en la provisión de productos agropecuarios frescos y/o elaborados desde las organizaciones de productores de la agricultura familiar campesina a hoteles, hosterías, restaurantes, catering, cafeterías, entre otros establecimientos del sector turístico,
- VI. Mercados locales; son aquellos mercados barriales o parroquiales con infraestructura fija,
- VII. Mercados mayoristas; son los mercados de acopio, intermedios, terminales y fronterizos,
- VIII. Mercados minoristas; son establecimientos de comercialización al por menor de alimentos frescos y procesados, como tiendas, bodegas comerciales, tercenos, etc.,
- IX. Supermercados; establecimientos de comercialización y distribución al por menor de alimentos frescos y procesados, ropa, artículos de higiene y limpieza, entre otros. Estos establecimientos pueden ser parte de una cadena, con varios locales en la misma ciudad o a nivel nacional,
- X. Venta en fincas; Son espacios donde se ofrecen productos locales directamente al consumidor, en el mismo lugar (o cerca de) donde se desarrolla la producción. Generalmente, estos espacios se encuentran cerca o forman parte de algún atractivo turístico,
- XI. Otros mercados; son tiendas, agroindustrias, etc., donde dirigen los productos agrícolas (pág., 48-49).

Como se puede notar existen 11 canales donde los productores comercializan directamente sus productos entre una pequeña oferta y una demanda de mayor tamaño.

El trabajo en la Agricultura Familiar Campesina

Garner & De la O (2014), señalan que las explotaciones agrícolas presentan un predominio de trabajo familiar, puede existir mano de obra contratada en una pequeña proporción, la cual tiende a ser condicionada lo que implica informalidad en la relación laboral.

Por su parte, Hidalgo et al. (2014), consideran que el productor busca manejar mejor el empleo de su propia mano de obra familiar escalonando su trabajo a lo largo del año, intentando evitar los períodos de demasiados picos de trabajo y los de relativo subempleo. Para hacer esto diversifica sus sistemas de cultivo y de crianza, de manera tal que las actividades se extiendan en el tiempo.

En el Ecuador en el periodo 2015 el 43,4% de la población rural se ocupó en la categoría de cuenta propia o Trabajo Familiar No Remunerado (TFNR), mientras que tan solo el 33% son patronos o asalariados. El aumento productivo en la agricultura no se ha traducido en un incremento correlativo de las remuneraciones directas e indirectas. Parecen advertirse fuertes niveles de precarización del trabajo en el medio rural si se entiende por ello una pérdida o ausencia de prestaciones laborales que tienen tradicionalmente los trabajadores urbanos (Chiriboga, 2015).

Importancia de la Agricultura Familiar Campesina

Para los estudios de la AFC, esta implica una serie de ventajas y aportes a la dinámica económica en muchos aspectos, uno de ellos el relativo a la producción agro-diversa, acceso a mercados específicos, generación de

empleo en la agricultura, entre otros, también la AFC conlleva la promesa de sostener tanto las tradiciones culturales como la biodiversidad y lograr un cambio hacia sistemas agrícolas que sean más sostenibles, es decir, que la producción a corto, mediano y largo plazo de alimentos agrícolas de calidad, sea de manera amigable para el ambiente, aceptable socialmente y económicamente viable. Además, estas familias contribuyen de manera directa a las dinámicas económicas del sector rural; ofertan y demandan productos agro-diversos (Van Der Ploeg et al., 2013).

Al mismo tiempo, la AFC aporta a la soberanía alimentaria, la cual se define como el derecho que tienen los países, estados o pueblos a definir políticas agrarias y alimentarias. También la soberanía alimentaria incluye: priorizar la producción agrícola local para la alimentación local; acceso de los campesinos a la tierra, agua, semillas y crédito; derecho de los campesinos a producir alimentos y el derecho de los consumidores a decidir lo que se consume y, como y quien lo produce; y finalmente, el reconocimiento de los derechos de las mujeres campesinas que desempeñan un papel esencial en la producción agrícola y en la alimentación (Vía Campesina, 2003).

“La AFC, tiene un papel esencial para alcanzar la soberanía alimentaria. En el caso del Ecuador, 64% de la producción agrícola y 60% de los alimentos consumidos en el país provienen de la AFC” (FAO, 2014 citado en Morales, 2020, pág. 28).

En base a la cita anterior se comprende que la agricultura familiar constituye un área prioritaria para el desarrollo del país, pues de ella se genera la producción agro-diversa, la generación de empleo y el desarrollo de procesos agrícolas más sostenibles, es decir que la producción de alimentos sea calidad, contribuyendo así a las dinámicas económicas de la zona rural.

Dificultades de la Agricultura Familiar Campesina.

Van Der Ploeg et al. (2013) menciona que la agricultura familiar ha experimentado dificultades económicas, esto debido a que los efectos de precios bajos, costos elevados y volatilidad en precios excluyen cualquier posibilidad de planificación a largo plazo. Además, el acceso limitado a los mercados, dificultades de financiamiento o acceso a crédito en la agricultura, difícil acceso a servicio básico y políticas agrarias que han descuidado a los agricultores familiares. En cuanto a recursos como tierra y agua, son acaparados por grupos de grandes productores y la agroindustria, lo cual ha causado que en ocasiones los agricultores familiares lleguen a no cultivar o dejar sus tierras ociosas. Es por esto que se ha discutido la necesidad de hacer que la agricultura familiar se organice y tome una estructura de negocio, de esta manera se enfoca a la obtención de beneficios, que posibilitan mantener la mano de joven en la agricultura.

En Ecuador, la mayoría de las políticas que se han creado están dirigidas a fortalecer a productores pertenecientes a las cadenas productivas del agro-negocio y la agroindustria, además de beneficiar a los medianos y grandes sectores relacionados con los mismos. El resultado de tales beneficios ha generado una mayor diferenciación y polarización entre los agricultores campesinos. En un contexto donde la agricultura se caracteriza por un control desigual sobre los recursos como la tierra y el agua. No existe una política de redistribución que promueva la mejora de la reproducción económica de los agricultores campesinos (Carrión & Herrera, 2012).

En general, la agricultura familiar campesina (AFC) está estructurada por un núcleo familiar que realiza las actividades agropecuarias. Además, el tamaño de la AFC no favorece la vinculación con los otros sectores de la agricultura (sector del agro-negocio o agroindustrial), ya que este sector comprende una limitada superficie o extensión.

El mercado vinculado a la AFC permite entender que, los productores enfrentan limitaciones y dificultades para integrarse en los mercados locales, es por esto que existe una minoría de productores de la AFC que venden de manera directa y una mayoría de productores de la AFC que vende a intermediarios quienes distribuyen los cultivos agrícolas de una manera más eficiente debido a las ventajas en los costos de comercialización, mercados, tecnología, esta argumentación se podrá verificar en el primer capítulo.

El trabajo de la AFC denota que la unidad familiar campesina se encarga de realizar las actividades agropecuarias, aunque puede existir en una mínima proporción la contratación de personas externo al núcleo para realizar tales actividades, esta contratación tiende a ser condicionada, es decir, una contratación permanente u ocasional, generando una informalidad laboral. Para el progreso del AFC es necesario que las autoridades del MAG brinden el apoyo económico y técnico, con el fin de fortalecer la asociatividad, el liderazgo campesino y la sostenibilidad para la producción. El propósito de todo esto es fragmentar la intermediación y que el campesino este inmerso en el mercado local, dando el valor agregado a sus productos, generando productos de calidad y encadenamiento productivo.

Según Martínez (2013), la agricultura en el Ecuador es una de las principales fuentes de empleo e ingreso para la población rural. Si bien su importancia económica ha sido relegada a un segundo plano, dado que económicamente el país depende de la producción-exportación de petróleo, no obstante el 30 % de la población es considerada como rural y el 25 % de la PEA se encuentra vinculada a las actividades agropecuarias.

En la estructura agraria ecuatoriana, permanece la división entre la Agricultura Empresarial (AE) y la Agricultura Familiar Campesina (AFC) con graves distorsiones. A saber, la Agricultura Empresarial concentra 80% de la tierra en un 15% de las Unidades de Producción Agrícolas (UPAs), utiliza el 63% del agua para riego y hace un uso indiscriminado de agroquímicos y energía para la agroexportación. La Agricultura Familiar representa el 84,5% de las UPAs con una concentración de 20% de la tierra, cuenta con 37% del agua para riego y se dedica principalmente a la producción para la satisfacción de las necesidades básicas. A pesar de estas dificultades, más del 64% de la producción agrícola nacional está en manos de pequeños productores. La mayoría de los alimentos consumidos en el Ecuador provienen de la AFC en aproximadamente un 60% (FAO, 2022). Las AFC son de suma importancia para el país, pues son fuentes de empleo, mantienen la soberanía alimentaria, es por ello que se debe dar prioridad al fortalecimiento de las AFC.

Metodología

Método

El método usado en esta investigación es cuantitativo, se utilizó la base de datos del MAG que contiene la información recolectada de 3.208 unidades familiares campesinas encuestadas en el año 2019, por consiguiente, se utilizó para su respectiva caracterización y análisis estadístico en la región Sierra ecuatoriana.

Ahora en lo referente a la caracterización de la AFC se usarán las siguientes dos características claves: la primera, el mercado de productos agrícolas en el norte, centro y sur de la Sierra ecuatoriana y la segunda, el trabajo externo al núcleo familiar en la Sierra ecuatoriana.

El cruce entre variables complementará a la caracterización y diferenciación de la AFC en la Sierra ecuatoriana norte, centro y sur, ya que se realiza el conteo de los datos de las dos características y variables que se seleccionaron para el cruce, por consiguiente, podrán ser descritos en la tabla y gráficos (Rondón, 2015).

Se usó el tipo cuantitativo transversal y no longitudinal, porque se conduce en un periodo de tiempo determinado. En cambio, un estudio longitudinal requiere de observación en diferentes intervalos de tiempos, lo que no hace el presente estudio.

El diseño será descriptivo, ya que se tiene como objetivo indagar las estructuras de las dos características que estarán en la base de datos del MAG obtenida durante el año 2019 en sitios estratégicos³. El procedimiento consiste en realizar un cruce entre las variables teniendo en cuenta el código del productor, extensión o superficie, cantidad agrícola, destino del cultivo y el mercado de productos agrícolas. El trabajo externo al núcleo familiar comprenderá un cruce de variables colocando código del productor, contrato permanente (hombre y mujer) y contrato ocasional (hombre y mujer) en la Sierra del Ecuador. Así pues, el análisis proporcionará una descripción de las dos caracterizaciones.

Datos

La presente investigación utiliza la base de datos del registro voluntario realizado por el Ministerio de Agricultura y Ganadería en 2019 a las unidades agropecuarias familiares. La encuesta fue realizada a nivel nacional en zonas rurales donde existía mayor concentración de familias campesinas que laboran en el sector agropecuario.

Para que la información obtenida por el MAG no arroje resultados erróneos y con sesgos por motivos de la extensión de los datos, se realizó una limpieza de datos, lo cual consiste en corregir o eliminar registros inexactos en una base de datos. En general, esto significa identificar y sustituir los datos o registros incompletos, inexactos, corruptos o irrelevantes. Después de una limpieza de datos correctamente realizada, todos los conjuntos de datos deben ser coherentes y estar libres de errores. La limpieza de datos se aplica a las unidades productivas agropecuarias (UPA)⁴ que no se consideren como agricultura familiar campesina (AFC). Para ello se procede a identificar la principal de fuentes de errores y problemas, y determinar cómo remediarlos (DataScientest, 2022).

Para la construcción de la muestra se tomó a 3.208 familias campesinas de forma no aleatoria. Fue importante establecer un proceso no estratificado de las familias que trabajaron con MAG, pues no se torna representativo. La validez de la investigación es cuantitativa, pues de la encuesta realizada por MAG en el 2019, se procedió a generar los respectivos gráficos para su posterior análisis de los componentes principales, esto implicó generar grupos de los principales sectores agropecuarios correspondientes al área de trabajo que es la región sierra.

³ Hay que recalcar que no es factible extrapolar los datos obtenidos a toda la Sierra y a la AFC.

⁴ La Unidad de Producción Agropecuaria (UPA) es una extensión de tierra conformada por uno o varios terrenos dedicados a la producción agropecuaria, bajo la gerencia única y comparten los mismos medios de producción como: mano de obra, maquinaria, etc. La gerencia de los terrenos puede ser ejercida por una persona, un hogar, una empresa, una cooperativa o cualquier otra forma de dirección (MAG, 2019).

Al analizar los componentes principales se está aplicando una técnica de síntesis de la información o reducción de la dimensión. Es decir, ante un banco de datos, el objetivo será reducirlas a un menor número perdiendo la menor cantidad de información posible. Para este proceso se hará la combinación lineal de variables originales (Limón, 2011).

El análisis se efectuó de forma descriptiva, lo que permite conocer su estructura, es decir, el mercado, como consecuencia de la venta de productos agropecuarios contiene las variables: código del productor, extensión o superficie (agrícola y pecuario), cantidad producida, destino del producto, forma de venta y tipo de mercado, por otra parte, el trabajo externo al núcleo familiar contiene las variables: código del productor, contrato permanente y ocasional por sexo (Ver tabla 1).

En el caso de la AFC en la Sierra del Ecuador hemos considerado la variable superficie o extensión (hectárea) para los sectores agrícola y pecuario, de esta manera es factible diferenciarla de las otras agriculturas (agronegocio o agroindustria). También se genera una separación en las unidades de medida (kilos, litros, unidades y unidades huevos), de tal manera que evite la confusión.

Por otra parte, para analizar y describir la diferenciación del mercado agrícola y pecuario, en la Sierra norte, centro y sur se realizará una segmentación en la superficie o extensión de la Sierra ecuatoriana mediante la colocación de rangos de 0 a 3, 3 a 6 y de 6 a 10 hectáreas (ha) tomando la teoría del tamaño de la fuente. Esta segmentación se realizará solo para el sector agrícola y pecuario, ya que estos dos sectores requieren de una superficie o extensión para su producción, esto se realizará en el capítulo II.

También tomara parte de esta diferenciación del mercado el sector apícola, productos elaborados y productos recolectados, aunque no con la segmentación por rango de hectáreas, ya que estos sectores no necesariamente necesitan una superficie o extensión para producir.

En la tabla 1 se mostrará las características, variables y definiciones de la Sierra ecuatoriana:

Tabla 1

Características y variables de la sierra ecuatoriana

Características	Variables	Definición
Mercado de productos agropecuarios.	Código del productor	Número asignado a la unidad productiva agropecuaria en la Sierra (hombre o mujer) (MAG, 2017).
	Extensión o Superficie	Comprende a la cantidad o número de hectáreas que son destinadas para la producción agropecuaria (MAG, 2017).
	Cantidad	Comprende a la cantidad de producción agropecuaria medida en kilos, unidades y litros (MAG, 2017).
	Destino de Cultivo	Hace referencia al consumo o venta del producto agropecuario (MAG, 2017).
	Forma de Venta	Se refiere a la venta directa o venta a intermediarios del producto agropecuario (MAG, 2017).
	Tipo de Mercado	Hace referencia a distintos mercados que existen en Ecuador como; Canasta, Centro de Acopio/Agroindustria, Compra Publica, Feria, Hotel/restaurante, Mercado Local, Mercado Mayorista, Mercado Minorista, Supermercado, Venta en finca y otro (MAG, 2017).

Trabajo externo al núcleo familiar en la agricultura.	Código del productor	Número asignado a la unidad productiva agropecuaria en la Sierra (hombre o mujer) (MAG, 2017).
	Contrato permanente	Hace referencia a las personas que trabajan en la unidad productiva agropecuaria de forma regular o continua por seis meses o más, durante el periodo de referencia para actividades agropecuarias (hombres o mujer) (MAG, 2017).
	Contrato Ocasional	Hace referencia a las personas que trabajan de manera esporádica y por cortos periodos de tiempo, en general menores a seis meses (hombre o mujer) (MAG, 2017).

Fuente: MAG 2019

Elaborado: Edwin Sarchi

Mediante tablas dinámicas en Excel se realizó el respectivo cruce de variables, de esta manera se pudo generar tablas y gráficos estadísticos que permitieron entender la dinámica y estructura del mercado y el trabajo externo al núcleo familiar de la AFC en la Sierra ecuatoriana en el año 2019. Para este proceso se tiene como base el mercado de productos agrarios que se relacionara con diversas variables que permitan desarrollar una comprensión adecuada con respecto al destino, forma, cantidad entre otros aspectos que se relacionan con la comercialización de la producción agrícola. La segunda característica correspondiente al trabajo externo al núcleo familiar en la agricultura, permitieron comprender el contexto laboral en el que se desarrolla la AFC, teniendo en cuenta el tipo de contrato y el código de productor.

Capítulo I: Sistemas de comercialización y el trabajo en la Agricultura Familiar Campesina en la región Sierra del Ecuador en el año 2019

El capítulo uno se divide en tres partes. Primero, se presenta una breve descripción territorial y geográfica de las regiones que componen la sierra ecuatoriana desde dos ámbitos: número de familias que presenta cada sector agropecuario y en sus respectivas provincias, número de familias encuestadas que participan en la agricultura, superficie o extensión destinada para la producción agrícola y pecuaria, ingresos del sector agropecuario, no agropecuario o ambas y tipología de la AFC en el año 2019. Segundo, se realiza un análisis comparativo de las encuestas realizadas por MAG y se realiza un análisis de la tipología con algunas variables consideradas importantes como: destino del cultivo agrícola, ranking de los productos más comerciales, forma de venta y tipo de mercado. Como último punto, se presenta un análisis del trabajo externo al núcleo familiar y del trabajo familiar por sexo en cada sector de la agricultura.

Es importante mencionar que EL Ministerio de Agricultura y Ganadería nos presenta resultados a nivel regional y de provincias, de manera que se puede relacionar los tipos de agricultura familiar y las variables señaladas a nivel regional.

1.1. La Sierra y sus sectores agropecuarios en la Agricultura Familiar Campesina (AFC) durante el año 2019

La región sierra ocupa una franja de 600 km de largo por 100 km a 400 km de ancho, está formada por 11 Provincias: Carchi, Imbabura, Pichincha, Santo Domingo de los Tsáchilas, Cotopaxi, Tungurahua, Bolívar, Chimborazo, Cañar, Azuay y Loja. En este callejón interandino se sitúan la mayoría de los volcanes del país y todas las cumbres nevadas, la altura media es de 4.000 metros. La estación lluviosa o invierno dura de octubre a mayo, con una temperatura anual promedio que varía de 12 °C a 18 °C. Los cultivos predominantes en esta zona son maíz, papa, todo tipo de verduras y hortalizas (Cuesta et al., 2017).

El Ministerio de Agricultura y Ganadería (2017), menciona que los sectores agropecuarios se componen por: agricultores, pecuarios, silvicultores, pescadores artesanales, acuicultores, apicultores, productos elaborados, productos recolectados, fungicultura, agroturismo.

Los datos del Ministerio de Agricultura y Ganadería que recogen la información de las familias rurales de la agricultura familiar campesina (AFC) en la Sierra en el año 2019, establece 5 sectores agropecuarios que se tendrá como referencia para el análisis de los datos obtenidos de las encuestas de MAG. Estos sectores son:

- **Sector agrícola:** cultivo de productos vegetales (hortalizas, tubérculos, granos etc.) que se destinan para la alimentación humana y/o animal o para materias primas industriales u otros usos.
- **Sector pecuario:** crianza de especies animales como vacunos, porcinos, ovinos, caprinos y otras.
- **Sector apícola:** actividad dedicada a la crianza de especies melíferas con el objetivo de obtener y consumir los productos que elaboran y recolectan, como la miel, el polen, propóleos, jalea real, cera, etc.
- **Sector de productos elaborados:** se considera a todos los productos elaborados que se realicen con los recursos de la unidad productiva: cultivos, semillas, plantas, etc. Por ejemplo, los bolsos o sombreros de paja toquilla, siempre que estén elaborados con plantas cultivadas en la misma unidad productiva, los collares elaborados con semillas, las mermeladas con frutas, los quesos con leche, etc.
- **Sector de productos recolectados:** se entiende por recolección a las actividades que se realizan para de recolectar frutos, plantas, animales, semillas de los ecosistemas naturales. Por ejemplo, las conchas, cangrejos, algas, semillas, hongos, frutos del bosque, hierbas medicinales, entre otros); estos productos están condicionados a la estacionalidad y disponibilidad del ecosistema natural (pág., 46-47).

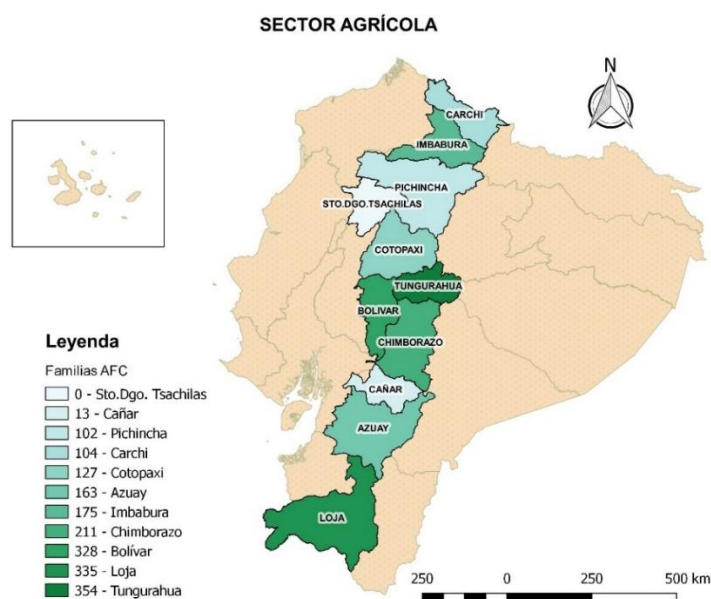
De los sectores establecidos anteriormente los que tienen mayor importancia son el agrícola y pecuario, pues constituyen una fuente importante de producción para el consumo de la sociedad ecuatoriana, también constituyen un papel crucial para la economía del país, ya que generan oportunidades de empleo. Por su relevancia en la presente investigación se hará mayor énfasis durante el análisis en estos dos sectores.

Las variables que se analizan en torno a la AFC, tal como se expresa en la tabla 1 son: el mercado de productos agropecuarios, teniendo como eje de referencia y desarrollo de la investigación el código del productor, la extensión de tierras destinadas a la producción agropecuaria y la cantidad que se produce; además que tienen los cultivos, la forma de venta y el tipo de mercado al que va direccionado. Con respecto a la variable del trabajo externo al núcleo familiar en la agricultura, tenemos como base de la investigación ámbitos que tienen que ver con el código del producto, es decir el número de unidad productiva agropecuaria, el contrato permanente que hace referencia a la unidad productiva agropecuaria, en ocasiones se suelen desarrollar contratos ocasionales para aquellas personas que trabajan de manera esporádica y por cortos periodos de tiempo. Mediante todos los subtemas que salen de las variables la investigación contendrá mayor sustento teórico y estadístico.

Según JICA (2012), en el sector de productos recolectados se produce la venta directa que es efectuada por la persona recolectora, que puede ser realizada a la persona consumidora final o a un establecimiento de comercio, incluyéndose el suministro gratuito de productos primarios vinculado a la venta del mismo u otro producto primario. Esta venta directa podrá hacerse en “Puestos de Venta Directa”, “Mercados” o “Ferias” y se puede elegir una forma individual, familiar o en grupo asociado con otros recolectores. En general, los recolectores participantes comercializan sus productos en sus comunidades cerca de finca. Para el acogimiento al régimen de venta directa de productos primarios será obligatoria la presentación por parte de las personas recolectoras de una comunicación previa al inicio de la actividad, siendo la obligación del recolector contar con la autorización de la titularidad de dichas explotaciones. Dichas personas titulares serán responsables del cumplimiento de las condiciones de seguridad e inocuidad de los productos (Junta de Andalucía, 2016). Con respecto a esta obligatoriedad las AFC pertenecientes al sector de recolección de productos necesitan de capacitación y mayor apoyo por parte del MAG, a fin de que los productos primarios obtenidos sean considerados de calidad.

Figura 1

Mapa sector agrícola



Fuente: MAG 2019

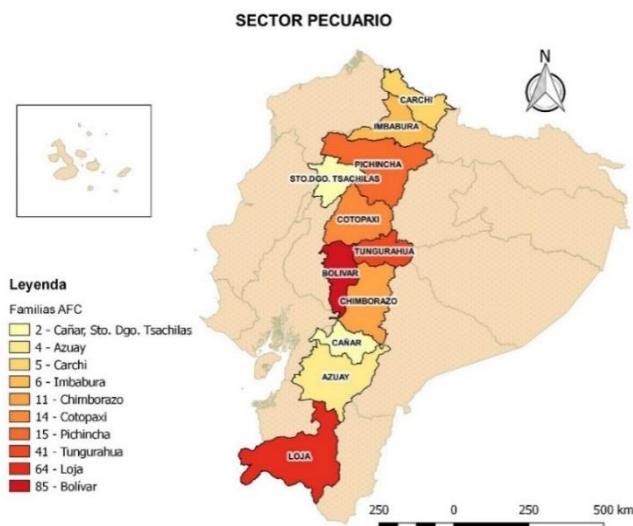
Elaborado por: Edwin Sarchi

La figura 1 muestra a las familias encuestadas por MAG en el año 2019 perteneciente al sector agrícola, en la cual destaca la provincia de Tungurahua, pues presenta la mayor cantidad de familias vinculadas al AFC, con un total de 354 familias, seguido de la provincia de Loja con un total de 335 familias vinculadas a la AFC. Es importante recalcar que estos datos fueron obtenidos por MAG de las encuestas realizadas a las AFC de la región sierra.

Según Sánchez et al. (2020) en base al reporte del Banco Central del Ecuador al 2018, en la provincia de Tungurahua el sector Agrícola obtuvo un 81% de la producción agrícola en toneladas métrica, destacándose los productos de papa, brócoli, maíz suave choclo y tomate de árbol. En el año 2018 en Tungurahua, la superficie que cuenta con mayor número de hectáreas plantadas y cosechadas es la de maíz suave choclo, sin embargo, la producción y ventas de la papa es muy superior a la del maíz.

Figura 2

Mapa sector pecuario



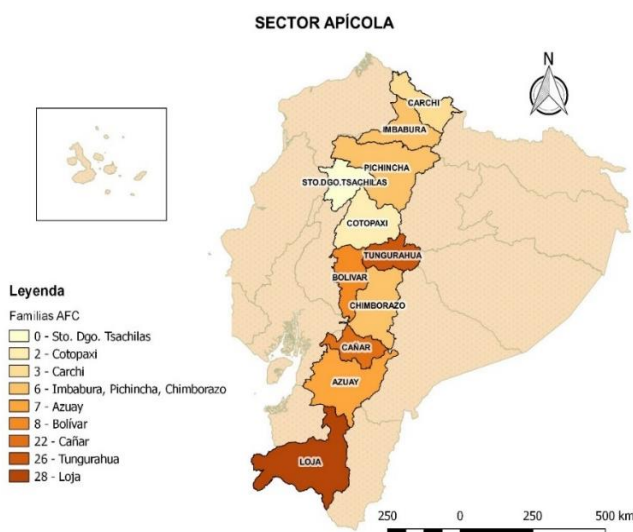
Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi.

En la Figura 2 de las encuestas realizadas por MAG (2019), se puede evidenciar que de las familias encuestadas la mayor cantidad de ellas están vinculadas al sector pecuario se concentran en la provincia de Bolívar, perteneciente a la Sierra centro, seguido de la provincia de Loja, la cual pertenece a la sierra sur. Esta situación se debe a que las autoridades han recibido capacitaciones y asistencia técnica en procesos de producción pecuaria, fortaleciendo así las prácticas pecuarias.

Figura 3

Mapa sector apícola



Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi.

Según el periódico digital Crónica (2022) se menciona que, de las familias encuestadas pertenecientes al sector apícola, se destaca la provincia de Loja, pues en los últimos años la apicultura amplía su cobertura en distintas localidades; ya que existe un amplio potencial entre quienes se dedican a la rama. Esto se debe a que, a nivel de país, el mayor número de apicultores está en Loja. En toda la provincia existen alrededor de 28 familias vinculadas a la AFC dedicados a la actividad del sector apícola. En segundo lugar, se encuentra la provincia de Tungurahua, con 26 familias vinculadas a este sector (Ver figura 3).

Figura 4

Mapa del sector de los productos elaborados



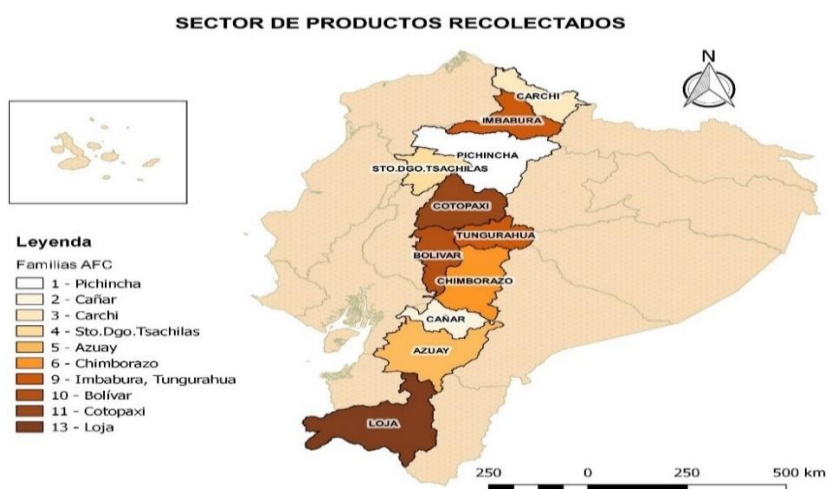
Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

De las familias ecuentadas por MAG correspondiente al sector de productos elaborados se puede evidenciar que la provincia de Loja es la que presenta el mayor índice de AFC, con un total de 176 familias, seguido de la Provincia de Bolívar, con 56 familias vinculadas a la AFC del sector de productos elaborados (Ver figura 4).

Figura 5

Mapa sector productos recolectados



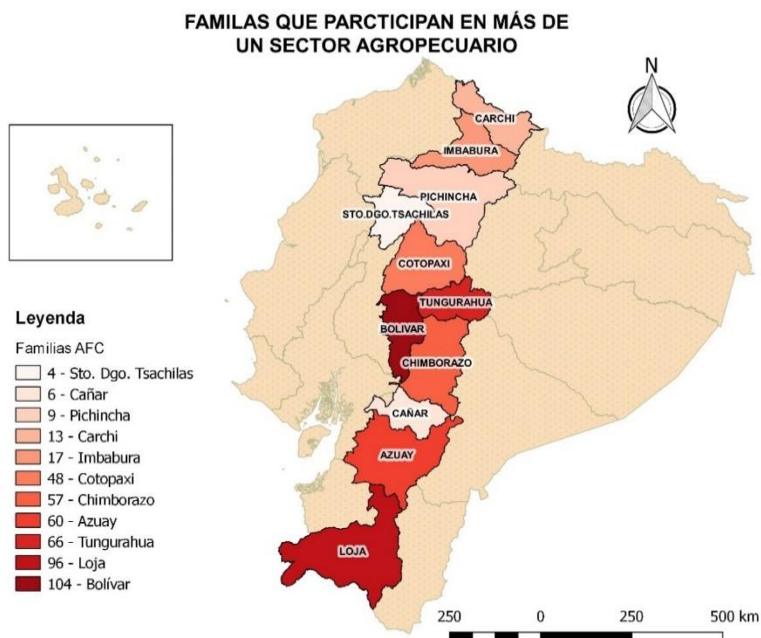
Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

Las familias encuestadas del sector de productos recolectados, se denota que existe un predominio de la provincia de Loja con un total del 13 AFC, vinculadas a este sector. En segundo lugar, se encuentra la Provincia de Cotopaxi con 11 AFC, en base a este análisis se puede identificar que la zona centro y sur de la región Sierra lideran en el sector de productos recolectados (Ver figura 5).

Figura 6

Mapa sector agropecuario



Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

Al analizar a las familias encuestadas por MAG que participan en cada uno de los sectores agropecuarios y en más de un sector permite visualizar y entender que existen familias campesinas en la región sierra que se acoplan solo a un sector agropecuario, es decir, familias campesinas vinculadas a una agricultura especializada⁵, pero también existen familias campesinas que se acoplan a la producción de varios cultivos o productos, es decir, familias campesinas ligadas a una agricultura diversificada⁶.

Según las diversas figuras la provincia de Loja es la que presenta un gran número de familias campesinas que participan en cada uno de los sectores agropecuarios y en más de un sector de toda la región Sierra, dando a entender las capacidades productivas agropecuarias para suministrar cada día productos para la alimentación local o nacional.

De este modo se ha colocado los cinco sectores para el presente estudio de mercado, como consecuencia de la venta de productos agropecuarios y el trabajo externo al núcleo familiar.

En base al MAG de la toma de muestra de 3.208 familias quienes realizaron la encuesta de manera voluntaria se puede concluir que la provincia de Loja sobresale en cuatro sectores a excepción del sector agrícola donde Tungurahua es quien predomina en la cantidad de familias pertenecientes al AFC. A pesar de este resultado se debe destacar que según el INEC (2019), la provincia de Pichincha es una de las provincias con mayor labor agropecuaria con una superficie de 187.912 Ha, donde se destacan la producción de la palma africana con el

⁵ Agricultura familiar campesinas especializada: son aquellas familias campesinas vinculados a un sector agropecuario especializándose en producir un monocultivo, un producto, etc (MAG, 2017).

⁶ Agricultura familiar campesinas diversificada: son aquellas familias campesinas que producen varios productos agropecuarios (MAG, 2017).

2,26% y la papa con el 4,35%. Así mismo en el sector pecuario específicamente con el ganado vacuno, Pichincha lidera con el 6,63% del total nacional.

1.2. Participación de familias vinculadas a la AFC en el sector agropecuario de la Sierra en el año 2019

Previo al estudio del mercado y el trabajo externo al núcleo familiar, se identifican a las unidades productivas agropecuarias (UPA) encuestadas por el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) en 2019 que pertenecen a la agricultura familiar campesina (AFC) en el sector agropecuario.

De acuerdo a los datos obtenidos por el MAG en el año 2019, el total de familias que pertenecen al sector agropecuario de la AFC en la Sierra fueron de 3.208, quienes voluntariamente realizaron la encuesta. Esta cifra incluye al jefe o jefa de hogar, cónyuge, hijos, y personas que tengan relación de parentesco con el jefe o jefa de hogar.

Tabla 2

Familias encuestadas por MAG por sector agropecuario

Sector Agropecuario	Familias AFC
Agrícola	1.912
Más de un sector agropecuario	480
Productos Elaborados	380
Pecuario	249
Apícola	114
Productos Recolectados	73
Total	3.208

Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

La tabla 2 muestra que en la encuesta aplicada por MAG, de forma no aleatoria y en un proceso no estratificado, el sector agrícola acoge más familias campesinas seguida por las familias que laboran en más de un sector agropecuario y demás sectores agropecuarios. Melany Morales (2020) establece que, a diciembre de 2019, aproximadamente 1,8 millones de personas pertenecen a la AFC y componen cerca de 375.000 hogares, en el Ecuador. El ingreso promedio real del jefe o jefa de hogar que pertenece a este sistema de producción alcanzó los 256,72 dólares mensuales. A pesar de que la AFC es un área prioritaria del país, esta se ha visto estructuralmente empobrecida, lo que se relaciona con el bajo nivel de desarrollo económico y social alcanzado en las zonas rurales del Ecuador, siendo ésta catalogada muchas veces como una deuda histórica, aunque sin lograr una acción efectiva.

Después de todo, el Ecuador se ha caracterizado por ser un país agrícola, ya que contiene una población eminentemente rural y mayoritariamente concentrada en la región sierra y cuya producción se destina a cubrir la demanda interna y el autoconsumo (Pino et al., 2018).

En general, las familias relacionadas a la AFC del presente estudio se integran en la venta o consumo de su producción agropecuaria en el sector rural. También cabe destacar que el número de familias no son exactos o no reflejan la realidad de todo el universo AFC debido a que las encuestas se realizaron en lugares estratégicos.

1.3. Tamaño de la AFC destinada para la producción agrícola y pecuaria de la Sierra en el año 2019

Herrera (2021), establece que hay 842.900 familias que disponen de menos de 5 has, pero que al mismo tiempo genera el 80% del empleo directo y acogen al 32% de población económicamente activa. Es decir que la AFC, que tiene poca tierra, genera mucho empleo. La AFC aporta el 70% de los alimentos de consumo interno. Es decir, que la AFC que a pesar de que tiene pocas hectáreas de tierra y poca agua, sin asistencia técnica, sin

uso de tecnología apropiada, y sin la atención necesaria del Estado, genera la mayor cantidad de alimentos que consumimos. Al mismo tiempo, la AFC, que tiene poca tierra, no dispone de tecnología y crédito apropiado, participa de la producción de alimentos para la exportación.

La base sobre la cual se debe analizar la actual situación de la agricultura familiar campesina, es el grado de concentración de tierras porque permite entender y desvincular la AFC de los otros sectores de la agricultura como; el agro-negocio y la agroindustria (Martínez, 2013). En este sentido, la agricultura familiar como gran eje de discusión y análisis, ha posibilitado la asociación de la producción y el logro de la soberanía alimentaria.

MAG (2017) clasifica la tenencia de tierra destinada a la producción agropecuaria de la siguiente manera:

- **Propia con título:** es el derecho legal que tiene una persona particular o sociedad para determinar la naturaleza, la forma de aprovechamiento y la transferencia de la tierra.
- **Arrendatario**⁷: es la persona particular o sociedades (naturales o jurídicas) que toma las tierras en arriendo por un periodo corto de tiempo y mediante un acuerdo verbal o contrato escrito.
- **Aparcero:** persona que toma la tierra al partir o aparcería para su usufructo y, a cambio, entrega al propietario de la tierra una parte del producto cosechado o su equivalencia en dinero o bienes. Las responsabilidades de las labores agropecuarias pueden ser exclusivas del aparcerero o compartidas con el propietario.
- **Comunero o cooperado:** persona que es parte de una comuna o cooperativa, a quien se le asigna la tierra para que ejerza el derecho de uso y usufructo sobre ella (pág., 46).

Martínez (2013) indica que las pequeñas propiedades, seguramente las más numerosas de la agricultura familiar no disponen sino en una forma limitada del factor tierra. Hasta las 10 hectáreas, la relación entre unidades productivas y la tierra es favorable a las primeras.

Conforme a los datos del MAG (2019), la superficie o extensión total utilizada para cultivo o pastoreo en la región sierra es de 4.433,09 hectáreas, donde 3.665,94 hectáreas son destinadas al sector agrícola y 767,15 hectáreas son destinadas al sector pecuario. De este modo las familias campesinas han logrado generar réditos y autoconsumo para el núcleo familiar.

De acuerdo con Sánchez et al. (2020), entre los años 2014 y 2018, el 46,4% del uso del suelo ecuatoriano está ocupado por montes y bosques pertenecientes a la región sierra de los cuales el 19,3% por pastos cultivados, 11,6% por cultivos permanentes, 7% por cultivos transitorio y barbecho, 6% pastos naturales, 5,4% otros usos, 3,1% páramos y 1% descanso.

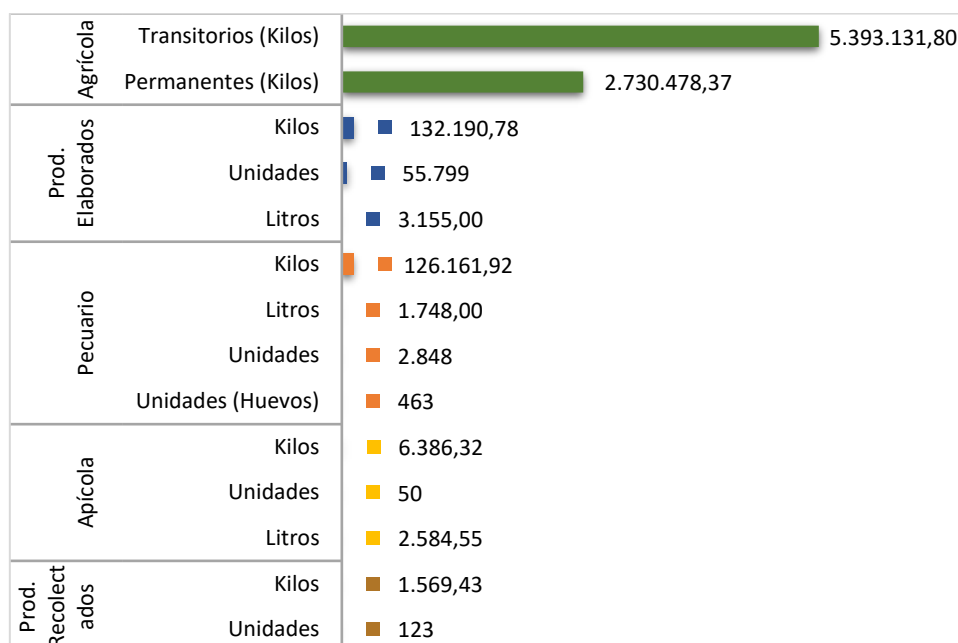
Durante el año 2018 en la región sierra se concentra el 20% para los cultivos transitorios y el 14% del suelo utilizado para cultivos permanentes, esto se debe principalmente a la calidad de la tierra y la facilidad del terreno que permite el uso de maquinaria adecuada. Como dato importante es necesario mencionar que la región que predomina en cultivos es la costa (Ministerio de Agricultura y Ganadería , 2021).

1.4. Producción en la AFC por sector agropecuario de la Sierra en el año 2019

Como la mayor parte de las economías latinoamericanas, Ecuador tiene una fuerte dependencia de la producción⁸ y comercialización agropecuaria, para ello se tomó referencia la base de datos del MAG en 2019 se pudo generar las siguientes cifras de producción para cada uno de los sectores agropecuarios (Ver Figura 7).

⁷ El número o hectárea 0 dentro de este estudio investigativo se considera como tierras arrendadas para la producción agrícola y pecuaria (MAG, 2019).

⁸ Es el volumen o cantidad de productos cosechados en un periodo determinado de acuerdo al ciclo de producción de cada cultivo o producto agropecuario (MAG, 2017).

Figura 7*Producción por sector agropecuario en la Sierra en el año 2019***Fuente:** MAG 2019**Elaborado por:** Edwin Sarchi

En base a la figura 7 de la encuesta realizada por MAG en el 2019, podemos indicar que en la región sierra el sector agrícola genera la mayor producción tanto de forma transitoria⁹ como permanente¹⁰. Al compararlo con los otros sectores agropecuarios la diferencia es considerable y esto se debe a que el sector agrícola acoge a más familias y cuenta con 3.665,94 hectáreas para producir tanto cultivos permanentes como transitorios. El sector agrícola es el mayor sector de las actividades agropecuarias en producir grandes cantidades de cultivos (transitorios y permanentes) y ser una de las actividades económicas más importantes del Ecuador concentrándose así que la agricultura familiar se ubica en la región Sierra debido a la diversificación y uso de sus suelos. El cual ha conllevado a que muchas familias se acojan a la AFC con la finalidad de fortalecimiento y desarrollo de la agricultura.

1.5. Ingresos en la AFC por sector agropecuario de la Sierra en el año 2019

La actividad agropecuaria es la principal fuente de ingresos del núcleo familiar, pero puede ser complementada con otras actividades no agropecuarias, como por ejemplo el ecoturismo en la cual se utiliza el entorno natural como fuentes de ingresos económicos y como un viaje responsable a áreas naturales que conservan el ambiente y mejoran el bienestar de la población local (Educo, 2019), adicional a esta actividad, también tenemos la producción artesanal, el comercio, la agro industria y los empleos ocasionales. Todas estas actividades económicas complementan los ingresos obtenidos de la producción agrícola, la misma que está determinada por factores difícilmente controlables por el hombre como es el ciclo biológico y el clima. Esto genera rigideces en el proceso productivo (Martínez, 1992 citado en Ferreira y Klein, 1988).

De acuerdo a la encuesta de ingresos del Ministerio de Agricultura y Ganadería en el 2019, el total de familias encuestadas voluntariamente de la AFC de la región Sierra son de 3.197 familias¹¹, las cuales dieron información acerca de sus ingresos agropecuarios.

⁹ Los cultivos permanentes con labor agropecuaria; la caña de azúcar, cacao, plantas frutales, entre otros (Cuesta et al., 2017).

¹⁰ Los cultivos transitorios de labor agropecuaria; el maíz duro seco, el arroz, la papa, entre otros (Cuesta et al., 2017).

¹¹ La base de dantos de los ingresos de MAG en el año 2019 cuenta con información de 436 familias con ingresos semanales, 2.308 familias con ingreso mensuales y 453 familias con ingresos anuales.

MAG (2019), establece que es un esfuerzo visualizar el origen de los ingresos de las familias campesinas agropecuarias en la Sierra, ya que la información puede provenir de varias fuentes, es decir, ingresos vinculados al sector agrícola e ingresos no vinculados al sector agrícola o de ambas formas, esto depende de la unidad productiva.

Tabla 3

Promedio de ingresos mensuales en dólares dentro, fuera o ambas por sector agropecuario de la Sierra en el año 2019

Sectores <i>Ingresos Mensuales</i>	Productos					
	<i>Agrícola</i>	<i>Pecuario</i>	<i>Apícola</i>	<i>Elaborados</i>	<i>Recolectados</i>	<i>Más de un sector agropecuario</i>
<i>Dentro</i>	\$ 404,00	\$ 361,42	\$ 402,36	\$ 510,46	\$ 532,21	\$ 375,35
<i>Fuera</i>	\$ 393,81	\$ 387,50	\$ 630,00	\$ 430,19	\$ 400,00	\$ 443,13
<i>Ambos</i>	\$ 320,82	\$ 292,29	\$ 257,78	\$ 402,97	\$ 570,83	\$ 389,16
<i>Total</i>	\$1.118,63	\$1.041,21	\$1.290,14	\$1.343,62	\$1.503,04	\$1.207,64

Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

De acuerdo a la tabla 3 y realizada la encuesta de ingresos mensuales por parte del Ministerio de Agricultura y Ganadería a 2.308 familias, se evidencia que los sectores agrícolas, productos elaborados y recolectados, dependen en su mayoría de los ingresos agropecuarios, pues son aquellas familias consolidadas quienes disponen de los recursos y la mano de obra necesaria para generar esta fuente de ingreso económico. Aunque, la realidad de la medida ingreso no siempre es captada verídicamente en las encuestas de una forma íntegra, dada las circunstancias y dificultades reales a responder las preguntas sobre este tema (Martínez, 2013).

En el caso de los sectores pecuario y apícola, el ingreso de las AFC depende mayoritariamente de los ingresos externos o fuera de las actividades agropecuarias, esta situación puede ser deducida por la falta de hectareas necesarias para producir y la escases de recursos, por tal razón deben acudir a otras fuentes de ingreso como el ecoturismo o labores alternas (Martínez, 1992). Los miembros del hogar rural se sienten motivados a ingresar al mercado laboral no agrícola debido a: factores de “atracción”, como la obtención de mayores ingresos mediante mejores retornos en el sector no agrícola en relación con el sector agrícola; y factores de “presión”, tales como el riesgo de la agricultura o la escasez de tierras, y la falta de mercados de seguros, consumo e insumos y crediticios. Por tal razón las familias campesinas se sienten impulsadas a buscar otros medios laborales que les permitan incrementar el ingreso y aliviar la pobreza (Reardon et al. 2004).

El estudio de Luciano Martínez (2013) indica que en la región sierra las unidades familiares de todos los sectores en mayor o menor medida necesitan acudir a ingresos extra agrarios o por lo menos que no dependen del trabajo familiar en la parcela para poder alcanzar sustentos económicos dignos que les permitan satisfacer sus necesidades básicas. Así pues, la AFC mantiene su postura de generar ingresos dentro y fuera del sector agropecuario para sustentar las necesidades básicas del núcleo familiar campesino. Lo que posiblemente implica que los ingresos de productos agropecuarios en ocasiones no satisfacen las necesidades frente a lo que requiere la familia, esto genera carencias e insatisfacción en los hogares campesinos y a la vez la necesidad de buscar diversas fuentes de ingresos económicos.

1.6. Tipología en la AFC por sector agropecuario de la Sierra en el año 2019

Dentro de una visión estrictamente agropecuaria de la agricultura familiar campesina de la Sierra y a partir de los datos de MAG en 2019, se elabora una tipología, en base a la producción destinada al consumo o venta y en el criterio de FAO y BID en 2007, esto se puede ver a continuación en datos presentados por la MAG (2019):

Tabla 4

Familias en la Agricultura Familiar Campesina por Tipología y sector agropecuario de la Sierra en el año 2019

Tipologías	Sector		Agrícola	Pecuario	Apícola	Productos Elaborados	Productos Recolectados	Más de un sector agropecuario
	Destino							
AFCS	Consumo		636	32	2	3	1	18
AFCCD	Venta		1.192	213	112	376	72	245
AFCT	Ambas		84	4	-	1	-	217

Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

Los datos de la tabla 4 de la encuesta muestran que predomina la agricultura familiar campesina consolidada, en tanto la mayoría de su producción se orienta al comercio. También se puede denotar la poca importancia que tiene la agricultura familiar campesina transitoria que abarca ambos destinos (venta y consumo)¹².

De este modo, la AFC en la Sierra durante el año 2019 ha tenido un cambio en la tipología comparado con el estudio realizado por Martínez (2013), donde los datos muestran claramente el predominio de la agricultura familiar de subsistencia con métodos y medios tradicionales, cuyo objetivo es obtener el alimento necesario para la familia.

Tabla 5

Tipología de Agricultura Familiar en Ecuador, 1998.

Regiones	AFS	AFT	AFC	Total
Costa	53	45	2	100
Sierra	66	33	1	100
Amazonía	68	27	5	100
Total	62	37	5	100

Fuente: Tomado de Wong & Ludeña, 2006, citado en Martínez L., 2013, pág. 10.

Hay que indicar que, Luciano Martínez (2013) realizó esta tipología en base al trabajo familiar y en el criterio discriminante de la contratación o no de mano de obra asalariada. Estos datos muestran claramente el predominio de la agricultura familiar de subsistencia, es decir que está basada exclusivamente en el trabajo familiar y en el otro extremo, la poca importancia que tiene la agricultura familiar consolidada que contrata mano de obra en forma permanente (Ver tabla 5).

Molina & Victorero (2015), mencionan que la mayoría de los campesinos no poseen las hectáreas de tierra suficientes para una adecuada producción, por lo que la agricultura que se practica es la familiar, de subsistencia, con un bajísimo nivel tecnológico, débil infraestructura, escaso acceso al mercado y con muy limitada capacidad de influir en las políticas gubernamentales. En este tipo de propiedades abunda el policultivo,

¹² Hay que recalcar que el presente estudio ocupa la variable consumo o venta, por lo que la realidad de la tipología AFT se enmarca a estas dos variables de estudio.

para asegurar el alimento durante todo el año y se ajusta a los ciclos naturales de las plantas. Produce con bajo nivel tecnológico, por tanto, su productividad y rendimientos son bajos.

1.7. El mercado en la AFC por sector agropecuario de la Sierra en el año 2019

Entre las razones e hipótesis que dan fundamento a la necesidad y viabilidad de comprender los rasgos distintivos del mercado, se puede señalar los siguientes puntos establecidos por MAG (2019):

- i. Destino de la producción agropecuaria, es decir, venta o consumo.
- ii. El ranking de los 10 productos más comerciales o vendidos.
- iii. Forma de venta, hace referencia a una venta directa por parte del productor al consumidor o que vendió a los intermediarios.
- iv. Tipos de mercado, son los mercados que existen en la localidad o país.

Cada uno de estos rasgos distintivos del mercado permitirá resaltar los canales comerciales usados por las familias campesinas e intermediarios de la Sierra.

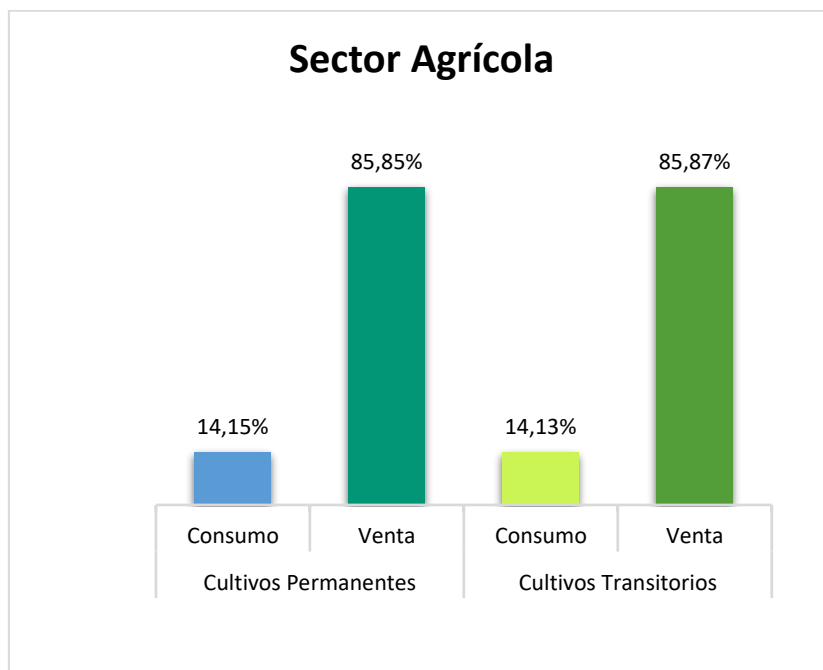
1.7.1. Destino de la producción agrícola en la AFC de la Sierra en el año 2019

Por tanto, un hogar campesino es tanto una unidad de producción como una unidad de consumo. Los hogares son al menos hasta cierto punto autosuficientes, aunque, el grado de autosuficiencia varía mucho. La producción para el autoconsumo no excluye que parte de la cosecha sea comercializada en el mercado (Ellis, 1988:3, citado en Szirmai A., 2015, pág. 432). Un análisis por sector agropecuario nos confirma el destino de la producción de cada una de las actividades.

La producción agropecuaria tiene dos destinos; el primero es el consumo, es decir, se destina el 15% o más de la producción a la alimentación del mismo grupo familiar, y el segundo, la venta, es decir el 85% o más de la producción se destinan a un mercado o intermediario en cualquier forma directa e indirecta (MAG, 2017).

Figura 8

Porcentaje de producción destinada al consumo o venta sector agrícola



Fuente: MAG 2019

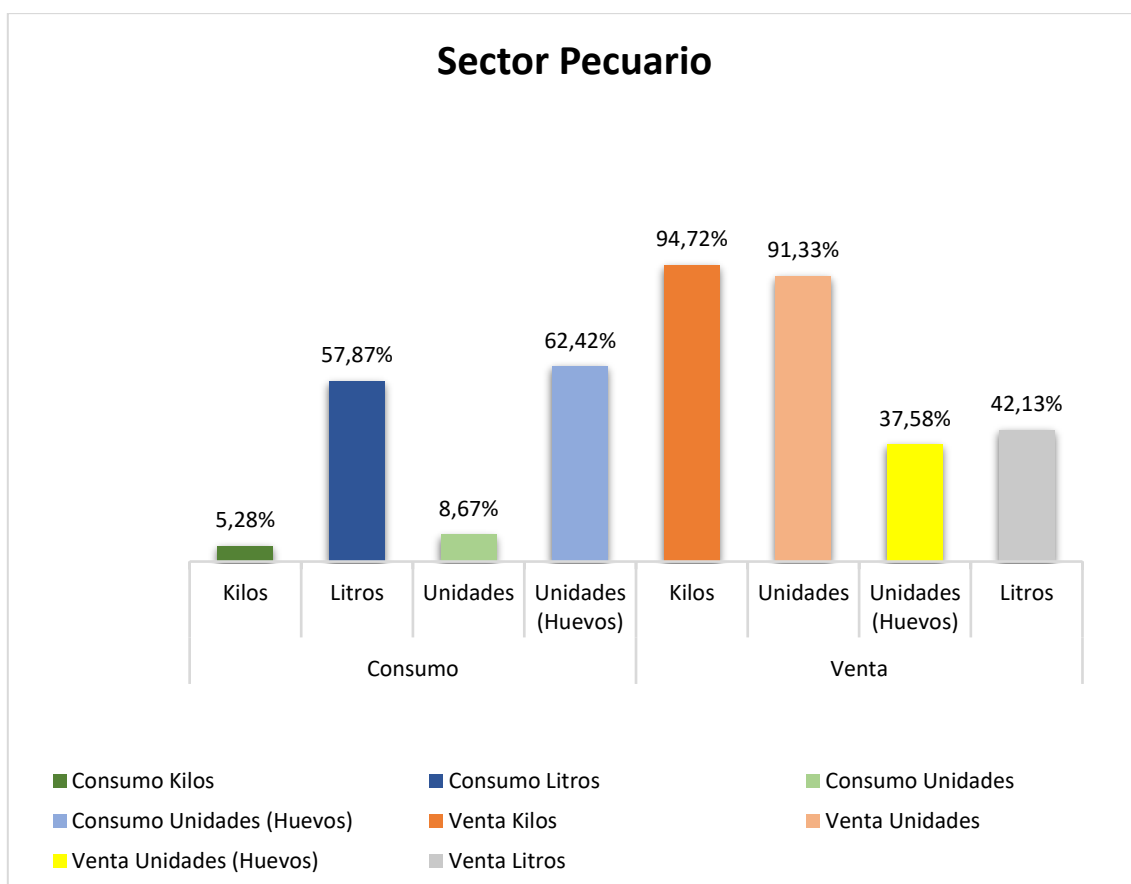
Elaborado por: Edwin Sarchi

De acuerdo a la encuesta voluntaria realizada por el MAG a las familias campesinas se representan en la figura 8 que la Agricultura Familiar Campesina Consolidada (AFCC) destina la mayor parte de la producción al mercado es decir el 85,87% de los cultivos transitorios y el 85,85% de los cultivos permanentes son destinados

para la venta, ya que las familias dependen totalmente de la actividad agrícola como fuente de ingreso económico. En cambio, el 14,13% de los cultivos transitorios y el 14,15% de los cultivos permanentes son destinados para el autoconsumo, en este caso son las familias campesinas de subsistencia quienes destinan la producción para la alimentación propia de los miembros de la familia.

Figura 9

Porcentaje de producción destinada al consumo o venta sector pecuario



Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

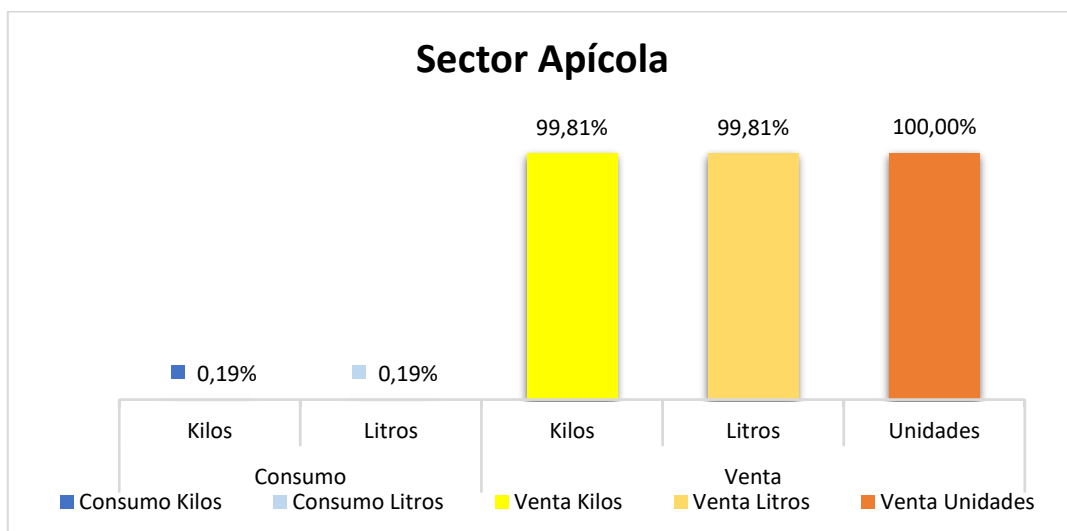
Para Domínguez & Guamán (2014), el sector pecuario es una actividad altamente productiva, debido a que la AFC implica la implementación de la mano de obra familiar del sector rural, la producción de alimentos (carne y leche) y demás bienes de consumo y materia prima.

De acuerdo con el INEC (2021), en el año 2020 el sector ganadero registró un ligero crecimiento del 0.7% con relación al 2019; se observa que la región Sierra concentra la mayor cantidad de cabezas de ganado con un 49.1% del total nacional, seguida por la Costa con el 41.2%, y la Amazonía con el 9.6%. El mayor porcentaje de granjas y de animales se encuentran concentrados en las regiones Sierra y Costa, que cuentan con el 90% de las granjas registradas a nivel nacional.

En base a la figura 9, se evidencia que el sector pecuario destina a la venta la producción que se genera tanto en kilos, en unidades y en litros. En el caso de kilos corresponde a cárnicos, donde el 94,72% se destina al mercado y apenas un 5,28% al consumo. En la venta por unidades, el porcentaje de venta baja un poco, al 91,33%, tratándose de animales menores como gallinas, pollos, pavos, patos, cuyes, etc. En el caso de huevos y lácteos, el autoconsumo sería mayor, en un 57% en lácteos y un 62% en huevos.

Figura 10

Porcentaje de producción destinada al consumo o venta sector apícola



Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

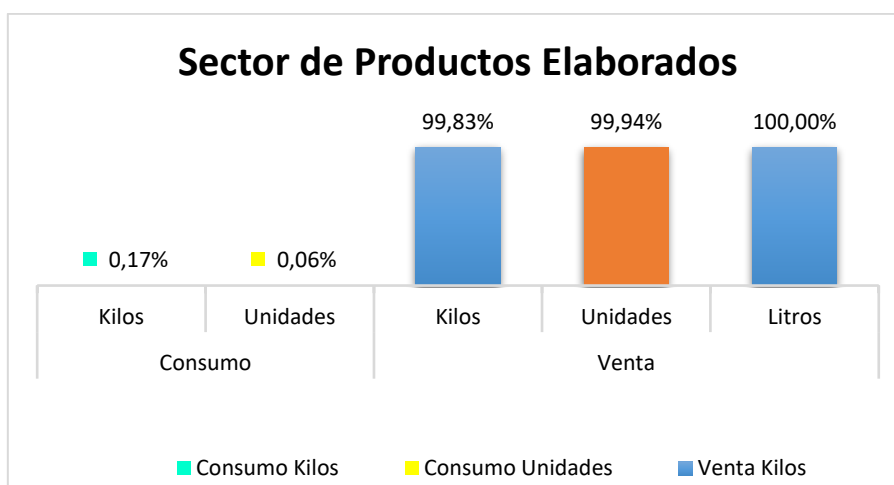
Según la encuesta voluntaria realizada a las AFC por parte del MAG, se puede evidenciar que en la figura 10, las familias campesinas del sector apícola destinan casi la totalidad de la producción a las ventas, es decir el 99,81% y la mínima parte un 0,19% de esta va directa al autoconsumo de las familias.

La apicultura es uno de los sectores que se ha ido intensificando en los últimos años ya que la producción apícola y su comercialización han repuntado por los grandes beneficios que otorga a la salud humana.

La apicultura tiene mayor concentración productiva en la región sierra debido a la diversidad de flora melífera que favorece a las colmenas y por ende a la producción de miel y sus derivados. Dentro de las colmenas las abejas producen cera y miel, este último producto, la miel, se produce para proveer de alimento a las propias abejas y a sus larvas, gracias a sus características alimenticias y nutritivas con un sabor dulce que gusta mucho a los humanos (Granda, 2017).

Figura 11

Porcentaje de producción destinada al consumo o venta productos elaborados



Fuente: MAG 2019

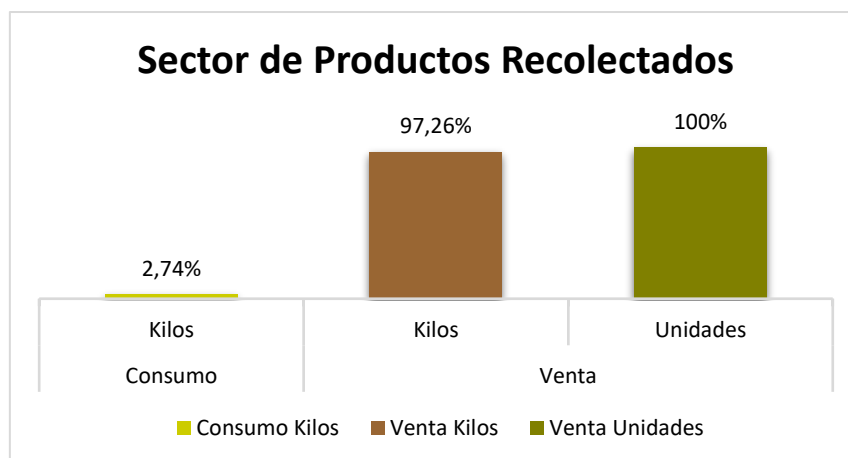
Elaborado por: Edwin Sarchi

De acuerdo encuesta realizada por el MAG, en la figura 11 correspondiente al sector productos elaborados como la panela granulada, el queso, la miel de agave, entre otros se destina al 100% para la venta, esta

información se profundizará más adelante. Los productos que son elaborados por las familias vinculadas a la AFC, tienen como destino la comercialización, ya que la principal fuente de ingreso económico es la venta del producto.

Figura 12

Porcentaje de producción destinada al consumo o venta sector de productos recolectados



Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

En el caso del sector de productos recolectados se observa en la figura 12 un amplio porcentaje destinado a la venta entre el 97 y 100% como las semillas y los hongos silvestres. Con respecto al consumo se destina un 3% de kilos de semillas.

Los productos recolectados son destinados a producción artesanal que tiende a relacionarse con el turismo interno y externo de la sierra ecuatoriana, de la misma manera algunos alimentos recolectados se destinarán a diversos fines como gastronómicos, medicinales, etc. (Hidalgo et al. 2014).

Al analizar el destino de la producción de cada sector agropecuario se puede observar que la mayor parte de la producción se destina a la venta, esto es debido a que existen más familias campesinas consolidadas en asociaciones que favorecen a la comercialización de los productos agropecuarios. Mientras que las familias que destinan la producción agropecuaria al autoconsumo es porque no pertenecen a asociaciones como la AFCS y AFCT.

Así pues, las familias campesinas de la Sierra en el año 2019 destinan más producción agropecuaria a la venta como la miel, las harinas, lácteos, verduras, carnes y frutas y en menor porcentaje al consumo propio, productos tales como maíz, diversas verduras, tubérculos y animales menores como el cuy, gallina, conejo, etc. (Suquilanda, 2011).

1.7.2. Los productos más comerciales por sector agropecuario de la Sierra en el año 2019

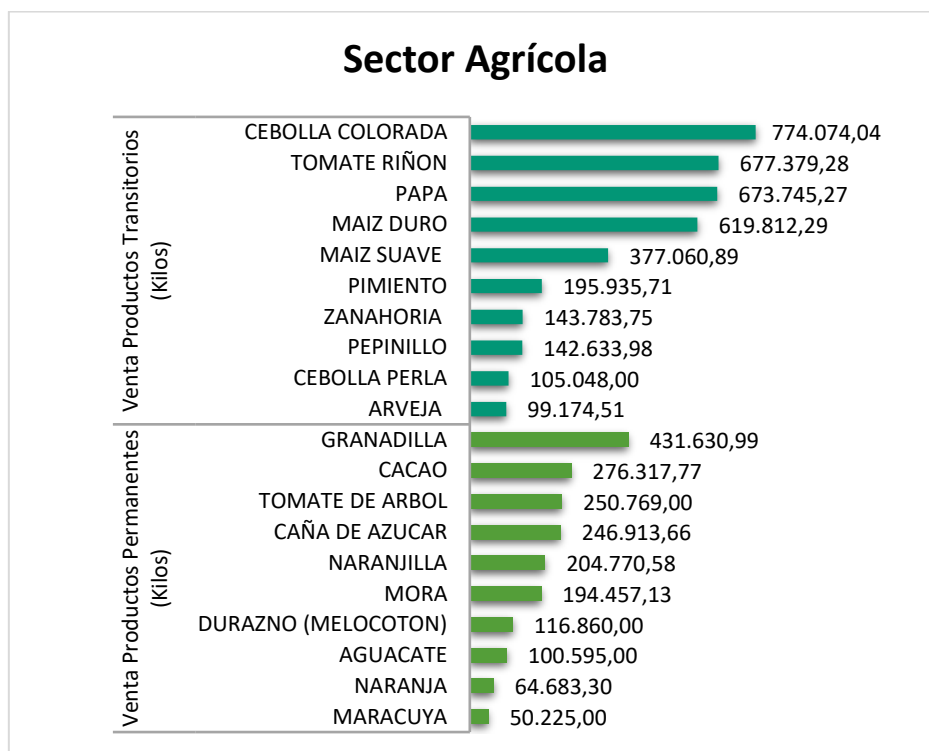
Para una comprensión más adecuada referente a la comercialización de los productos agropecuarios se ha generado un ranking de los productos más vendidos en la Sierra ecuatoriana. A continuación, se detallará conforme a cada uno de los sectores productivos de la región interandina.

Según el Ministerio de Agricultura y Riego (2021), en el sistema de información agrícola, se menciona que la producción principal de la actividad agrícola de la región Sierra está conformada por cultivos transitorios y cultivos permanentes. En el caso de los primeros, la característica que los define es el periodo vegetativo, es decir, el tiempo que transcurre entre su siembra y cosecha, es inferior a un año, además, para el caso de la región natural de la sierra, las siembras se desarrollan en su mayoría bajo secano, como es el caso de la papa, cebolla, maíz suave, maíz amarillo duro, granadilla y tomate, entre otros. Para este análisis estadístico se ha

tomado en cuenta a los datos establecidos en el Ministerio de Agricultura y Ganadería del Ecuador durante el año 2019, teniendo como referencia a la AFC.

Figura 13

Ranking de los 10 productos más comercializados del sector agrícola



Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

La producción principal de la actividad agrícola está conformada por cultivos transitorios y cultivos permanentes. En el caso de los primeros, la característica que los define es que su periodo vegetativo, es decir, el tiempo que transcurre entre su siembra y cosecha, es inferior a un año, además, para el caso de la región natural de la sierra, las siembras se desarrollan en su mayoría bajo secano, como es el caso de la papa, maíz amiláceo, maíz choclo, maíz amarillo duro y quinua, entre otros. Así pues, el valor del cultivo transitorio deriva de la cosecha, ya que la planta en sí, después de la cosecha carece de valor, salvo en algunos casos que se lo utiliza como alimento de animales, medio de propagación vegetativa, elaboración de compost, fuente de energía (generalmente como leña), o es incorporado o picado en el campo como fuente de materia orgánica (Ministerio de Agricultura y Riego, 2021).

En contraste, el periodo vegetativo de los cultivos permanentes se extiende más allá de los doce meses y el periodo de cosechas, dependiendo del cultivo, tiene una duración de varios años. A su vez, el costo de instalación del cultivo permanente es bastante alto en comparación con cualquier cultivo transitorio, dado que la planta instalada produce en más de un proceso productivo, razón por la cual se considera un activo fijo. La mayoría de los cultivos de frutales pertenecen a esta categoría.

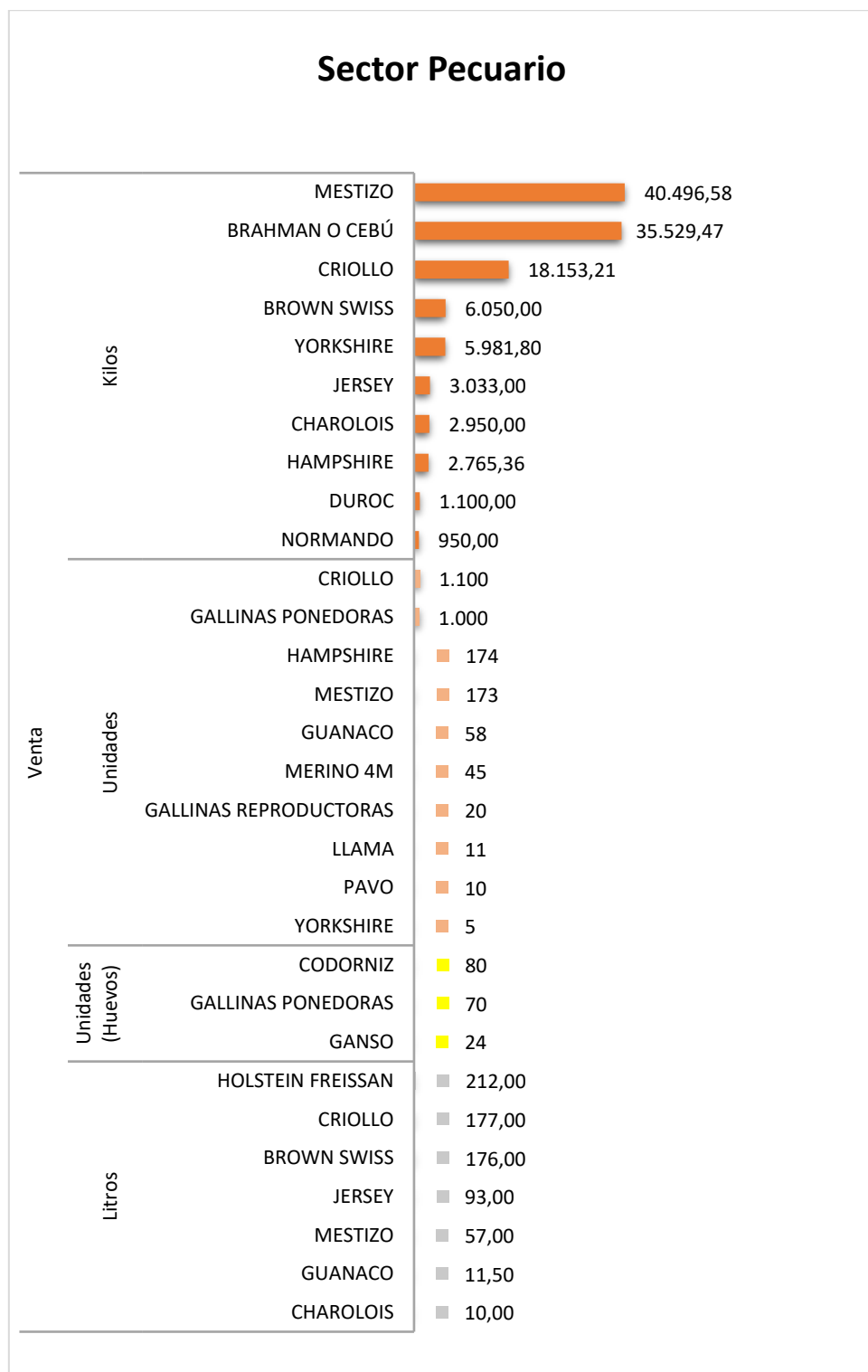
De acuerdo a la encuesta aplicada de forma voluntaria a las AFC por parte del MAG, en la figura 13 se observa que el producto más comercializado en el sector agrícola en base a la venta de productos transitorios es la cebolla colorada con un valor en kilos de 774.074,04.

En la venta de productos permanentes se observa que el producto de mayor comercialización es la granadilla con un valor en kilos de 431.630,99. A pesar de que la cebolla colorada lidera el ranking de los productos más comercializados, es importante mencionar que en el año 2020 el cultivo de cebolla colorada presentó cifras

negativas, luego de cuatro períodos de crecimiento, debido a que los rendimientos fueron menores, así también, la superficie cosechada decreció en 1% y el volumen de producción en 2% (Banco Central del Ecuador, 2021).

Figura 14

Ranking de los 10 productos más comercializados del sector pecuario



Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

En base a los resultados de la muestra tomada de la encuesta realizada por MAG a las AFC, en la figura 14 se evidencia que en el sector pecuario el producto con mayor comercialización es la carne de cerdo mestizo, seguida de la criolla y el yorkshire, los cuales repuntan a diferencia de los demás productos. A pesar de que

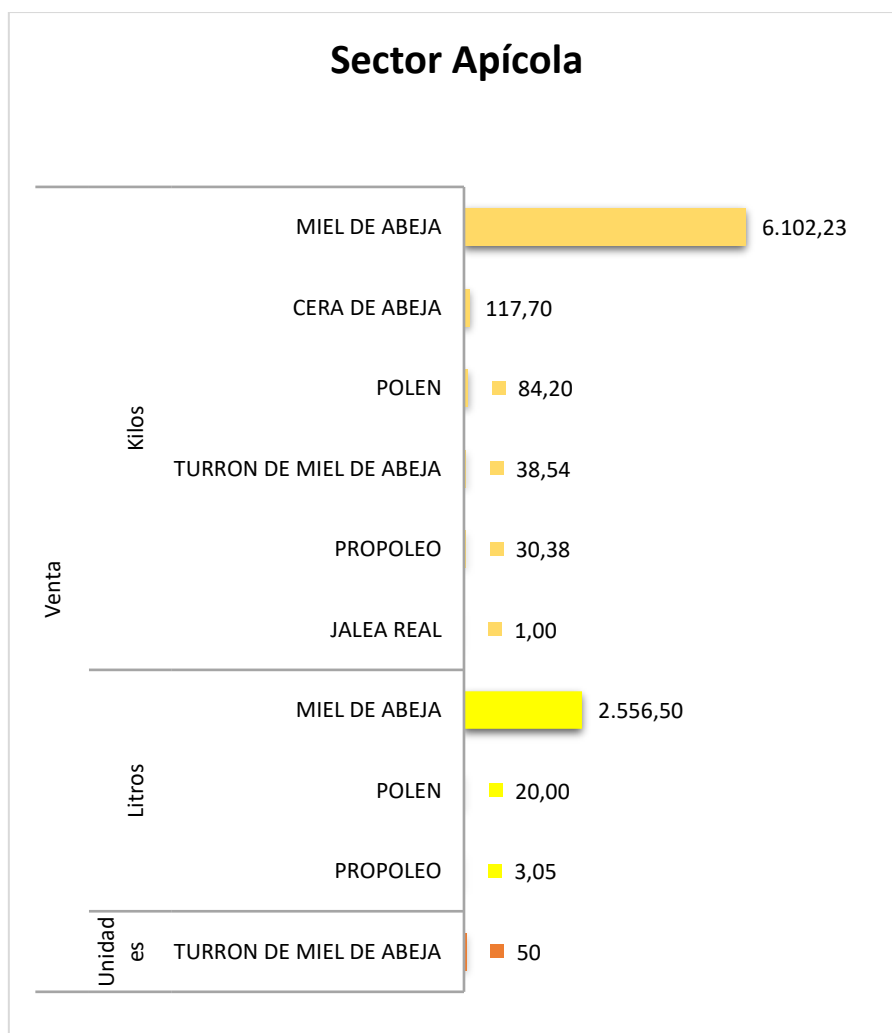
este producto lidera en comercialización es importante mencionar que el 85% de la producción de cerdos en Ecuador es de tipo familiar y el 15% restante es de tipo Industrial.

Estos resultados dan a notar que existe un bajísimo nivel de formalidad en el sector con relación al cumplimiento de la normativa vigente, y apenas un mínimo porcentaje de la producción pecuaria cumple con los estándares de agro-calidad (Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, 2013).

Es necesario el apoyo del MAG hacia las familias pertenecientes al AFC, pues de esta manera se puede mejorar la producción pecuaria bajo parámetros de calidad, pues en la Región Sierra se lidera la producción de leche a nivel nacional en el caso de la comercialización en litros y el ganado porcino con miles de kilos de venta.

Figura 15

Ranking de los 6 productos más comercializados del sector apícola



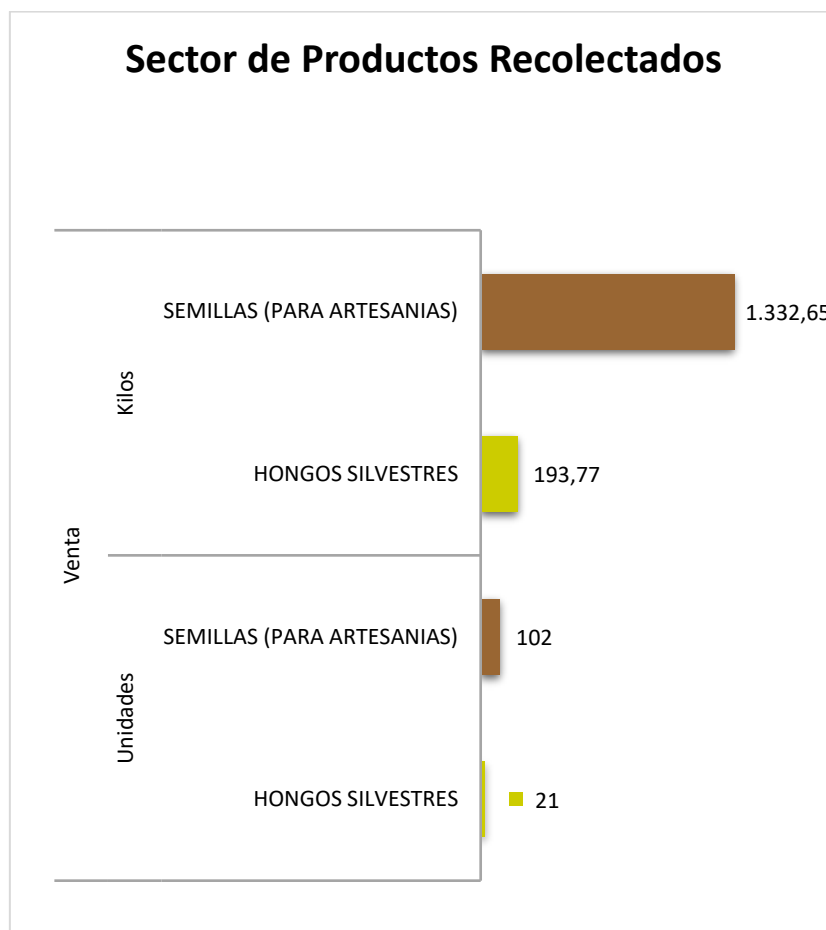
Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

Con respecto a la encuesta realizada por MAG, en la figura 15 del sector apícola el mayor producto comercializado es la miel de abeja ya sea en kilos como en litros, puesto que es un producto de gran demanda por sus beneficios medicinales. Las abejas y su producción natural contribuyen al ser humano en diversos productos y beneficios para la alimentación y salud. Entre estos productos tenemos la miel, la jalea real, el propóleo, etc. sin duda su riqueza nutricional permite una amplia comercialización por parte de la AFC, quienes hacen de esta producción una fuente de ingreso económico para su familia.

Figura 16

Ranking de los 2 productos más comercializados del sector de productos recolectados



Fuente: MAG 2019

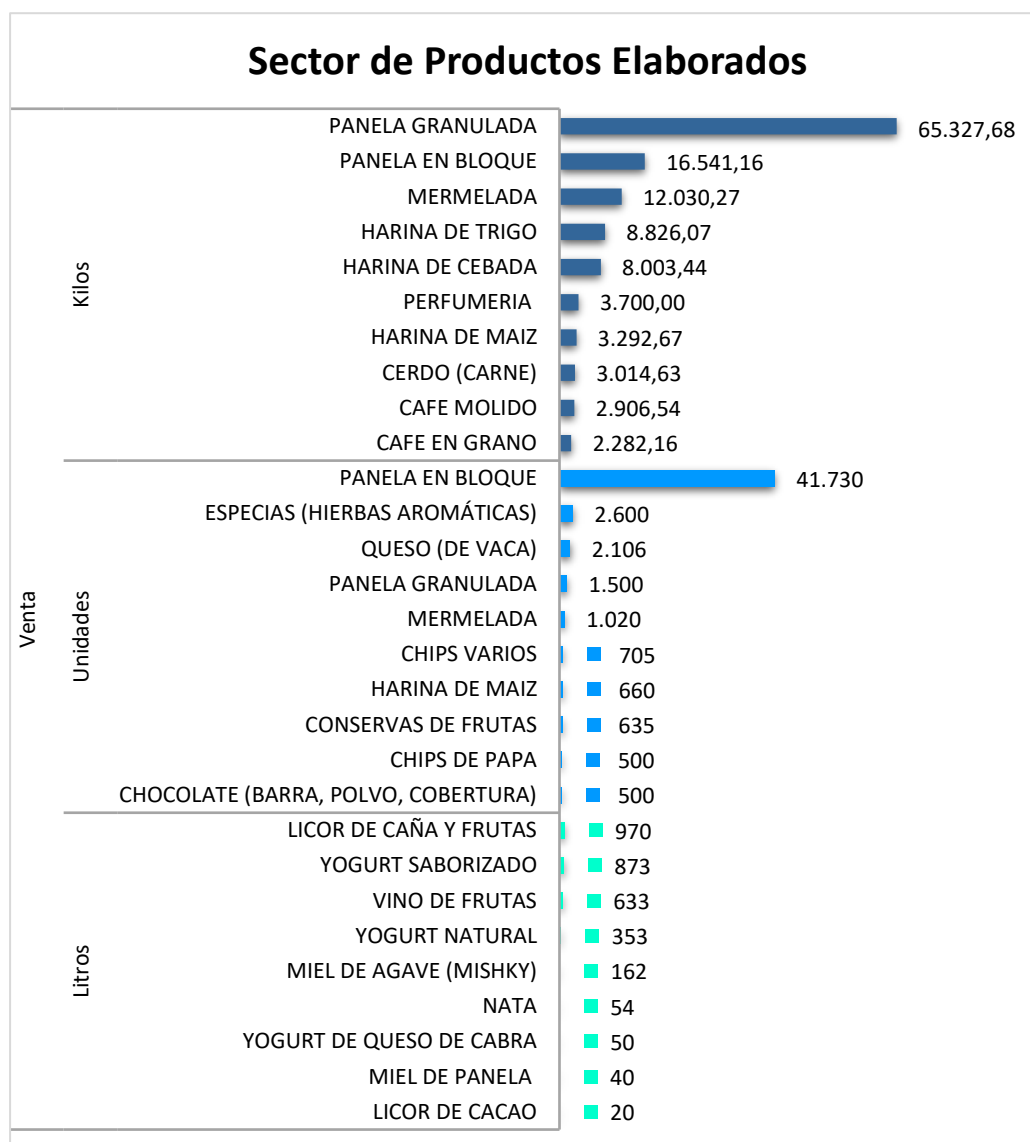
Elaborado por: Edwin Sarchi

El sector de productos recolectados establecido en la figura 16 permite ver que el producto más comercializado son las semillas para artesanía, las cuales se emplean en diferentes expresiones culturales y manualidades que los campesinos elaboran. Este sector no genera más de dos productos para ser comercializado. La semilla es la forma más práctica y eficiente para recolectar, transportar, estudiar y almacenar la diversidad vegetal, por corresponder a un estado compacto, resistente e independiente dentro del ciclo de vida de una planta. El sentido principal del beneficio es obtener la mayor cantidad de semilla de la mejor calidad física para la comercialización eficiente (SERFOR, 2014).

Otro producto que pertenece al sector de la recolección son los hongos, los cuales tienen gran demanda por un estrato selectivo de la población urbana, la recolección de este producto ha beneficiado a las familias campesinas, pues tiene como fin el autoconsumo o la comercialización, ya que las personas saben que es un producto que favorece a la nutrición del ser humano (Proyecto de Desarrollo Forestal Campesino en los Andes del Ecuador, 2000).

Figura 17

Ranking de los 10 productos más comercializados del sector de productos elaborados



Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

De acuerdo a los datos de la encuesta de MAG (2019), la figura 17 del sector de productos elaborados permite visualizar que la panela tanto granulada (kilos) como en bloque (unidades) es el producto más comercializado. La AFC se involucra en emprendimientos rurales como es la elaboración de productos como la panela, la mermelada, el licor de caña, etc. La producción de dulce de panela es considerada como una tradición, en donde existe una fuerte identidad cultural. Las características del suelo y la geografía de la sierra hacen de ese territorio un sitio ideal para el cultivo de caña de azúcar y la fabricación de derivados como la panela o el licor de caña. Estos productos son fabricados de forma artesanal por parte de pequeños productores y sus familias alrededor de un trapiche. Es por ello que ha sido un producto muy poco estandarizado, de calidades y presentaciones muy variadas, y que se venden mercados locales y regionales a precios muy bajos, que resultan en márgenes de beneficios también muy bajos para sus productores (RIMISP, 2012).

Cada uno de los productos agropecuarios comprende diferentes medidas, esto debido a que cada producción puede ser medida de una o varias formas. Así pues, se puede evidenciar los productos más comerciales de cada sector con su cantidad. En el caso de los productos con menor porcentaje de comercialización, se debe a la frecuencia de venta del producto o al mes de cosecha en el caso del sector agrícola. Cada producto que se comercializa contribuye económicamente a las familias vinculadas al AFC.

1.7.3. Forma de venta de los productos agropecuarios en la AFC de la Sierra en el año 2019

La comercialización es un proceso de intercambio de bienes, en este caso del sector agropecuario, que se da en los mercados; y, por medio del cual los productos pasan de manos de los productores a los intermediarios o directamente a los consumidores. La comercialización en los mercados implica la formación de precios y por lo tanto la remuneración a quienes participen en ellos y a los factores de producción que intervienen (MAG, 2020).

Para la venta de los productos agropecuarios existen dos formas que son la venta directa al consumidor y la otra correspondiente a los intermediarios. En la venta directa al consumidor “se establece una relación de confianza entre el productor y el consumidor” (Traxco, 2011). Por parte de los productores de la AFC, se define como aquella forma de comercializar entre productores y consumidores, que se realiza en la propia finca, en los puestos de mercados, en ferias, canastas, tiendas, etc. Algunas de las ventajas de la venta directa es que se establece un precio justo, un precio elegido y pactado con los agricultores, también tenemos que mejora la viabilidad económica de las pequeñas explotaciones, que tienen una gran importancia ambiental, por último, una importante ventaja para el consumidor es que tiene acceso a productos más frescos y de gran calidad, obtenidos de manera tradicional, lo cual es de gran beneficio para la salud (Junta de Andalucía, 2016). En este contexto el gobierno municipal debe favorecer a la comercialización directa mediante obras que beneficien y faciliten la labor del campesino, como por ejemplo carreteras, servicios básicos, capacitaciones agropecuarias e incentivos económicos.

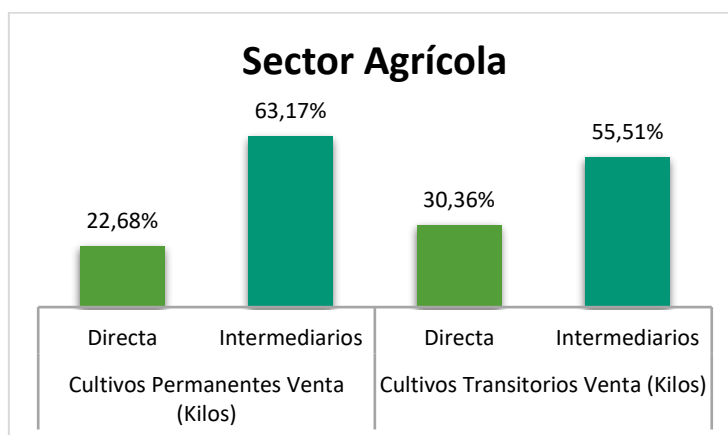
Los estudios de logística suelen referirse a la comercialización “de último kilómetro” y depende del tamaño del mercado. En ciudades como Quito, la comercialización directa es eventual, mientras el sistema de tiendas y mercados permite el abastecimiento diario. El productor, por otro lado, no puede estar permanentemente en un lugar de comercialización, pues dejaría de producir. En cambio, en pueblos pequeños, la comercialización directa es viable. Es necesario que se desarrollen proyectos que pretendan fortalecer los procesos de comercialización y el Sello de la AFC, que incentiven el fortalecimiento asociativo y faciliten los canales justos para la comercialización (MAG, 2021).

En cambio, la comercialización a intermediarios es la forma de comercialización que se basa en comprar al productor para luego vender al consumidor, en la que pasan los productos por una, dos o más personas antes de llegar al consumidor final. Esta es la forma de comercialización asociada a los centros de acopio, mercados mayoristas, mercados minoristas, tiendas de barrio, bodegas, etc. (MAG, 2017).

La producción de pequeñas unidades familiares agrícolas (UPAs), son proveedores de intermediarios que entregan los productos a mercados mayoristas o empresas agroindustriales; también, realizan la venta directa de sus productos en las plazas y mercados del lugar donde habitan, a consumidores finales (López, 2020).

Figura 18

Porcentaje de producción destinada a la venta directa o al intermediario, sector agrícola



Fuente: MAG 2019

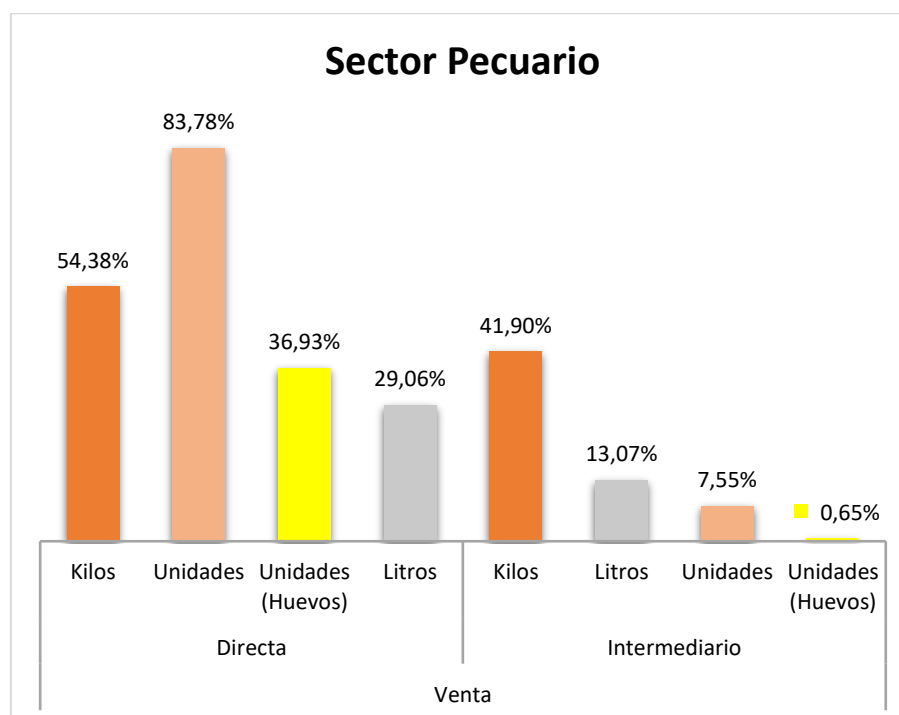
Elaborado por: Edwin Sarchi

De acuerdo a los datos de la encuesta de MAG (2019), se expresa en la figura 18 que la producción del sector agrícola comercializa sus productos en mayor medida a intermediarios con un porcentaje de 63% en cultivos permanentes y 55% en cultivos transitorios. Entre los productos con mayor comercialización se encuentra la papa, la cebolla colorada, el pimiento la granadilla, la naranjilla (MAG, 2019). Es importante mencionar que la comercialización con intermediarios se debe en ocasiones a la falta de un medio de transporte para movilizar los productos hacia el destino de la comercialización.

Según López (2020), las pequeñas unidades familiares agrícolas (UPAs), su producción se destina para consumo interno, son proveedores de intermediarios que entregan los productos a mercados mayoristas o empresas agroindustriales; también, realizan la venta directa de sus productos en las plazas y mercados del lugar donde habitan, a consumidores finales. El proceso de comercialización con intermediarios se efectúa de la siguiente manera: 1) pequeño productor, 2) transportista, 3) intermediario o centro de acopio, y 4) comerciante (mayorista/minorista), exportador o agroindustria; además, menciona una cadena de comercialización.

Figura 19

Porcentaje de producción destinada a la venta directa o al intermediario, sector pecuario



Fuente: MAG 2019

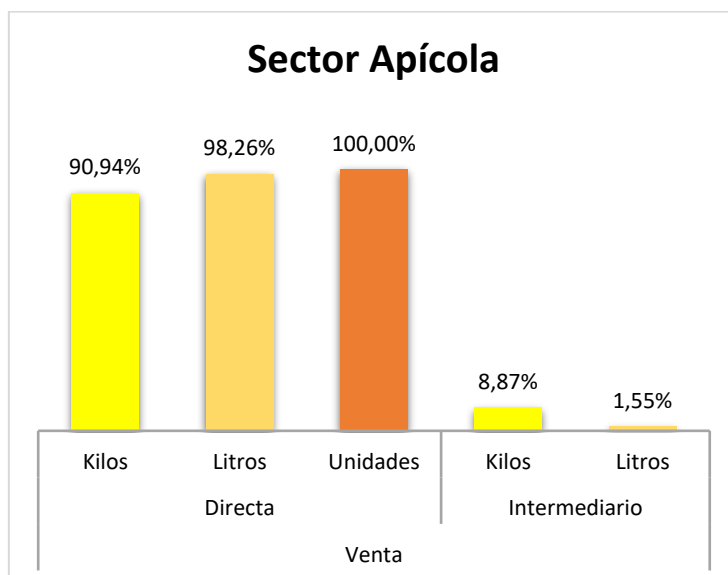
Elaborado por: Edwin Sarchi

Los resultados de la encuesta de MAG (2019), en la figura 19 del sector pecuario presenta mayor comercialización de sus productos de forma directa tanto en kilos, unidades y litros, esto se lo hace directamente en las ferias, venta de fincas, mercado mayorista y mercados locales que son los lugares a los cuales AFC acuden para el proceso de venta de sus productos. Es importante mencionar que la mayoría de estos productos requieren de un sistema de frío como los lácteos y la carne de cerdo, por lo cual los campesinos deben tener el cuidado adecuado de estos productos.

La venta directa de los productos pecuarios al consumidor es la fórmula que está reclamando la sociedad ante el abismo de precios que hay desde el campo hasta el comercio y también por la pérdida de calidad sufrida. Mediante la venta directa los ganaderos obtienen un mayor rendimiento económico y los ciudadanos además se sienten más seguros de su alimentación (Traxco, 2011). Desde lo citado anteriormente podemos afirmar que la venta directa le permite a la AFC, asumir una mayor independencia y responsabilidad en el comercio de sus productos, así como el acercamiento y análisis de los mercados o entornos de comercio.

Figura 20

Porcentaje de producción destinada a la venta directa o al intermediario, sector apícola



Fuente: MAG 2019

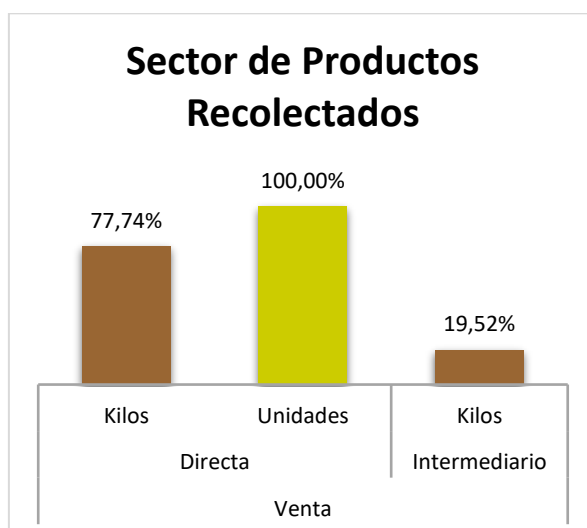
Elaborado por: Edwin Sarchi

Según los resultados de la encuesta de MAG (2019), en la figura 20 en el sector apícola la venta de su producción se concentra en la forma directa, la AFC acuden a comercializar sus productos en las ventas de finca espacios gestionados por los productores campesinos y Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) locales para vender los cultivos agrícolas a los consumidores finales, estas fincas generalmente suelen ser atractivos turísticos, por ende, es un mercado muy atrayente para los consumidores. El producto que se comercializa en este sector es la miel tanto en kilos, litros y unidades.

La venta directa de los productos apícolas en el mercado informal significa las relaciones comerciales entre los/las productores/as y los consumidores finales. A través de la venta directa los apicultores abastecen productos sin importar la cantidad, forma y tamaño, mejoran la ganancia, deciden el precio de su producto y van identificando los gustos y preferencias del consumidor (JICA, 2012). Como se puede observar la apicultura es una actividad medianamente rentable que contribuye en los ingresos de las AFC.

Figura 21

Porcentaje de producción destinada a la venta directa o al intermediario, sector de productos recolectados



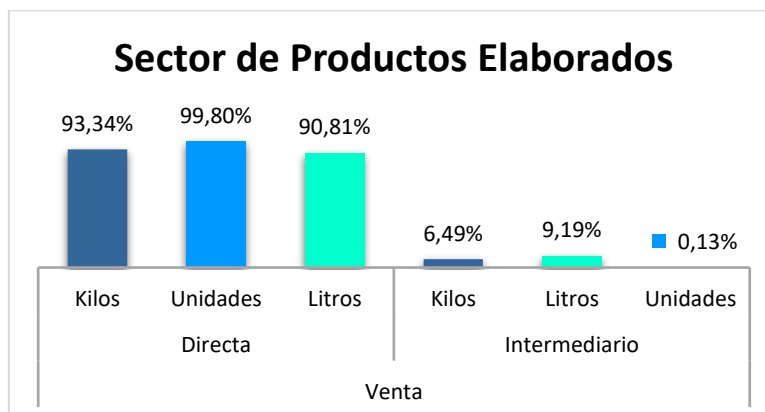
Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi.

De acuerdo a la encuesta de MAG (2019), en la figura 21, la mayor parte de la producción del sector de productos recolectados se lo realiza a través de la venta directa, especialmente en fincas ya que es el lugar idóneo para comercializar (López, 2020).

Figura 22

Porcentaje de producción destinada a la venta directa o al intermediario, sector de productos elaborados



Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi.

En base a la figura 22 del sector de productos elaborados se identifica que su comercio es de manera directa por las propias familias campesinas, pues son productos elaborados de forma artesanal y por ende se requiere de lugares específicos como centro de acopio, venta en finca y supermercados, son estos los tres primeros lugares en los cuales los agricultores de familias campesinas acuden para comercializar sus productos. El predominio de la venta directa de los productos elaborados se genera por la necesidad de establecer precios justos que reflejen el tiempo y trabajo que conlleva elaborar determinado producto, valorando así la importancia del trabajo de las AFC.

Los mercados más utilizados para la venta directa son las ferias porque comprende a espacios gestionados por los productores campesinos y Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) locales para vender los cultivos agrícolas a los consumidores finales, estas ferias generalmente suelen ser atractivos turísticos, por ende, es un mercado muy atrayente para los consumidores. En general, las familias campesinas que realizan ventas directas en los diferentes mercados locales tienen un limitado acceso e interacción en estos, a pesar de esta circunstancia las AFC, pueden generar posición en el mercado y a la vez obtener nuevos ingresos directos para compensar los gastos familiares u otras ventajas que los favorezcan a mejorar su proceso productivo (Maletta, 2011).

1.7.4. Tipos de mercados por venta directa e indirecta del sector agropecuario en la AFC de la Sierra en el año 2019

David Burin (2017) indica que, la venta directa tiene un canal directo de comercialización, el cual comprende que, los pequeños productores o familias campesinas comercialicen con los consumidores o mercados locales. Esta forma les permite obtener beneficios como recibir un precio más justo, evitar el desperdicio de alimentos, homogenizar la logística, simplificar la gestión financiera y crear una mayor proximidad con los consumidores.

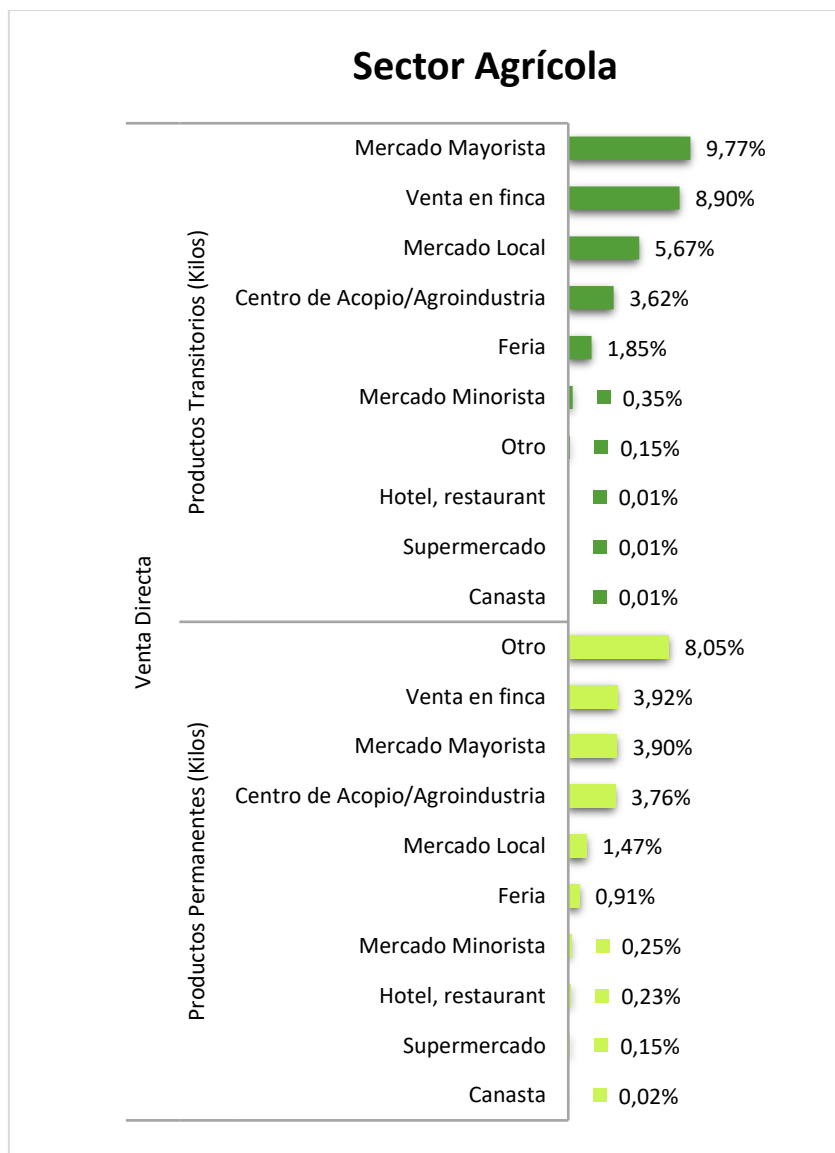
El mayorista “hace referencia a la persona u empresa que se dedica a la compra y/o venta de productos por lotes, o en cantidades significativas. Es un intermediario entre la fábrica o importador y el minorista” (Diferenciador, 2018). En base a lo citado anteriormente podemos afirmar que el mercado mayorista es un intermediario, pues su función radica en adquirir los productos que ofrecen las familias campesinas y venderlos a los comerciantes minoristas. Es importante recalcar que en ocasiones lo AFC pueden formar parte de un mercado de forma directa siempre y cuando las condiciones y medios lo favorezcan, por ejemplo, contar con un transporte que le facilite la movilidad de su producto.

En los últimos años se ha determinado espacios de comercialización directa para la agricultura familiar campesina, estos son espacios locales donde se genera el encuentro directo entre productores y consumidores generados por el MAG en condiciones equitativas para las dos partes, que permiten al campesino y consumidor valorar el producto desde una perspectiva, económica, simbólica y social (MAG, 2018).

A continuación, se expone la producción agropecuaria vendida directamente en los diferentes mercados de la Sierra según MAG (2019).

Figura 23

Porcentaje de producción agrícola vendida directamente a los diferentes mercados



Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

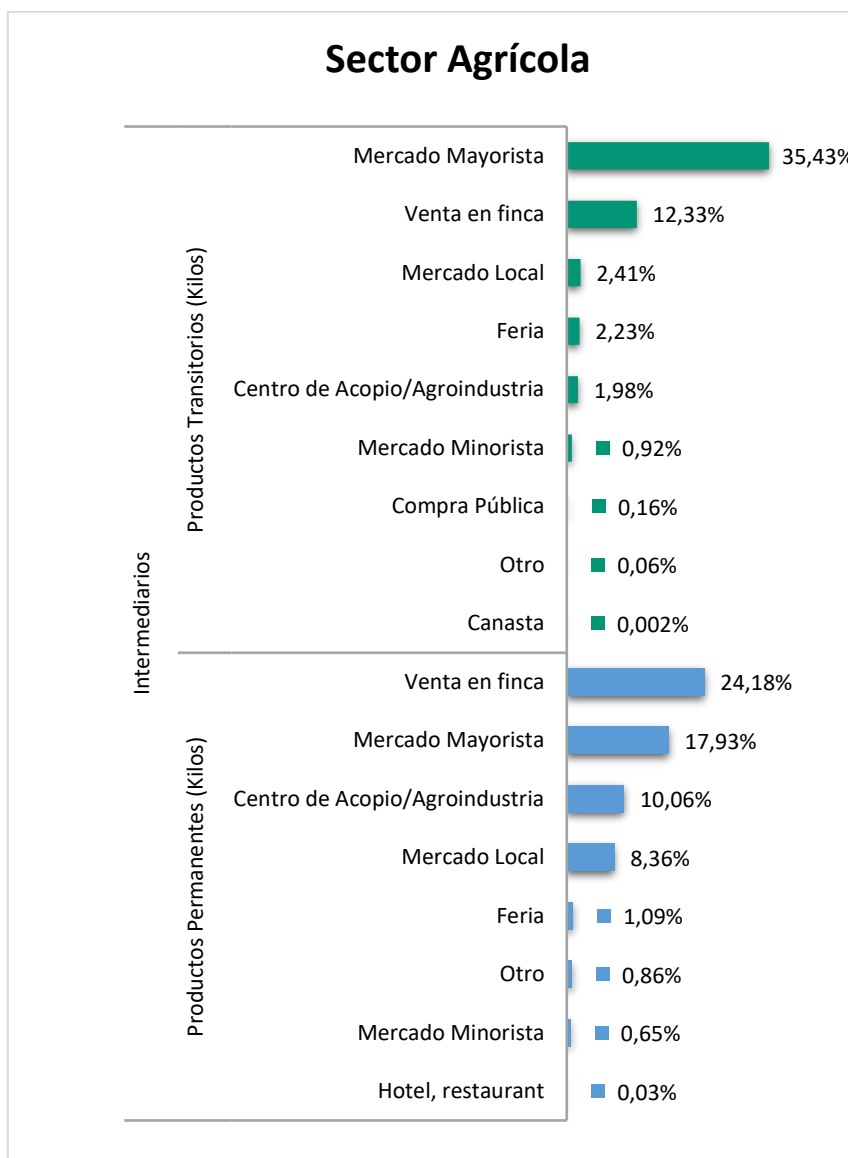
De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta voluntaria de MAG, en la figura 23 del sector agrícola, la AFC acude de manera directa a espacios entre productores y consumidores donde la negociación y comercialización sea equitativa o justa. En la venta directa de los productos transitorios destaca el mercado mayorista con 9,77%, las fincas con 8,90% y mercado local con el 5,67%.

En cuanto a los resultados de productos permanentes los mercados para la venta directa que presentan mayor porcentaje son otros mercados con el 8,05%, seguido de la finca con 3,91%. En ambos casos es importante

mencionar que para comercializar de forma directa los productos, las AFC deben incurrir en costos de transporte solventados bajo su propio medio.

Figura 24

Porcentaje de producción agrícola comercializada por los intermediarios a los diferentes mercados



Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

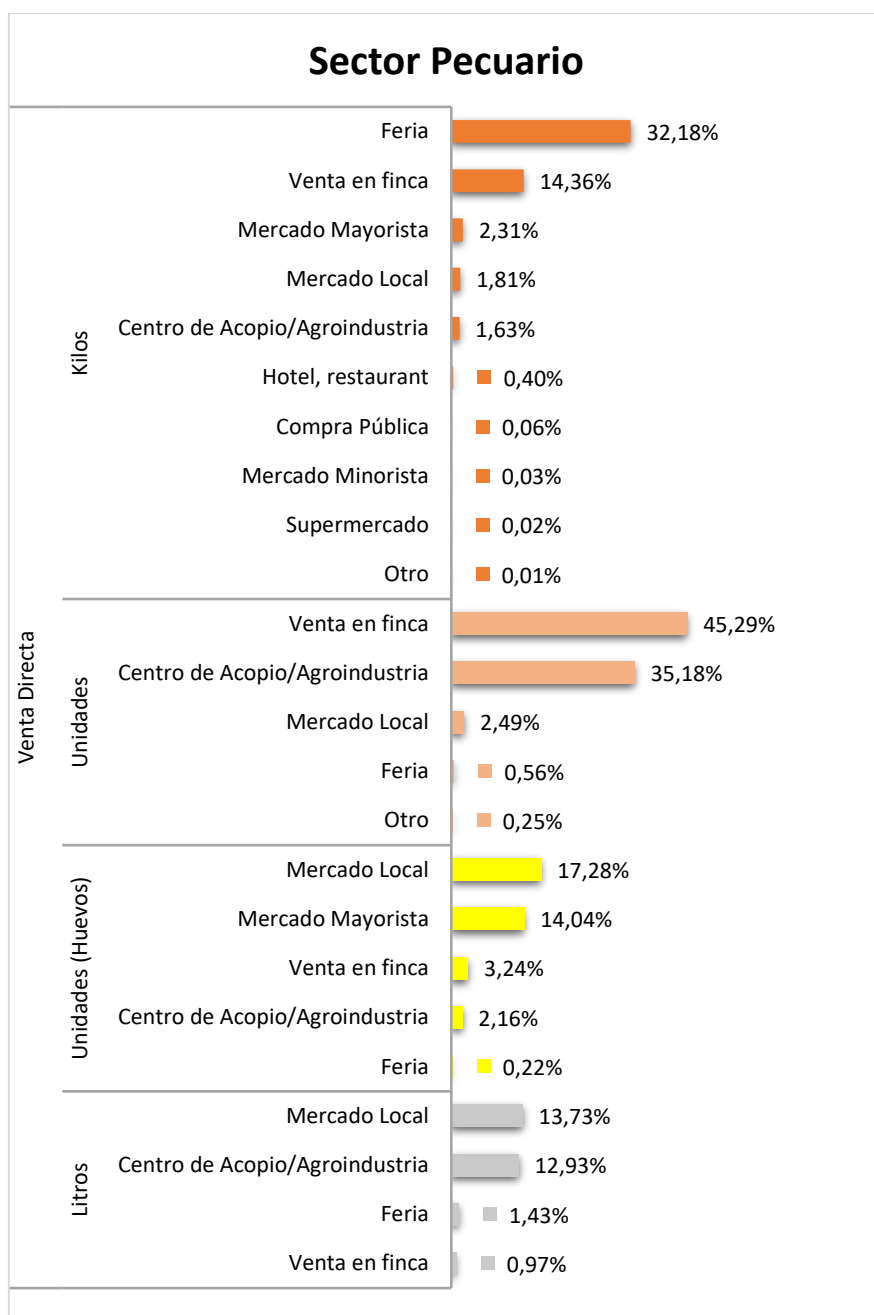
En base a la encuesta aplicada por MAG, en la figura 24, correspondiente a la venta a intermediarios del sector agrícola, los mercados para la venta de productos transitorios se repiten al igual que en la figura 23. En el caso de productos permanentes se destaca la venta en fincas con el 24,18%, seguido del mercado mayorista con el 17,93%.

Al evidenciar que en ambas figuras se repite la finca como medio de comercialización, es importante resaltar lo establecido por Noboa (2021), quien menciona que la finca está altamente diversificada, lo que se podría clasificar como una pluri-actividad orientada a salvaguardar la unidad productiva agropecuaria, es decir que tiene como objetivo ser pluri-activa pero con el fin de ir vinculando cada vez más actividades dentro de la finca que se complementen y guarden coherencia con la filosofía de vida de la familia.

En la región Sierra de manera general los mercados mayoristas son entornos donde las AFC comercializan sus productos de cultivos transitorios por medio de intermediarios al igual que la familias de la zona norte mientras que las los productores ubicados en la zona sur vende de forma intermediaria en las finca. Las familias de AFC manejan un circuito de comercialización largo para poder vender su producción agrícola.

Figura 25

Porcentaje de producción pecuaria vendida directamente a los diferentes mercados



Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

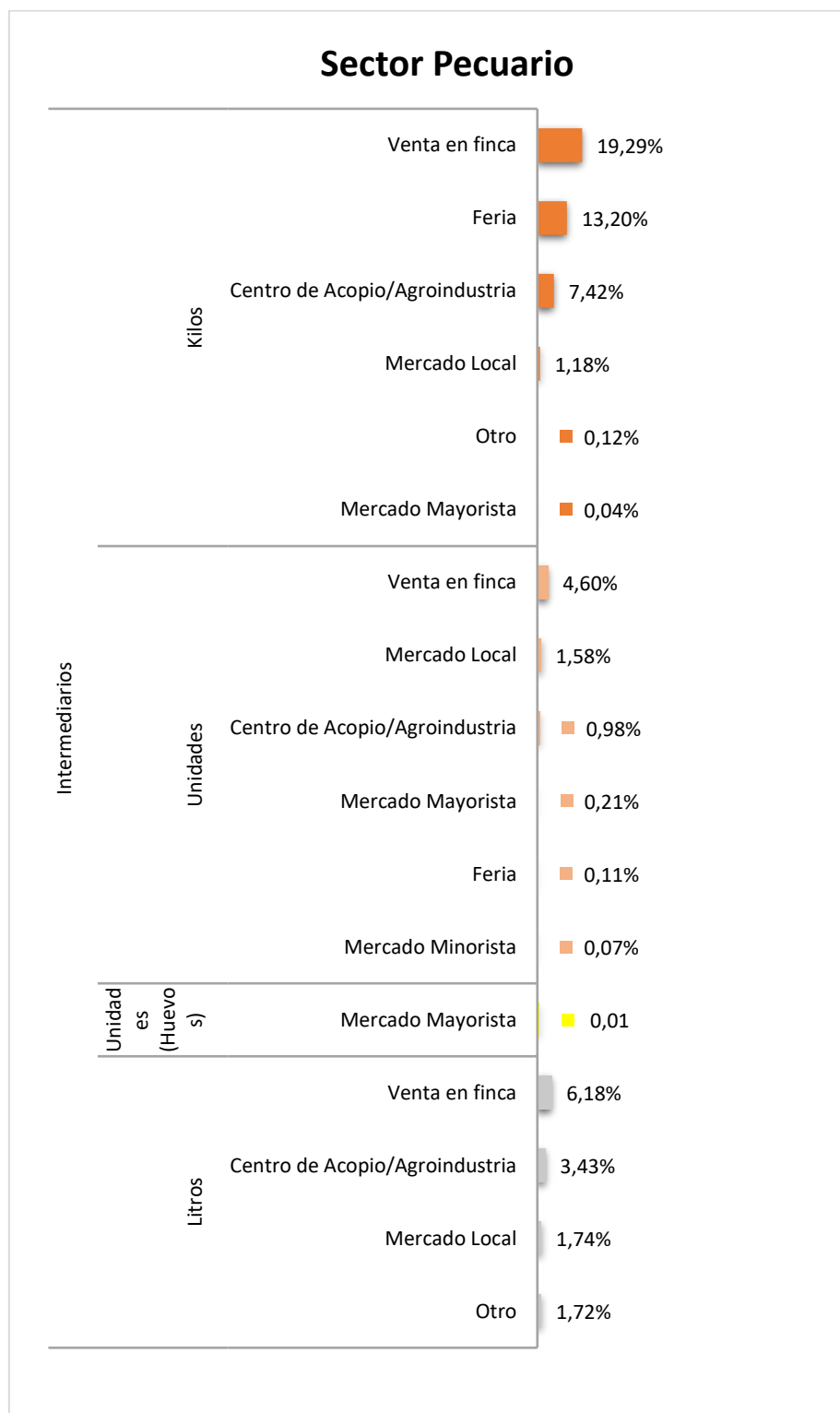
Los resultados de la encuesta voluntaria de MAG destacados en la figura 25 del sector pecuario, los porcentajes que destacan en la venta directa son en feria con el 32,18% cuando la venta se da por kilos, en finca con el 45,29% en unidades, en el caso de estos productos pueden ser gallinas, cuyes, conejos, etc. La venta de unidades de huevos se destaca los mercados locales con el 17,28%, y por litros que por lo general se comercializa en mercados locales con el 13,73%.

La venta directa se integra con más frecuencia para comercializar sus productos en las ferias, fincas y mercado mayorista, incurriendo en costos de transporte, refrigeración de los productos como los lácteos y la carne de

cerdo. A través de estos espacios, se busca lograr una venta de productos pecuarios con un precio justo, tanto para el productor como para el consumidor de estos alimentos.

Figura 26

Porcentaje de producción pecuaria comercializada por los intermediarios a los diferentes mercados



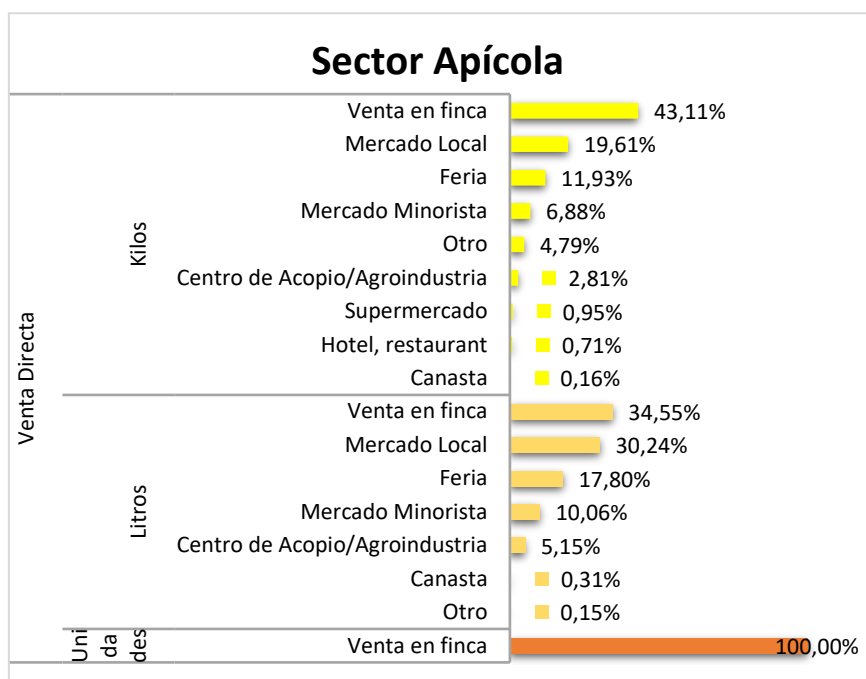
Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

Con respecto a la figura 26, se puede deducir que la AFC requiere de intermediarios para comercializar sus productos en espacios como fincas, ferias y centros de acopio. La activación de estos puntos de venta genera un control sobre la intermediación negativa que en la mayoría de ocasiones perjudica directamente al productor en la economía, y rentabilidad de su negocio.

Figura 27

Porcentaje de producción apícola vendida directamente a los diferentes mercados

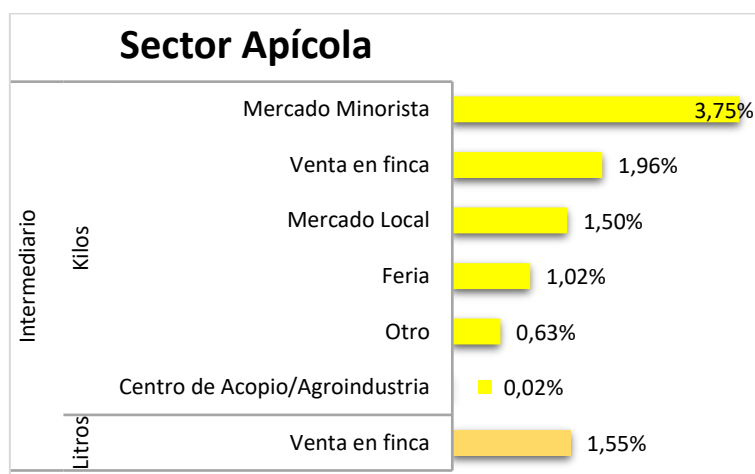


Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

Figura 28

Porcentaje de producción apícola comercializada por los intermediarios a los diferentes mercados



Fuente: MAG 2019

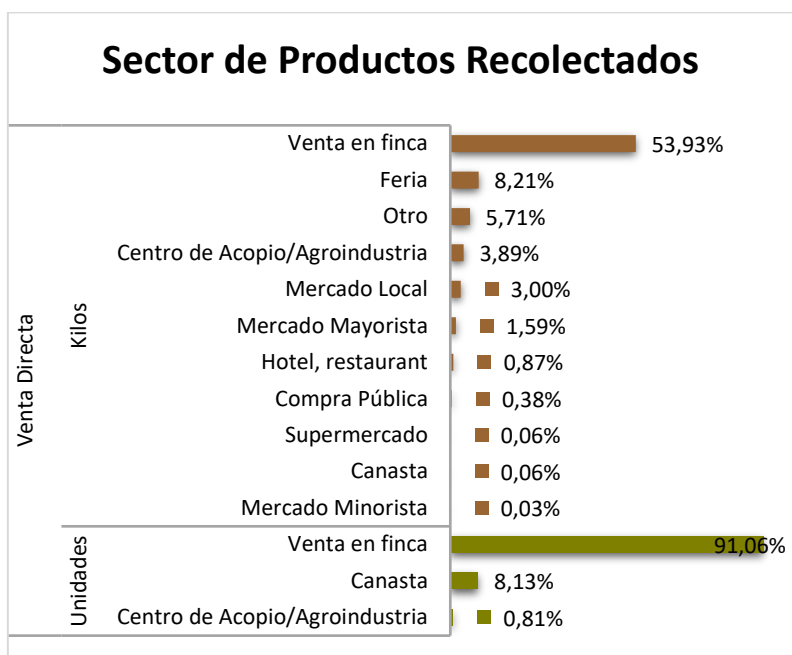
Elaborado por: Edwin Sarchi

En base a la figura 27 y 28 del sector apícola, se puede notar que la AFC en su mayoría acude a la venta directa y en mayor medida a las fincas, mercado local y ferias para poder comercializar sus productos, pues en estos lugares son propicios y se tiene mayor acceso y comercialización eficaz especialmente de la miel que es el producto más representativo de este sector.

Sí bien la venta de los productos apícolas se la realiza de manera directa en dónde el productor y consumidor establece un precio justo en la negociación del producto, también se evidencia que la venta de forma intermediaria permite pasar de una cadena productiva a una cadena de valor y a qué implica que el precio de este producto debe incrementarse debido al transporte centro de acopios procesos industriales y de esa manera llegar al consumidor con un producto de calidad.

Figura 29

Porcentaje de producción del sector de productos recolectados vendidos directamente a los diferentes mercados



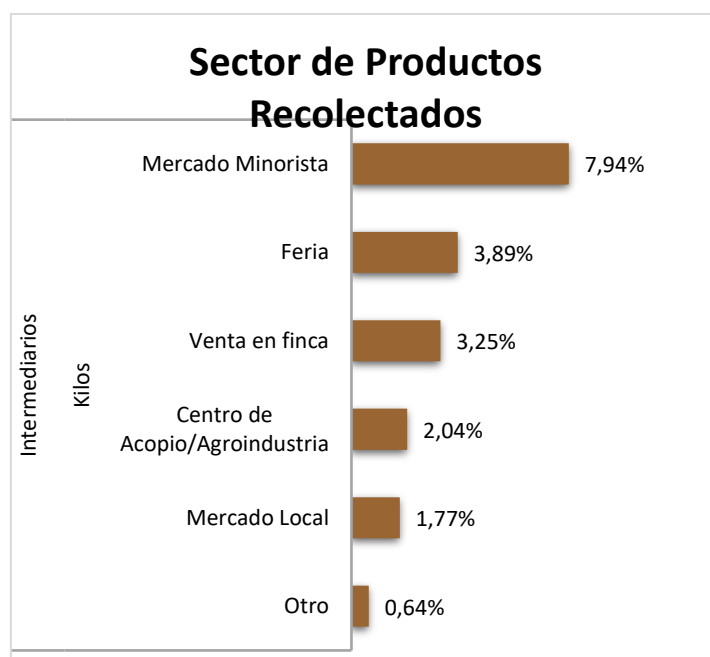
Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

En base a los resultados de las encuestas realizadas por MAG, la figura 29 de las encuestas aplicadas por el MAG con respecto a los sectores recolectados, la AFC acude de manera directa y en mayor medida a las fincas, ferias, y otros a comercializar sus productos elaborados como las semillas para artesanías y los hongos silvestres.

Figura 30

Porcentaje de producción del sector de productos recolectados comercializada por los intermediarios a los diferentes mercados



Fuente: MAG 2019

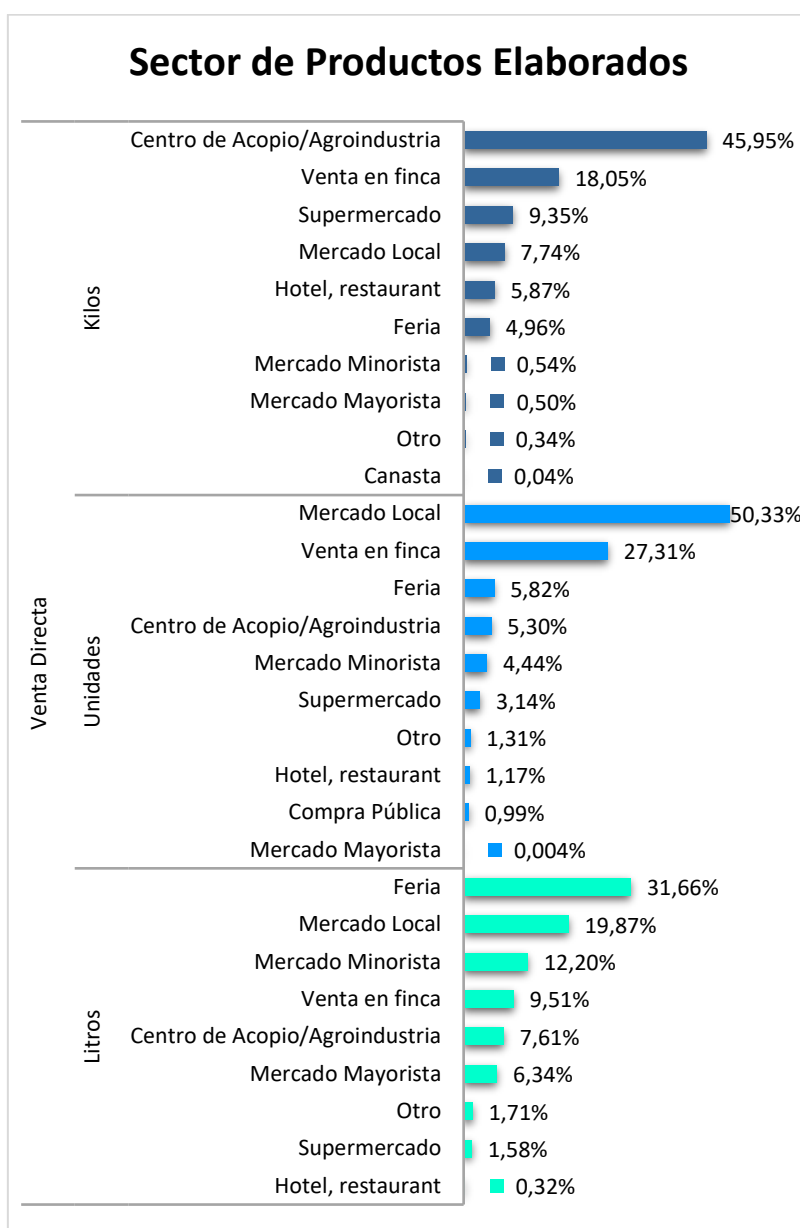
Elaborado por: Edwin Sarchi

En el caso de la figura 30 de los sectores recolectados, la AFC acude a intermediarios para comercializar los productos que recolectan y que son destinados para la artesanía y la gastronomía como es el caso de los hongos. Los principales espacios son: mercado mayorista, feria y venta en finca, pues en estos lugares existe mayor apertura hacia los productos recolectados.

La venta de forma intermediaria de los productos recolectados la mayor parte de esta producción es realizada en mercados minoristas, feria y fincas, pues son entornos donde acuden mayor cantidad de compradores y se puede comercializar de manera más oportuna aquellos productos que no se los encuentra con frecuencia en otros tipos de mercados

Figura 31

Porcentaje de producción del sector de productos elaborados vendida directamente a los diferentes mercados



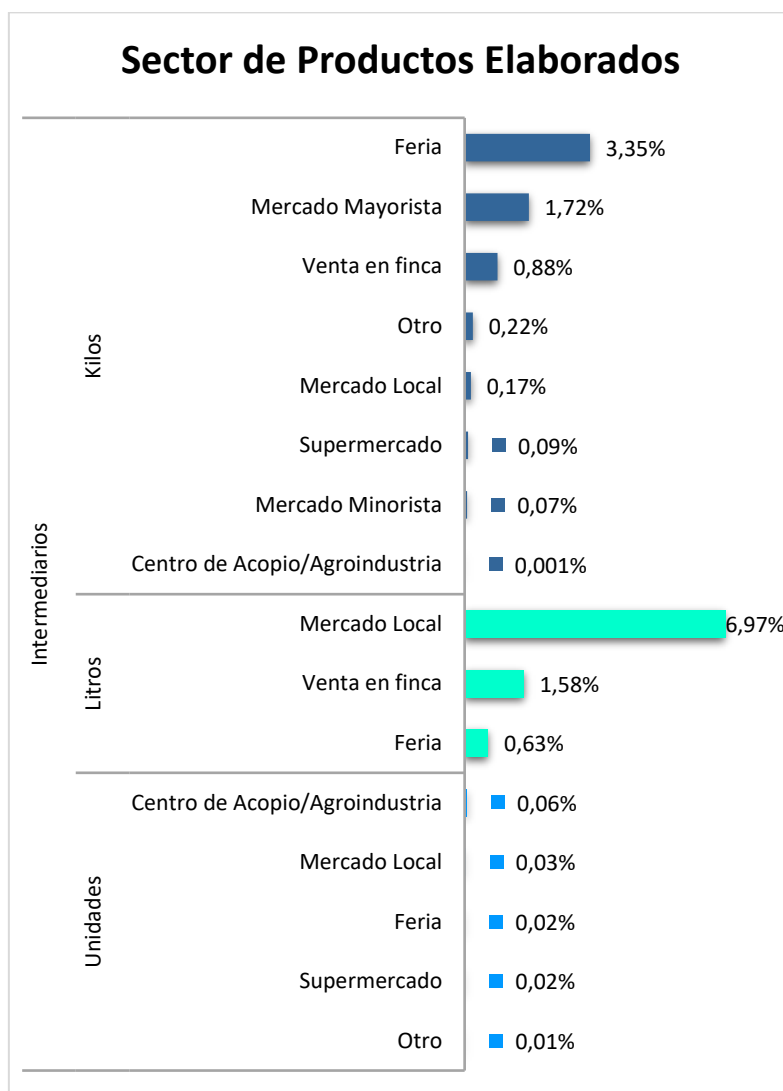
Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

En la figura 31 de los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a MAG, referente al sector de productos elaborados se deduce que su comercialización se lo realiza de manera directa en los principales espacios como los centros de acopios/agroindustria, mercado local y ferias. Entre los productos que se comercializan tenemos la panela granulada, el queso de vaca, miel de agave y el licor de caña de azúcar.

Figura 32

Porcentaje de producción del sector de productos elaborados comercializada por los intermediarios a los diferentes mercados



Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

En el caso de la figura 32 del sector de productos elaborados se evidencia que los principales lugares para la comercialización de los productos con intermediarios son la feria y el mercado local. En estos espacios resulta beneficioso adquirir alimentos agroecológicos directamente desde sus productores, pues de esta forma la ciudadanía coopera en la reactivación de la economía campesina, la estabilización de un precio justo, además de dar protagonismo al agricultor en su labor.

Por lo general los mercados frecuentemente utilizados por los intermediarios para la venta de los productos son los siguientes: fincas, mercados mayoristas, mercados minoristas, ferias, mercado local y Centro de acopio/agroindustria. El canal indirecto corto es el más utilizado esto debido a que, los intermediarios se dirigen a los mercados antes mencionados, ya que son lugares donde la producción es vendida para luego ser comercializada al consumidor final.

Por otra parte, el canal indirecto largo es menos utilizado debido a que, los intermediarios venden en algunas ocasiones en el mercado mayorista.

De este modo, los intermediarios no son siempre bien vistos debido al dinero entregado a las familias campesinas por el producto o producción agropecuaria adquirido. Según Acosta et al. (2021), menciona que los intermediarios tienen una función relevante en la formación de los precios, generando repercusiones en

productores y consumidores. También afirman que las estrategias de mercados de productos agrícolas con la participación de intermediarios (manejada por personas o instituciones) incrementan los precios para el consumidor final al tiempo que disminuyen las utilidades para el productor. También hay que entender la otra cara de la moneda, donde los intermediarios son una ayuda para distribuir la producción agropecuaria generada por las familias campesinas que comprenden a desventajas para el almacenamiento, el transporte y la comercialización de los alimentos dirigidos a la población local, regional y nacional.

1.8. El mercado laboral en la agricultura familiar campesina (AFC) por sector agropecuario de la Sierra en el año 2019

La mano de obra familiar es considerada como la principal fuente. Esta característica distingue a las familias campesinas de las fincas capitalistas que emplean mano de obra asalariada. Pero esto no descarta el uso de mano de obra contratada en períodos pico (Ellis, 1988:3, citado en Szirmai A., 2015, pág. 433).

Melany Morales (2020), citando a Chiriboga (2015), menciona que la agricultura familiar consolidada son hogares que cuentan con recursos suficientes para la producción, su principal fuente de ingreso económico es la agricultura y su principal destino es el mercado. Otra característica es que posee mano de obra familiar y asalariada. Mientras que la agricultura familiar campesina de subsistencia puede presentar recursos insuficientes, el destino de su producción es para la subsistencia del hogar, el origen de los ingresos es porque tiene más de una actividad que se genera ingresos, es decir que trabaja en su parcela y obtiene un ingreso por el mercado laboral por actividades agrícolas o no agrícolas, la mano de obra es netamente familiar.

La Comunidad Andina (2011), en un informe de la Oficina Regional de la FAO para América Latina y el Banco Interamericano de Desarrollo, en base a un estudio aplicado en Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México y Nicaragua, identifica tres categorías de agricultura familiar:

- La agricultura familiar de subsistencia (AFS) caracterizada por estar en condición de inseguridad alimentaria, con escasa disponibilidad de tierra, sin acceso al crédito e ingresos insuficientes. Generalmente están ubicadas en ecosistemas frágiles de áreas tropicales y alta montaña; y forman parte de la extrema pobreza rural. Su principal fuerza de trabajo es la mano de obra familiar en la que no se contrata ni mano de obra ocasional ni permanente.
- La agricultura familiar en transición (AFT): emplea técnicas para conservar sus recursos naturales, cuenta con mayores recursos agropecuarios y, por lo tanto, con mayor potencial productivo para el autoconsumo y la venta. Si bien son suficientes para la reproducción de la unidad familiar, no alcanzan para generar excedentes suficientes para desarrollar su unidad productiva, además su acceso al crédito y mercado es aún limitado
- La agricultura familiar consolidada (AFC): dispone de un mayor potencial de recursos agropecuarios que le permite generar excedentes para la capitalización de su vida productiva. Está más integrada al sector comercial y a las cadenas productivas, accede a riego y los recursos naturales de sus parcelas tienen un mejor grado de conservación y uso, pudiendo superar la pobreza rural (pág., 8).

Por lo tanto, la agricultura familiar es un medio de organización agrícola, ganadero, forestal, pastoral, pesquero y acuícola que depende netamente de la mano de obra manejada y operada enteramente por la familia, en un contexto en el cual existe un vínculo entre esta y la UPA y se intercambian funciones económicas, sociales, ambientales y culturales. Se diferencian la agricultura familiar de subsistencia, la de transición, que genera excedentes y tiene cierto acceso al mercado y la campesina consolidada que produce a gran escala e incluso exporta. Si bien es cierto la mano de obra juega un papel importante dentro del enfoque de agricultura familiar, la política pública debe de implementar lineamientos de sostenibilidad, frente a las exigencias en la utilización de nuevas tecnologías que generen cambios y aumentos en la productividad (Reyes & Borbor, 2022).

La Agricultura Familiar, lejos de ser un grupo meramente asociado al autoconsumo, presenta un claro potencial productivo. Un informe presentado por la OIT y CEPAL, establecen que se ha aumentado la productividad laboral en el sector agropecuario de AFC.

Cáceres (2016), menciona responsabilidad del Estado respaldar las iniciativas productivas, de transformación agroalimentaria y pesqueras de las pequeñas y medianas unidades de producción, comunitarias y las que se encuentren dentro de la economía popular y solidaria, promoviendo políticas redistributivas que permitan a estos, el acceso a tierra, agua y otros recursos productivos.

Martínez (1992), menciona que las características del empleo por tipo de actividad afectan en forma diferente a los hombres y a las mujeres. El patrón del empleo a nivel nacional se refleja también en el caso de los hombres: la actividad más importante es la agricultura, seguida por otras actividades no agrícolas. El caso de las mujeres es diferente, pues si bien la agricultura también insume el mayor volumen de mano de obra, es más acentuada la multi-ocupación: el comercio, la actividad pecuaria, la artesanía y otras actividades no agropecuarias son fuentes alternativas de empleo para las mujeres.

Para entender cómo funciona el mercado laboral en el sector agropecuario de la AFC, se presentará en primer lugar, la mano de obra contratada permanente y ocasional externo al núcleo familiar (ENF) por sexo en el sector agrícola. En segundo lugar, la mano de obra permanente y ocasional del núcleo familiar (NF) por sexo destinada para la producción agrícola, de esta manera se podrá identificar que género es más demandado para laborar los terrenos destinados para la producción agropecuaria.

Tabla 6

Número de personas externas al núcleo familiar (ENF) y del núcleo familiar (NF) por sexo en la AFC de la Sierra en el año 2019

Sexo	Sector	Agrícola	Pecuario	Apícola	Productos Elaborados	Productos Recolectados	Más de un sector agropecuario	Total de Número de personas ENF y del NF por sexo en la AFC
	Mano de obra							
Mujeres	ENF	567	80	49	207	24	119	5.206
	NF	2.415	371	134	542	104	684	
	Total	2.892	451	183	749	128	803	
Hombres	ENF	1.047	124	105	565	37	366	5.806
	NF	2.097	280	117	435	86	577	
	Total	3.114	404	222	1.000	123	943	

Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

En base a los resultados obtenidos de la encuesta elaborada por MAG, la tabla 6 indica la cantidad de familias campesinas de la Sierra que otorgaron información de la mano de obra del NF como ENF en el periodo 2019 son 3.208 familias encuestadas, ya sea de forma permanente u ocasional y por sexo. Dentro de las familias encuestadas suman un total de 11.131 personas que participan en la mano de obra tanto ENF como del NF. En base a la suma total de la ENF y la NF por sexo, la mano de obra masculina destaca en mayor medida dentro del mercado laboral campesino.

Para comparar los resultados de la encuesta de MAG (2019), se utilizará los resultados de las encuestas realizadas por ENEMDU (Encuestas Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo) realizado en el estudio de Melany Morales (2020).

Tabla 7

Cantidad de personas en la AFC por región y sexo, 2017-2019

Año	Sexo	Costa	Sierra	Amazonía	Total
2017	Hombres	211.757	312.424	135.311	659.492
	Mujeres	177.425	338.311	124.989	640.725
2018	Hombres	232.574	402.832	157.937	793.343
	Mujeres	189.409	447.881	131.856	769.146
2019	Hombres	215.646	539.699	180.560	935.905
	Mujeres	156.588	567.611	155.612	879.811

Fuente: ENEMDU 2009-2019

Elaborado por: Melany Morales

En base a los resultados del ENEMDU de la amplia muestra de personas según el sexo que pertenecen a la AFC, el patrón femenino es superior al masculino en la región sierra, por lo que es notable la contradicción con la muestra tomada del MAG mediante la encuesta voluntaria en la que se fundamenta que los hombres son quienes lideran (Ver tabla 7). Es importante mencionar que esto puede deberse al tamaño de la muestra tomada para el desarrollo de presente investigación.

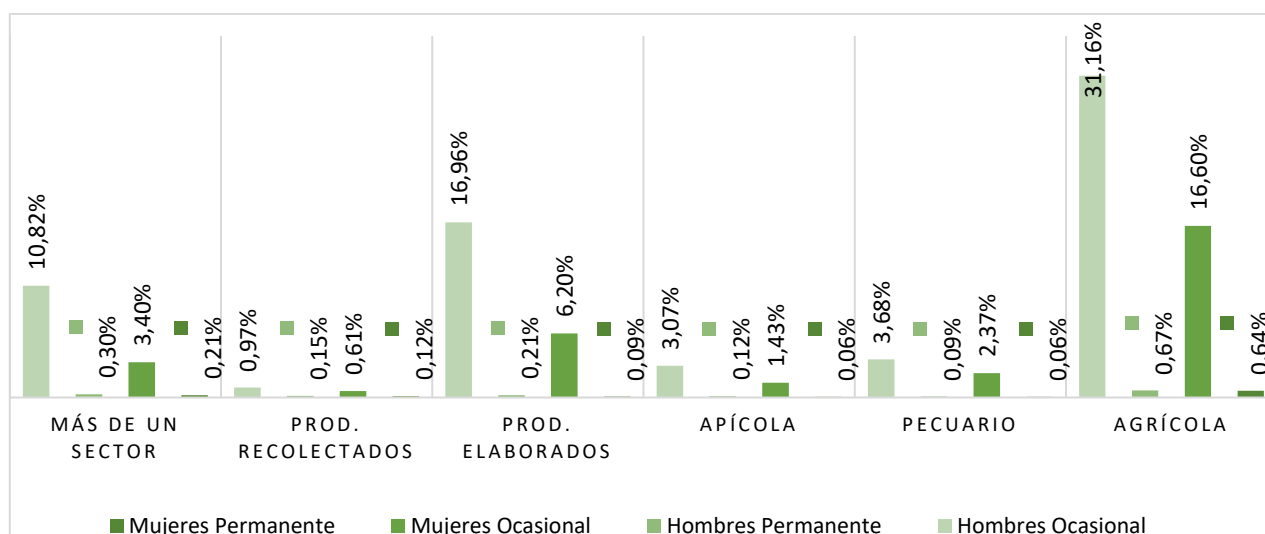
1.8.1. Mano de obra permanente y ocasional externa al núcleo familiar por sexo y sector agropecuario en la AFC de la Sierra durante el año 2019

El trabajo externo al núcleo familiar (ENF) se conforma por personas que laboran en las actividades agropecuarias de forma ocasional o permanente, reciben un valor o un pago por parte del empleador, productor o establecimiento. Los valores que perciben los trabajadores pueden ser diarios, semanales, quincenales, mensuales o por una actividad específica (MAG, 2017).

La economía campesina, basada en el trabajo familiar y que conforma una unidad de producción-consumo, aunque no orientada únicamente al autoconsumo es fuente generadora de empleo en las actividades agrícolas, pecuarias, artesanía, comercio (Martínez, 1992). A continuación, se analizará la mano de obra externa al núcleo familiar AFC por sexo y sector agropecuario de la Sierra en el año 2019.

Figura 33

Porcentaje de mano de obra externa al núcleo familiar AFC por sexo y sector agropecuario de la Sierra en el año 2019.



Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

En base a la tabla 6, la figura 33, demuestra que en la mano de obra externa al grupo familiar (ENF) es dominada por el género masculino en los cinco sectores propuestos del sector agropecuario. Esta situación puede que se deba a que su labor es altamente requerida, pues su fuerza física es considerada como una ventaja en este contexto laboral.

En general, los resultados de la participación laboral por sexo generan resultados similares concernientes a la mano de obra externas al núcleo familiar por sexo y sector agropecuario, es decir, existe más participación y contratación de la mano de obra masculina ya sea de forma permanente u ocasional

También tenemos que, en cada sector agropecuario de la Sierra en 2019 contratan más mano de obra ocasional para ambos sexos, esto debido a las temporadas de siembra, creación del producto, cuidado del ganado, entre otros trabajos y actividades que requiere cada sector agropecuario, lo cual genera contrataciones diarias, semanales, quincenales, etc., aumentando la precarización laboral.

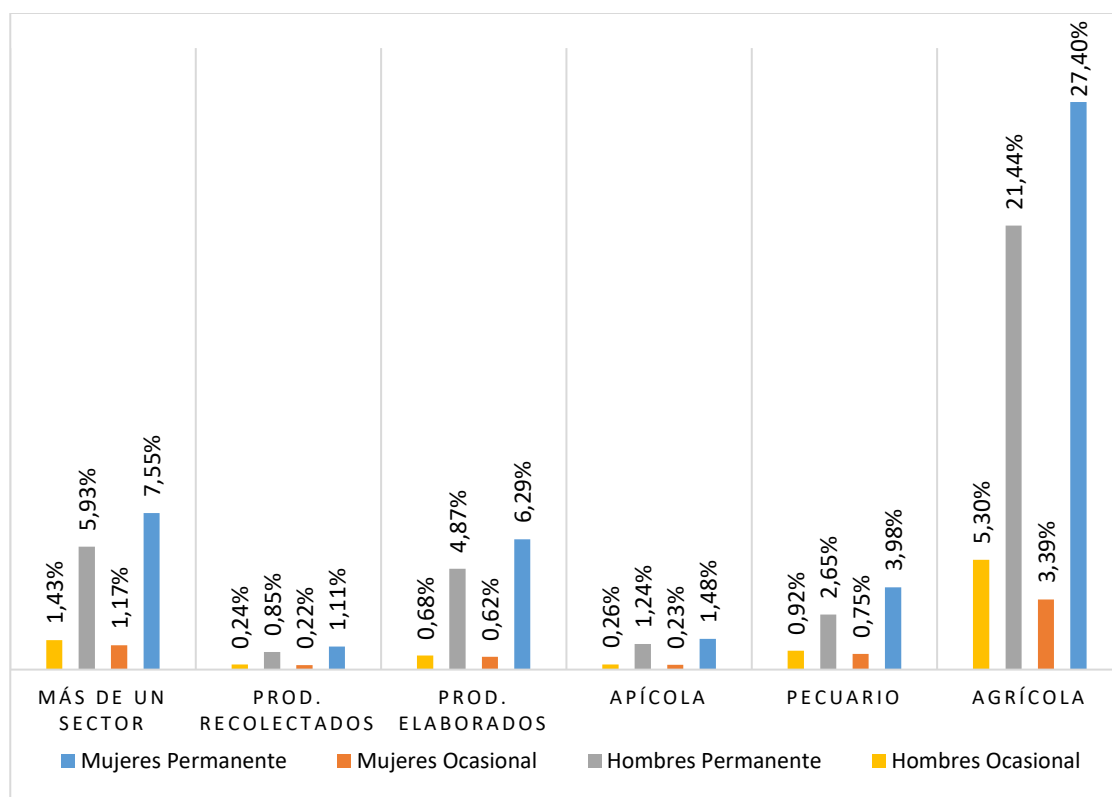
1.8.2. Mano de obra familiar permanente y ocasional por sexo y sector agropecuario en la AFC de la Sierra en el año 2019.

El trabajo familiar se conforma por el grupo familiar de personas mayores de 8 años que trabajan 6 horas o más a la semana (7 días) en la unidad productiva, sin percibir una remuneración o pago alguno (MAG, 2017).

En Ecuador la tasa de empleo global por sexo se ubicó en 96.7% para los hombres y 95.4% para las mujeres, donde las mujeres están 1,3 puntos porcentuales menor a los hombres, pues su función se concentra en actividades comerciales, artesanales y agropecuarias (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2019)

Figura 34

Porcentaje de mano de obra del núcleo familiar AFC por sexo y sector agropecuario en la Sierra durante el año 2019



Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

Dentro del núcleo familiar la mano de obra masculina y femenina se encuentran inmersas en el sector agropecuario, pero son las mujeres quienes lideran la labor dentro del núcleo de los sectores propuesto en la

figura 34 fundamentada en las encuestas voluntarias realizadas por el MAG. La mano de obra permanente dentro del NF de la Sierra en 2019 tanto en hombres como en mujeres están dentro de las actividades agropecuarias, pero en su mayoría las mujeres del NF son quienes permanentemente están en el cuidado del cultivo, producto, animal de granja, etc. Son ellas las responsables de garantizar un proceso agropecuario adecuado, además deben satisfacer la alimentación y nutrición en el NF.

Las mujeres siempre han trabajado en la producción de alimentos y otros productos en las zonas rurales, sin embargo, las estadísticas oficiales están determinadas por un sistema de informa que dependen de las definiciones oficiales del trabajo agrícola que a menudo tienden a excluir la contribución de las mujeres en las actividades agrícolas (FAO, 2002).

Según Melany Morales (2020), citando a FAO (2016), Ecuador es uno de los países en los cuales existe una proporción de explotaciones agrícolas que son encabezadas por mujeres, aunque esta proporción aumenta los predios suelen tener de menor número hectáreas y calidad, así mismo tienen menor acceso a crédito, asistencia técnica y capacitación, que son importantes para desarrollar actividades productivas agrícolas. Sobre todo, el acceso a la tierra y recursos productivos son diferentes en las mujeres, y en ocasiones se puede dar formas de discriminación y violencia por parte de los productores hombres.

En general, el sector agropecuario de la AFC de la Sierra en el año 2019 permite entender que, las familias vinculadas a la AFC dirigen su producción agropecuaria más a la venta que al consumo, esto debido a que existen más familias campesinas en la tipología de AFCCD.

Por consiguiente, partiendo de la venta o comercialización, se denota que las familias campesinas en el sector apícola, pecuario, productos recolectados y productos elaborados comercializan de forma directa, a excepción del sector agrícola que comercializa más con los intermediarios, por ende, este resultado nos permite asimilar que las familias de la AFC poco a poco disminuyen la interacción con los intermediarios generando ventajas de una venta directa.

Ahora, en los tipos de mercados en dónde dirigen la producción agropecuaria, se evidencio que mediante la venta directa por parte de los productores de la AFC y los intermediarios coinciden en dirigir o vender la mayor parte la producción agropecuaria en seis mercados específicos; fincas, mercado local, centro de acopio/agroindustria, mercado minorista, mercado mayorista y otros.

Finalmente, en la mano de obra del NF existe mayor participación de los hombres para ser contratados tanto permanentemente como ocasionalmente para las actividades agropecuarias, a pesar de esto las mujeres y hombres participan en forma diferente en las diversas actividades agrícolas, como la producción pecuaria o la de cultivos de exportación. Dado que las repercusiones de la liberalización del comercio en estos sectores no son iguales, sus efectos sobre mujeres y hombres también son diferentes; pudiendo ampliar o reducir las disparidades de género existentes. Por otra parte, dado que a menudo la formación y aptitudes de mujeres y hombres, así como sus ingresos son distintos, también difiere su capacidad de respuesta ante los cambios en las políticas. Así pues, la liberalización del comercio repercute en forma distinta en las mujeres y los hombres porque son diferentes las respectivas funciones de ambos en la agricultura y la posición que históricamente han tenido en relación al acceso y el manejo de los recursos productivos (FAO, 2002).

En el siguiente capítulo se investigará más a fondo el mercado, como consecuencia de la venta de productos agropecuarios y sus canales de comercialización de la Sierra en el año 2019, pero se dividirá a la Sierra en norte, centro y sur, también se segmentará en rangos de superficie o extensión al sector agrícola y pecuario, ya que estos dos sectores utilizan una superficie o extensión que destinan a la producción.

Capítulo II: Canales de comercialización y mercados en la Agricultura Familiar Campesina por sector agropecuario de la Sierra norte, centro y sur del Ecuador

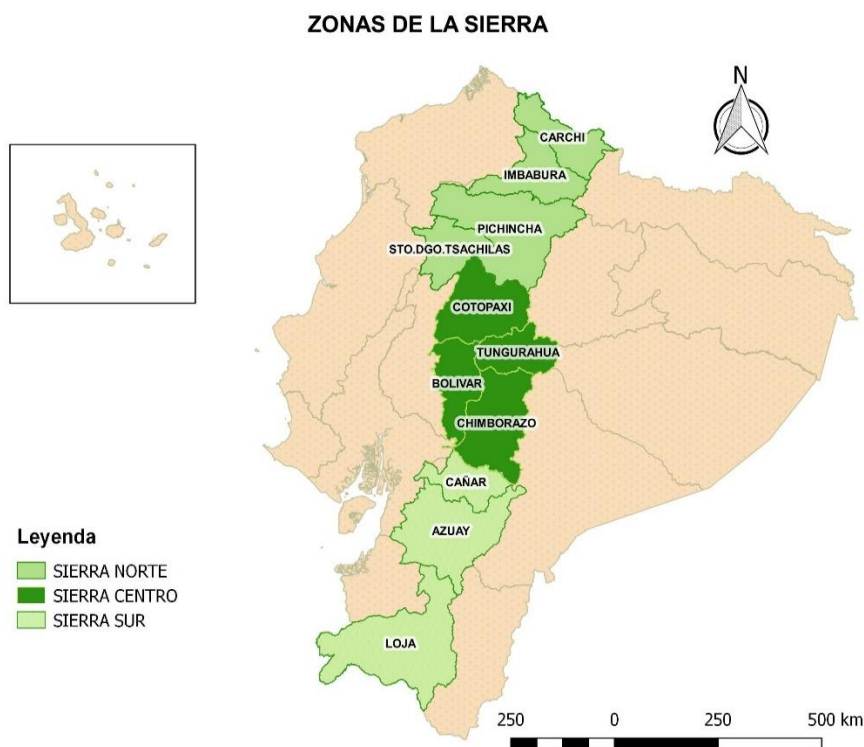
El capítulo dos se divide en dos partes. Primero, se presenta una breve descripción de la Sierra ecuatoriana por zonas geográficas (norte, centro y sur) que contemplan características geográficas propias y que influyen en el proceso agrícola en varios ámbitos: número de familias por zona, superficie, rango (agrícola y pecuaria), sector agropecuario, tamaño por rango de hectárea destinado para la producción agrícola y pecuaria, tipología por zona, rango de hectárea (agrícola y pecuaria) y sector agropecuario en el año 2019. Como último punto se analiza el mercado en base a: zonas de la Sierra, rangos por hectáreas (agrícola y pecuario), destino del cultivo agropecuario, ranking de los 5 productos más comerciales o vendidos, forma de venta y tipo de mercado.

La región sierra se divide en tres regiones: Sierra Norte, Sierra Centro y Sierra Sur. La Sierra Norte ha recibido la reciente contribución de erupciones volcánicas (ceniza y lapilli) sobre las cuales se han desarrollado Andisoles (grupos de suelos) de diversa fertilidad, generalmente profundos, características que están directamente ligadas al clima y el material parental (cenizas antiguas y rocas metamórficas en un relieve monótono). La Sierra Centro no tiene volcanes activos o recientes proyecciones piroclásticas y el material parental. En esta zona existe una variedad de suelos dependiendo de la altitud. En los sectores altos, los suelos son ferralíticos (suelo rico en hierro y aluminio). La Sierra Sur se caracteriza por tener un relieve más irregular ubicado sobre granitos, formaciones metamórficas, sedimentos terciarios y glaciares (terreno con una ligera pendiente, situado entre una montaña y una llanura) de depósitos coluviales que han formado, en la parte alta, suelos ferralíticos saturados ricos en arcillas, junto con Paleosuelos (suelos inactivos) (Moreno J., 2022).

2.1. Zonas de la Sierra

Figura 35

Mapa de las zonas de la Sierra



Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

En la figura 35 se puede evidenciar una división zonal geográfica (norte, centro y sur) de la Sierra ecuatoriana. La Sierra Norte comprende las provincias de Carchi, Imbabura, Santo Domingo de los Tsáchilas y Pichincha; la Sierra Centro se conforma por las provincias de Cotopaxi, Tungurahua, Bolívar y Chimborazo y la Sierra Sur comprende Cañar, Azuay y Loja. Esta división se realiza debido que, las provincias escogidas para cada zona son muy parecidas en temas agropecuarios¹³, climatológicos¹⁴ y ecológicos¹⁵.

De acuerdo con Moreno (2022), las características de estas tres zonas se pueden sintetizar en los siguientes geosistemas:

- Cimas frías de las cordilleras andinas, con paisajes heredados y paisajes de páramo con climas fríos o muy fríos y heladas nocturnas cotidianas, con conos volcánicos de diferentes edades y suelos negros poco evolucionados con altos contenidos de materia orgánica. El clima no favorece la actividad agrícola, pero estas áreas se usan para pastoreo extensivo y localizado de ovinos;
- Vertientes externas de los Andes, con modelados vigorosos y muy disectados sobre rocas antiguas diversas. El clima es húmedo a muy húmedo con presencia de fuerte nubosidad, condiciones que han favorecido la formación de zonas arbóreas perennes. Los suelos son ferralíticos con cobertura parcial de cenizas volcánicas recientes y rejuvenecidos por la erosión;
- Cuencas interandinas del norte de la Sierra con rellenos volcano-sedimentarios, donde es evidente la morfogénesis volcánica promovida por la presencia de grandes estratovolcanes recientes y activos. Los suelos de esta zona se han desarrollado sobre recubrimientos piroclásticos generalizados y están sometidos a una intensa actividad agrícola;
- Cuencas interandinas del centro de la Sierra con basamento antiguo, volcánico y metamórfico, donde no existen volcanes ni recubrimientos piroclásticos recientes, el área está fragmentada en dos conjuntos de cuencas sedimentarias paralelas cuya cobertura está distribuida en una topo-clima secuencia donde los suelos de la parte alta son ferralíticos, a menudo humíferos, los de la zona media son moderadamente evolucionados con características mólicas o vérticas y los de la zona baja son poco evolucionados;
- En la sierra sur los suelos están ubicados en relieves abiertos, con grandes valles y depresiones ortogonales, además posee entalladuras y valles fluviales interandinos con suelos aluviales relativamente ricos en los valles y sobre los cuales existe actividad agrícola diversificada.

Así pues, iniciando de esta división se podrá generar los análisis del mercado, como consecuencia de la venta de productos agropecuarios por zona y rango de superficie o extensión (agrícola y pecuario).

2.2. Participación de familias vinculadas a la AFC en el sector agropecuario por zona y rango de hectárea (Agrícola y Pecuario) de la Sierra en el año 2019

Como lo indicamos en el capítulo I, 3.208 familias fueron encuestadas en total. Ahora podremos indicar el número de familias AFC por zonas, rango de hectárea (agrícola y pecuaria) y sector agropecuario de la Sierra en el año 2019. Estos resultados son en base a los datos obtenidos de la encuesta voluntaria realizada por MAG en el año 2019.

¹³ Agrícola, pecuario, apícola, productos elaborados y productos recolectados.

¹⁴ Climas soleados, nublosos y lluviosos.

¹⁵ Reservas naturales protegidas turísticas y no turísticas.

Tabla 8

Cantidad de familias en la AFC por zona, rangos (agrícola y pecuario) y sector agropecuario de la Sierra en el año 2019

<i>Rango de Hectárea</i>	<i>Sierra</i>			
	<i>Sector</i>	<i>Norte</i>	<i>Centro</i>	<i>Sur</i>
<i>0 a 3</i>	<i>Agrícola</i>	307	889	439
<i>Mayor que 3 a 6</i>		49	87	47
<i>Mayor que 6 a 10</i>		25	44	25
<i>0 a 3</i>	<i>Pecuario</i>	22	123	66
<i>Mayor que 3 a 6</i>		3	15	2
<i>Mayor que 6 a 10</i>		3	13	2
	<i>Apícola</i>	15	42	57
	<i>Productos Elaborados</i>	41	124	215
	<i>Productos Recolectados</i>	17	36	20
	<i>Más de un sector</i>	43	275	162

Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

Mediante los datos de la tabla 8 se evidencia que la región sierra centro abarca mayor cantidad de familias vinculadas a la AFC para las actividades de labranza, recolección, elaboración, pastoreo de animales, entre otros, que necesita cada sector agropecuario.

También podemos observar que, en los diversos rangos de hectáreas de los sectores propuestos existe mayor concentración de familias campesinas en la sierra centro (Cotopaxi, Tungurahua, Bolívar y Chimborazo), esto se debe a que los entorno naturales favorecen a la producción y comercialización de productos (Cárdenas et al., 2006).

De este modo, el segmentar por zonas, rangos (agrícola y pecuario) y sector agropecuario nos indica la concentración de familias campesinas y a la vez nos permitirá entender del porque existe mayor o menor concentración de tierra (agrícola y pecuario). También se muestra que son más las familias que se dedican a más de un sector, favoreciendo la pluri-actividad de la AFC que fue señalada por Martínez (2013).

2.3. Tamaño de la AFC destinada para la producción agrícola y pecuaria por zona y rango de hectárea de la Sierra en el año 2019

Martínez (2013) considera que, la base sobre la cual se debe analizar la actual situación de la agricultura ecuatoriana es la concentración de la tierra. Es por eso que analizamos los dos sectores (agrícola y pecuario) que utilizan una superficie.

Tabla 9

Cantidad de superficie o extensión destinada para la producción agrícola y pecuaria en la AFC por zona y rango de hectárea de la Sierra en el año 2019

Sector	Sierra	Rango de hectáreas	Promedio hectáreas	Hectáreas
Agrícola	Norte	0 a 3	1,01	335,72
		Mayor que 3 a 6	4,66	252,50
		Mayor que 6 a 10	8,39	235,00
	Centro	0 a 3	0,69	740,05
		Mayor que 3 a 6	4,68	547,83
		Mayor que 6 a 10	8,34	517,32
	Sur	0 a 3	0,88	485,77
		Mayor que 3 a 6	4,54	285,75
		Mayor que 6 a 10	8,58	266,00
Pecuario	Norte	0 a 3	1,14	38,69
		Mayor que 3 a 6	4,67	28,00
		Mayor que 6 a 10	8,75	35,00
	Centro	0 a 3	0,77	179,16
		Mayor que 3 a 6	4,94	182,92
		Mayor que 6 a 10	8,70	191,47
	Sur	0 a 3	0,88	80,37
		Mayor que 3 a 6	4,50	13,50
		Mayor que 6 a 10	9,00	18,00

Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

Los datos de la tabla 9 muestran que la Sierra sur y norte en el sector agrícola como pecuario ocupa mayores hectáreas para producir, esto es debido a la gran cantidad de familias campesinas concentradas y que laboran en esta zona.

La concentración de mayores superficies de hectáreas se enfoca en la zona norte y sur de la región Sierra en donde se puede deducir que existe mayores superficies tanto de 3, 6 o más hectáreas destinadas al sector agrícola y pecuario,

En general, una de las tendencias interesantes que se puede ver es la relación entre el tamaño de hectáreas y las familias campesinas, es decir, nos permite entender el tamaño de la tierra destinada a la producción efecto de la cantidad de familias campesinas que son propietaria o arriendan tales tierras.

Tabla 10

Ranking provincial respecto a las hectáreas por UPA en promedio (de menor a mayor)

Ranking	Provincia	Hectáreas por UPA	% respecto al total nacional de UPAs
1	Tungurahua	2,86	8,46%
2	Chimborazo	5,77	9,69%
3	Azuay	6,14	11,82%
4	Cotopaxi	6,74	8,04%
5	Cañar	8,03	3,82%
6	Imbabura	8,4	4,01%
7	Bolívar	9,83	4,59%
8	Carchi	13,55	1,53%
9	Pichincha	14,46	7,60%
10	Loja	15,16	7,79%

Fuente: Obtenido de Dirección de Planificación e Inversión – Coordinación General de Planificación y Gestión Estratégica – MA, III Censo Nacional Agropecuario del año 2000, levantado por el INEC (MAG, 2020).

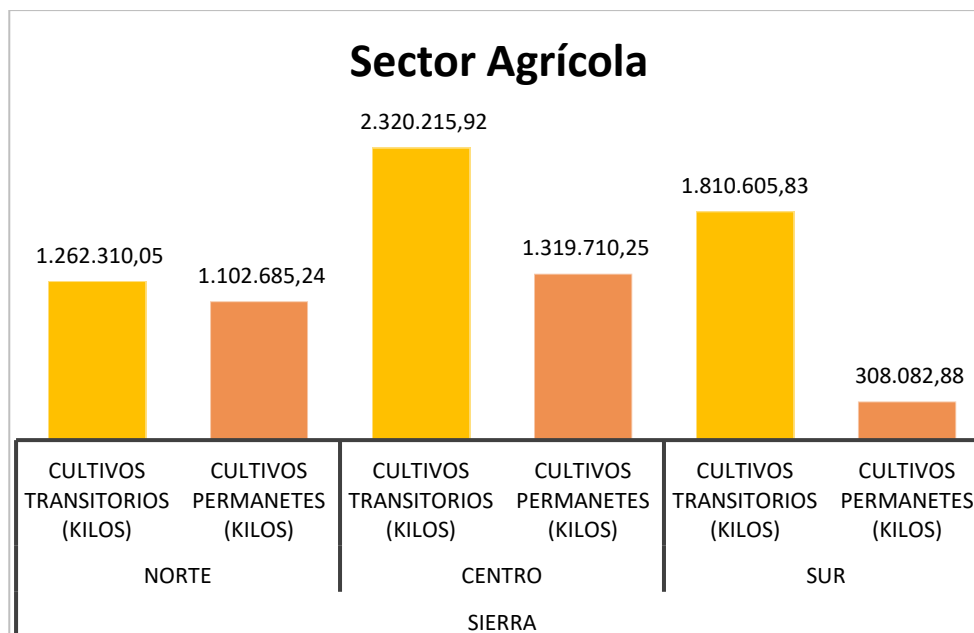
Al ser la zona norte y sur de la región Sierra las que destacan en el rango de mayor cantidad de hectáreas para la producción agrícola y pecuaria, y al comparar con la tabla 10 del ranking provincial, se destaca las provincias de Pichincha, Loja y Carchi con las UPAS de más de 10 hectáreas, lo cual concuerda con los resultados de los datos de la tabla 9.

2.4. Producción en la AFC por zona y sector agropecuario de la Sierra en el año 2019

Al cruzar la información de producción con las zonas determinadas nos los siguientes resultados:

Figura 36

Producción por zona y sector agrícola de la Sierra en el año 2019



Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

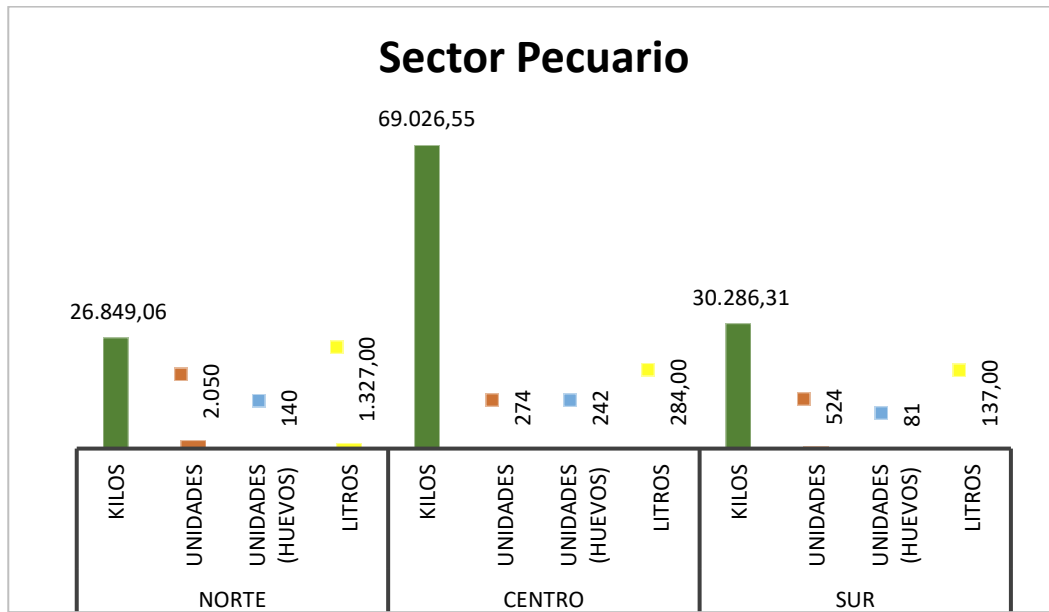
De acuerdo a la figura 36, la producción del sector agrícola difiere de la zona en donde estos sean cultivados, como se observa, en la zona centro de la región Sierra se evidencia una mayor producción tanto de cultivos permanentes como transitorios, en la zona sur la producción de cultivos transitorios es relativamente mejor a diferencia de los cultivos permanentes, mientras que en la zona norte los cultivos permanentes y transitorios casi se mantienen al mismo nivel estos datos son el resultados de las encuestas aplicadas de manera voluntaria

En base a la encuesta realizada por el MAG, la mayor concentración de familias vinculadas al AFC, se encuentra en la Sierra centro y sur, ya que su organización y el territorio donde están ubicadas facilita la producción agrícola. Es importante mencionar que este dato no refleja la realidad, pues la zona norte también presenta importante índices de producción agropecuaria.

De forma contraria el ESPAC (2019), da a conocer datos distintos a lo mencionado en la encuesta, pues establece a Pichincha como la provincia con mayor labor agropecuaria. Y en el caso de la superficie plantada a nivel nacional de cultivos permanentes fue de 1'543.334 hectáreas destacando como principal producto la caña de azúcar, mientras que la superficie sembrada de cultivos transitorios fue de 849.355 hectárea, donde destaca como principales productos de la sierra el maíz y la papa.

Figura 37

Producción por zona y sector pecuario de la Sierra en el año 2019



Fuente: MAG 2019

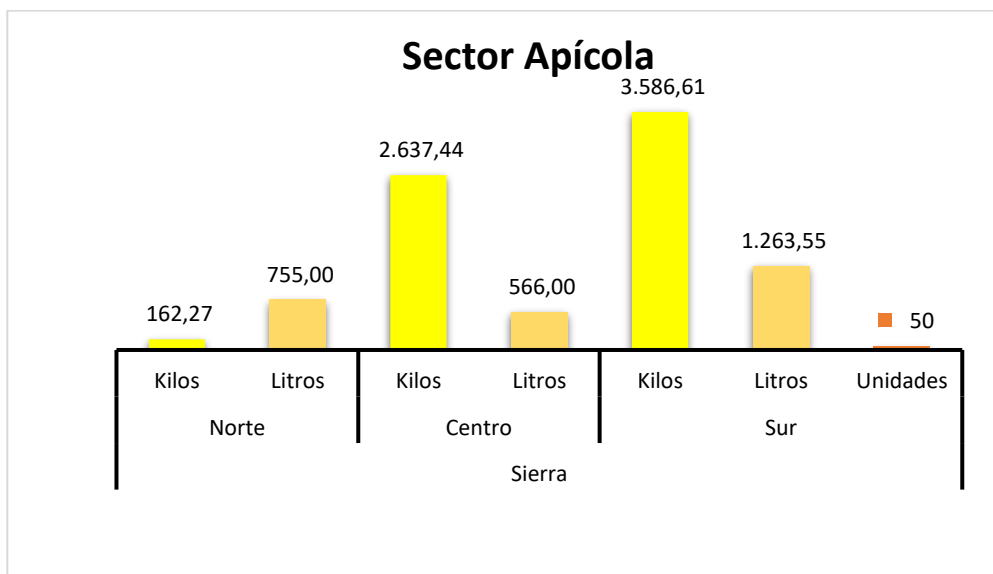
Elaborado por: Edwin Sarchi

En la figura 37 de la producción de zonas del sector pecuario de la región sierra se evidenció que la zona centro es el lugar más productivo para este tipo de productos como son las carnes, su porcentaje es de 69.026,55 en producción pecuaria por kilos. De igual manera en la zona sur y norte existe un porcentaje considerable de acuerdo a los resultados de la encuesta voluntaria.

Es importante mencionar que a pesar de que no destaca la producción de unidades de huevos, son un producto de gran consumo a nivel nacional y según el INEC (2020), en el año 2019, de la producción semanal de huevos, el 91,44% proviene de planteles avícolas y el 8,56% de campo. En Tungurahua se concentra la mayor producción de huevos con 41,53 millones." Adicionalmente a ello" la producción de huevos de gallina abarca mayoritariamente la región Sierra con 77,81%" un dato a nivel nacional.

Figura 38

Producción por zona y sector apícola de la Sierra en el año 2019



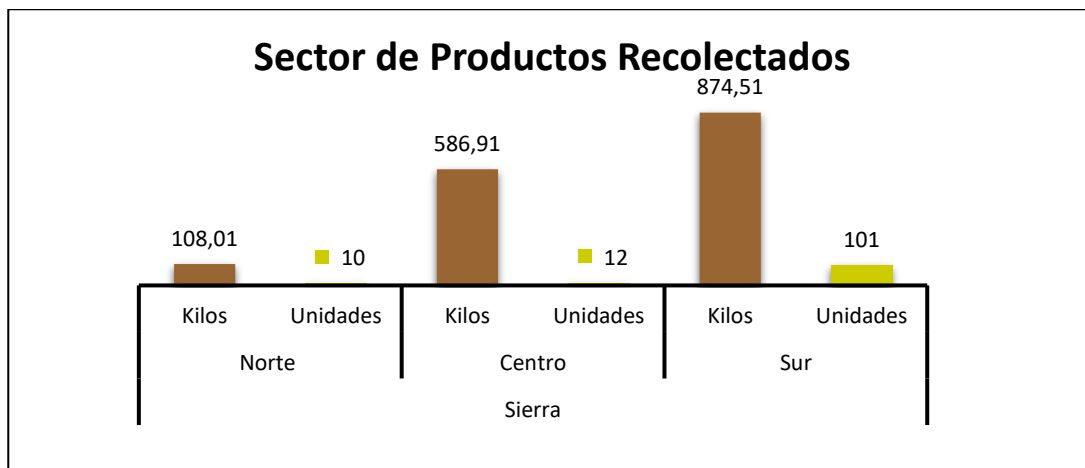
Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

De acuerdo a la figura 38 del sector apícola su mayor producción se encuentra en la zona sur de la región sierra, aproximadamente con un valor de 3.586,61 seguida de la zona centro, por lo cual nuevamente se evidencia la mayor concentración y preponderancia de la AFC en la Sierra centro y sur. La producción de miel se concentra en la región sierra debido a que posee una flora melífera que contribuye al desarrollo de las colmenas." Las provincias donde la apicultura tiene más influencia son: Loja con 325 apicultores registrados y 2.429 colmenas registradas; Manabí con 146 apicultores registrados y 1.820 colmenas registradas; Santa Elena cuenta con 144 apicultores y 828 colmenas; Azuay tiene 118 apicultores y 854 colmenas registradas, mientras que en Chimborazo hay 1190 colmenas registradas pertenecientes a 114 apicultores." (MAG, 2018)

Figura 39

Producción por zona y sector de productos recolectados de la Sierra en el año 2019



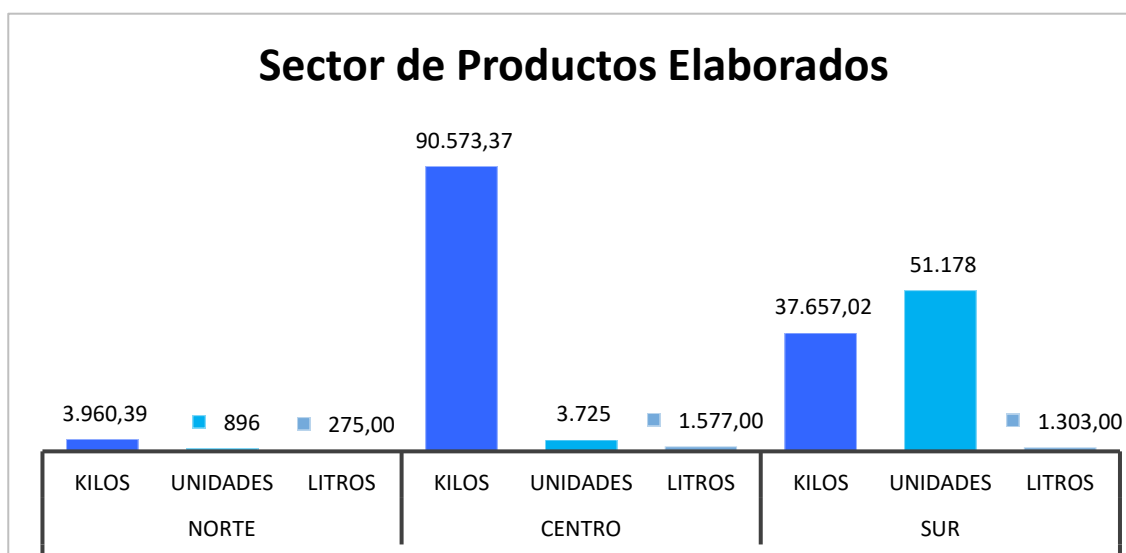
Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

En base a la figura 39 el sector de productos recolectados el mayor porcentaje se concentra en la zona sur de la región sierra, seguido por la sierra centro. En este sector se recolecta generalmente semillas destinadas a la artesanía y hongos destinados a la gastronomía (Ver figura 39).

Figura 40

Producción por zona y sector de productos elaborados de la Sierra en el año 2019



Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi.

Según las encuestas aplicadas de manera voluntaria por parte del MAG se observa que en el sector de productos elaborados su mayor producción se encuentra en la zona centro con un 90.573,37 en kilos, seguida de la zona sur con un 51.178 en unidades, y una escasa producción de la zona norte (Ver figura 40). MAG (2019), establece que dichas zonas lideran en este sector debido a que el enfoque de la AFC se basa en cuatro ejes fundamentales relacionados con generar política pública en favor de la Agricultura Familiar Campesina, establecer un sistema de asesoría técnica, fortalecer los conocimientos ancestrales, y potenciar los sistemas de comercialización de los productos agropecuarios.

En base a la producción por zona y sector de los resultados de la información obtenida por las encuestas voluntarias del MAG, de manera general se puede concluir que la región sierra centro y sur generan más producción agropecuaria en los cinco sectores establecidos para el análisis, esto puede deberse a la cantidad de familias campesinas y la superficie en el caso del sector agrícola y pecuario que utilizan para producir. Estos resultados pueden generarse debido a la superficie o extensión utilizada para producir cultivos o pastorear el ganado, esto en el caso del sector agrícola y pecuario. También puede deberse al número de familias campesinas que laboran en cada uno de los sectores agropecuarios de la Sierra centro y sur.

2.5. Tipología en la AFC por zona, rango de hectárea (Agrícola y Pecuario) y sector agropecuario de la Sierra en el año 2019

La información de la tipología por zona, rango de hectárea (agrícola y pecuario) y sector agropecuario de la Sierra en el año 2019 nos permitirá analizar el dominio de una las tres tipologías dadas por el BID y FAO (2007).

Tabla 11

Tipología de la AFC por zona, rango, hectárea y sector de la Sierra en el año 2019

		Familias en la Agricultura Familiar Campesina								
		Sierra								
Rango de hectáreas	Sector	Norte			Centro			Sur		
		Tipología			Tipología			Tipología		
		AFCS	AFCCD	AFCT	AFCS	AFCCD	AFCT	AFCS	AFCCD	AFCT
0 a 3 Mayor que 3 a 6 Mayor que 6 a 10	Agrícola	74	224	9	314	532	43	178	245	17
		6	40	3	19	62	6	15	27	4
		2	22	1	19	24	1	9	16	-
0 a 3 Mayor que 3 a 6 Mayor que 6 a 10	Pecuario	4	18	-	15	103	5	9	57	-
		1	2	-	2	13	-	-	2	-
		-	3	-	1	12	-	-	2	-
	Apícola	-	15	-	1	41	-	1	56	-
	Productos Elaborados	-	41	-	3	120	1	-	215	-
	Productos Recolectados	1	16	-	-	36	-	-	20	-
	Más de un sector	2	28	13	11	134	130	5	83	74

Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi.

La tabla 11 muestra que la AFCCD sobresale ante las otras tipologías, debido a que existe un gran número de familias dedicadas a la comercialización de los productos agropecuarios generados en cada sector sin dejar a un lado que las familias que poseen parcelas menores a 3 hectáreas ubicadas en la Sierra centro generan mayor cosecha y productividad.

Por otra parte, también observamos espacios en 0 (-) indica escasa participación de las familias campesinas que se integran en alguna de las tipologías, rango y sector agropecuario, pero si puede acercarse a la realidad que viven las familias campesinas de la Sierra en el año 2019.

2.6. El mercado en la agricultura familiar campesina (AFC) por zona y rango de hectárea (Agrícola y pecuaria) de la Sierra en el año 2019.

La necesidad y viabilidad de entender los canales comerciales y mercados en la Sierra por zona y por rango de hectárea (agrícola y pecuaria) en el año 2019, se puede señalar los siguientes puntos:

- i. Zonas (norte, centro y sur) de la Sierra
- ii. Segmentación por rango (0 a 3, mayor que 3 a 6, mayor que 6 a 10) en el sector agrícola y pecuario.
- iii. Destino de la producción agropecuario por zona, es decir, venta o al consumo.
- iv. El ranking de los 5 productos más comerciales o vendidos por zonas.
- v. Forma de venta, hace referencia a una venta directa por parte del productor al consumidor o vendió a los intermediarios.
- vi. Tipos de mercado, son los mercados que existen en la localidad o país.

Por ende, al segmentar por rango al sector agrícola y pecuario permitirá entender su participación en el mercado, como consecuencia de la venta de productos agropecuarios.

2.6.1. Destino de la producción agropecuaria de la AFC en la Sierra por zona y rango de hectárea (Agrícola y Pecuaria) en el año 2019.

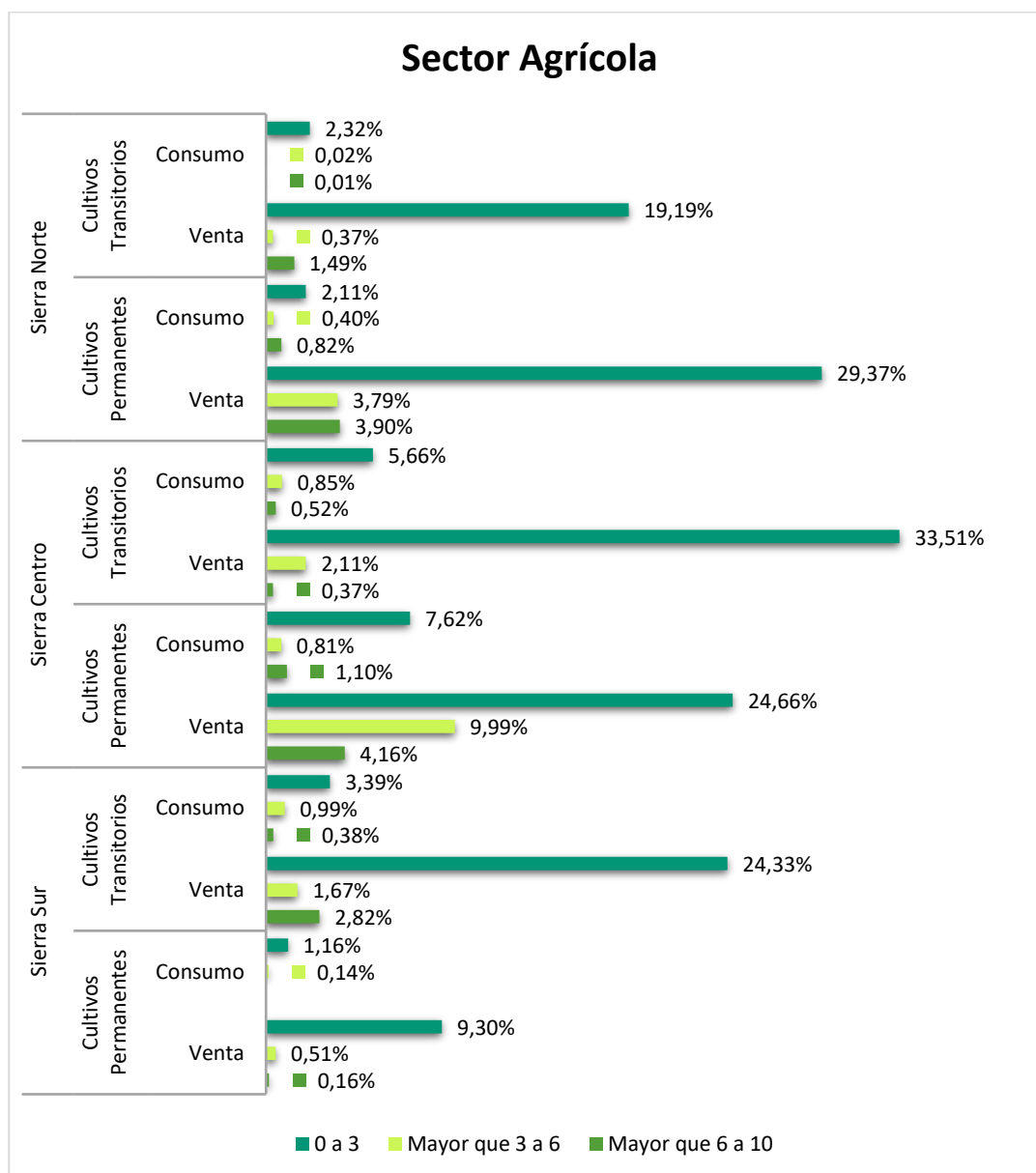
La heterogeneidad existente al interior de la agricultura familiar respecto de su potencial productivo y su participación en los mercados se origina en la existencia de una disímil dotación de recursos productivos, capital e infraestructura, como también en el acceso a bienes y servicios públicos. Esta diversidad ha conducido a la elaboración de tipologías de productores destinadas a facilitar el diseño de políticas y programas adecuados a las necesidades de desarrollo de los principales segmentos que forman parte integrante de este sector. La información recabada revela que la participación de la agricultura familiar con respecto al consumo no supera el 9% en la mayor parte de las zonas de la región sierra, cifra que manifiesta la existencia de comercio en diversos mercados, pero que al mismo tiempo, permite dar cuenta de que los porcentajes de la venta de productos es considerable y la contribución de este segmento al sector agropecuario podría incrementarse significativamente mediante la implementación de políticas y programas específicos.

Al investigar los dos destinos de la producción agrícola en la Sierra durante el año 2019 por zona y por rango de hectárea (agrícola y pecuaria), nos permitirá entender cuanta producción se destina al autoconsumo o a la venta.

Al generar la segmentación en el rango de hectáreas del sector agrícola y pecuario permitirá visualizar y analizar el destino de la producción agropecuaria generada por las familias campesinas.

Figura 41

Porcentaje destinado a la venta o consumo por zona, rango de hectárea sector agrícola de la Sierra en el año 2019



Fuente: MAG 2019

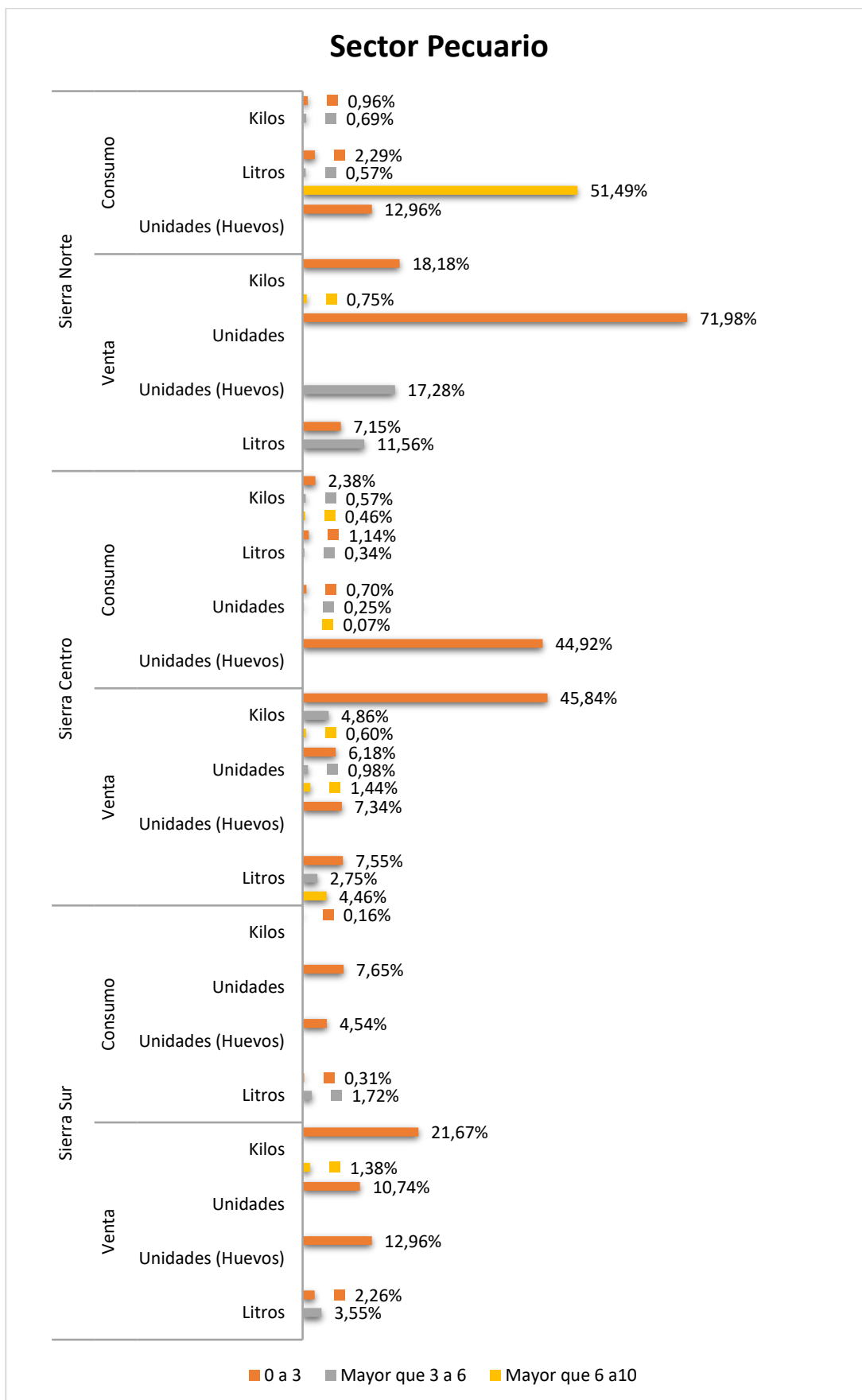
Elaborado por: Edwin Sarchi

La región sierra al ubicarse en el callejón interandino tiene gran ventaja ya que sus suelos poseen nutrientes que son aptos para el cultivo, mediante la aplicación de encuestas voluntarias la figura 41 muestra los resultados correspondiente al sector agrícola la zona centro existe una mayor números de productores de ahí que la producción de cultivos permanentes y transitorios de aquellas superficies de 6 a 10 son destinados preferiblemente a la venta por el contrario lo que se destina al consumo es en menor medida. Sin escatimar la producción de la zona norte ya que de igual manera su producción es casi similar a la zona centro.

En cuanto a la venta de cultivos transitorios es mayor en las tres zonas (norte, centro, sur) a diferencia de los cultivos permanentes, una de las razones puede ser que, en el año 2018 en la provincia de Tungurahua, la superficie que cuenta con mayor número de hectáreas plantadas y cosechadas es la de maíz suave (choclo), sin embargo, la producción y ventas de la papa es muy superior a la del maíz. Por ejemplo, en 18.901 hectáreas de maíz sembrado, se producen 67.253 toneladas métricas del producto, en cambio que, en 15.655 hectáreas sembradas de papa, se producen 228.990 toneladas métricas del tubérculo (Sánchez et al. 2020).

Figura 42

Porcentaje destinado a la venta o consumo por zona, rango de hectárea sector pecuario de la Sierra en el año 2019



Fuente: MAG 2019

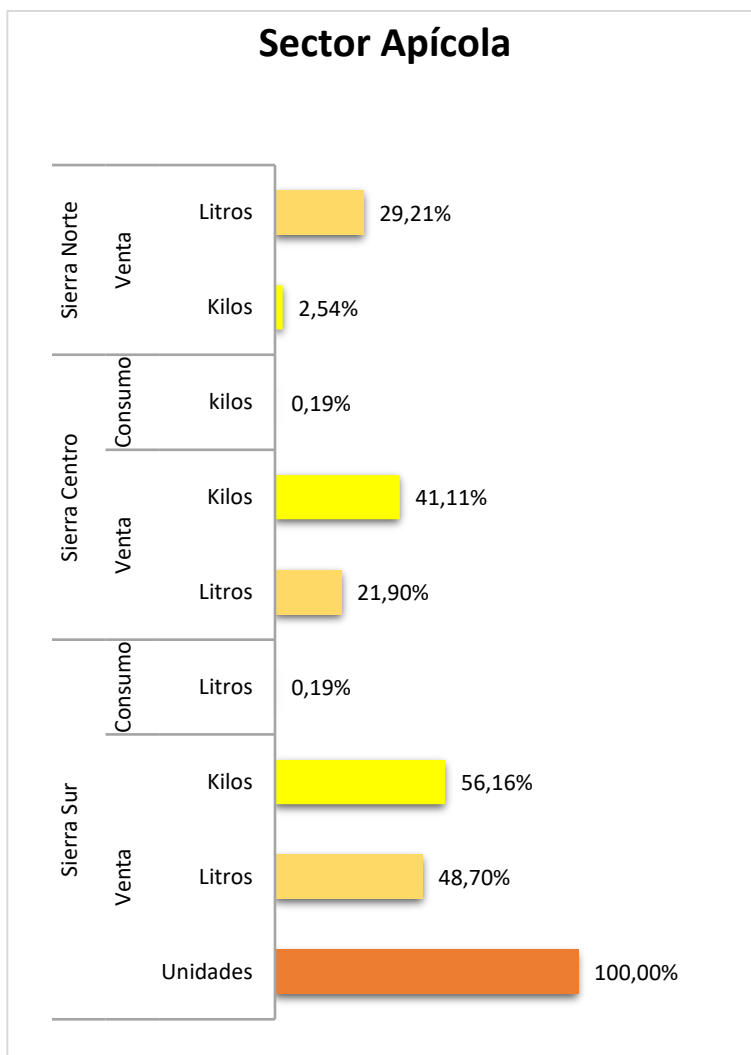
Elaborado por: Edwin Sarchi

En base a los resultados de las encuestas realizadas por el MAG se observa que en la figura 42 la producción del sector pecuario de la región Sierra presenta mayor parte de actividad pecuaria en la zona norte y que la mayoría de la producción es destinada a la venta en unidades con un 71,98%, mientras que para el consumo es destinado casi un 50%.

De acuerdo al INEC (2019), la provincia de Pichincha produce el 16,33% del total Nacional, con un rendimiento de 10,84 litros/vaca. Por otra parte, de acuerdo a datos a nivel nacional la “El principal destino de la producción de huevos de gallina en campo fue el autoconsumo con el 79,55%, a nivel nacional. Y para ventas el 14,76%”

Figura 43

Porcentaje destinado a la venta o consumo por zona, rango de hectárea sector apícola de la Sierra en el año 2019



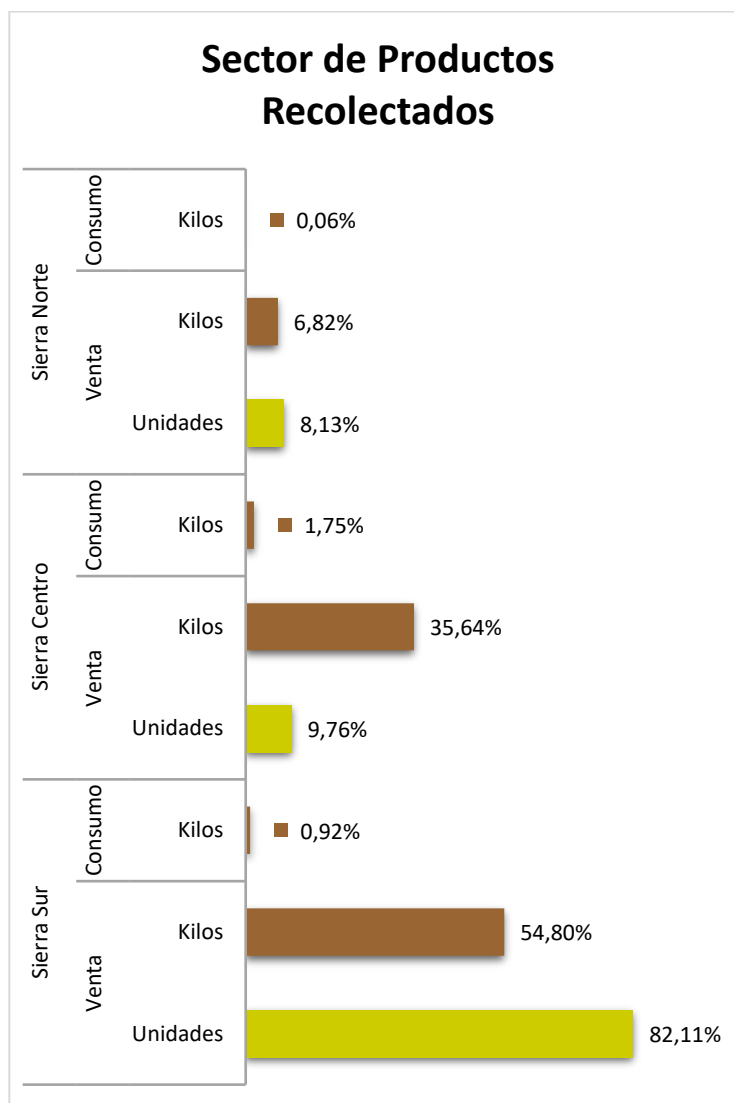
Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

En la figura 43 la zona con mayor porcentaje destinado a la venta o consumo de los productos del sector apícola es la Sierra sur, ya que las condiciones de este territorio son propicias para que se genere una mayor producción apícola, tanto por la flora y por el clima. Según MAG (2019), menciona que el líder apícola en la provincia de Loja (la cual es de mayor producción apícola), fue quien representó a los técnicos de las 6 provincias y expuso la propuesta nacional para realizar la implementación y el equipamiento de centros de acopio apícolas, que beneficiarán a seis provincias e involucra a ocho asociaciones del Ecuador, este proceso se da gracias al trabajo de la Unidad de Gestión Apícola del MAG la cual elaboro el proyecto de financiamiento. Mediante el trabajo colaborativo se puede alcanzar una mejor producción mediante acciones técnicas y capacitaciones que promuevan la preservación, cuidado y mejoramiento de los aspectos que conlleva la apicultura.

Figura 44

Porcentaje destinado a la venta o consumo por zona, rango de hectárea del sector de productos recolectados de la Sierra en el año 2019



Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

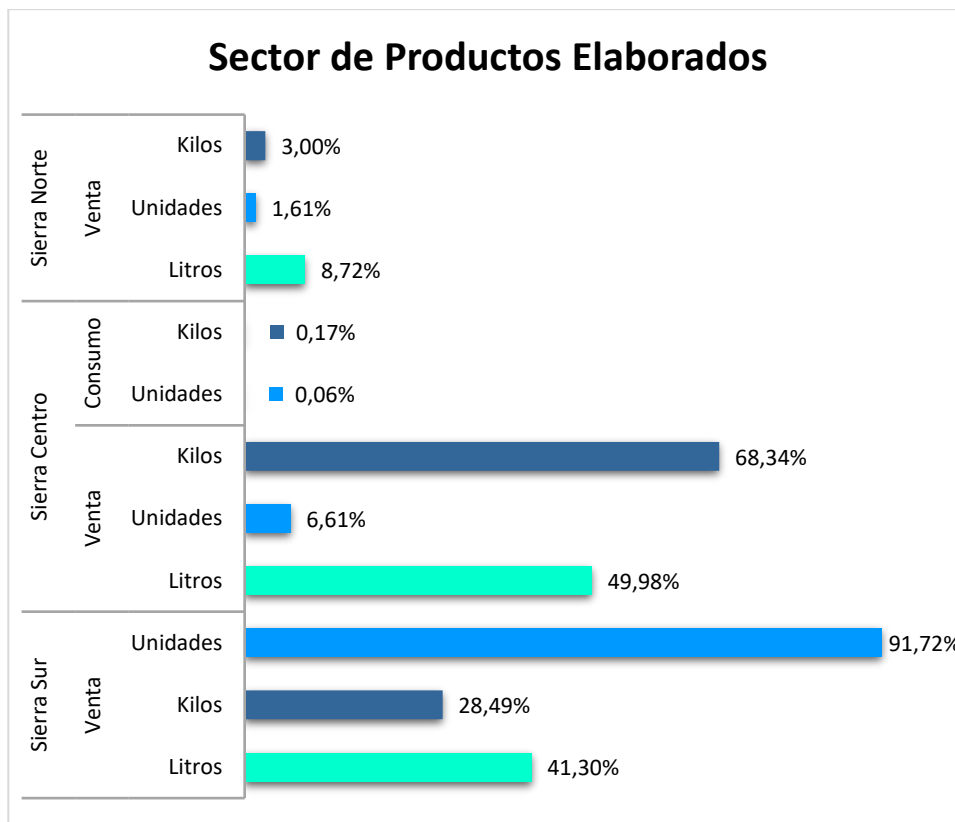
En base a la figura 44, se muestra que las AFC perteneciente a la zona Sierra sur se dedican en mayor porcentaje a la recolección que las demás zonas, este particular se debe a que los productos de recolección como las semillas para artesanía y hongos para la gastronomía proliferan en mayor medida en este sector, por lo cual las AFC tiende a dedicarse a esta actividad económica que sumada al ecoturismo permite generar mejores ingresos económicos (Cáceres, 2016)

Se podría suponer que las familias del sector agrícola y pecuario en el rango 0 a 3 hectáreas destinan mayor producción a la venta comparado con los otros dos rangos, esto puede deberse a la existencia de un gran número de familias de la AFC que poseen parcelas para cultivar o pastorear el ganado pecuario, sumado a esto las características geográficas como el suelo y clima contribuyen a una mayor productividad agropecuaria, que mediante el apoyo del GAD y del MAG consolidan proyectos con el fin de alcanzar el desarrollo productivo, humano y económico. Es importante mencionar que de acuerdo a la muestra tomada la mayor parte de la producción de todos los sectores agropecuarios generada por las familias campesinas es destinada a la venta, lo cual permite entender el predominio de la AFCCD en las tres zonas de la Sierra.

En general, las familias campesinas en el año 2019 producen más para vender o comercializar que para el autoconsumo, de esa manera poco a poco las familias campesinas dejan a un lado la AFCS para integrarse a la AFCCD y a la AFCT.

Figura 45

Porcentaje destinado a la venta o consumo por zona, rango de hectárea del sector de productos elaborados de la Sierra en el año 2019



Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

Referente a la figura 45 se evidencia que la zona sur de la región Sierra presenta el mayor índice de producción y venta de productos, como la panela granulada, panela en bloque, queso de vaca, harinas, mermeladas, etc. Los datos obtenidos de acuerdo a la encuesta voluntaria la AFC optan por comercializar la totalidad de su producción, por lo que se deduce que es un mercado muy atractivo para los consumidores es demandar productos elaborados artesanalmente.

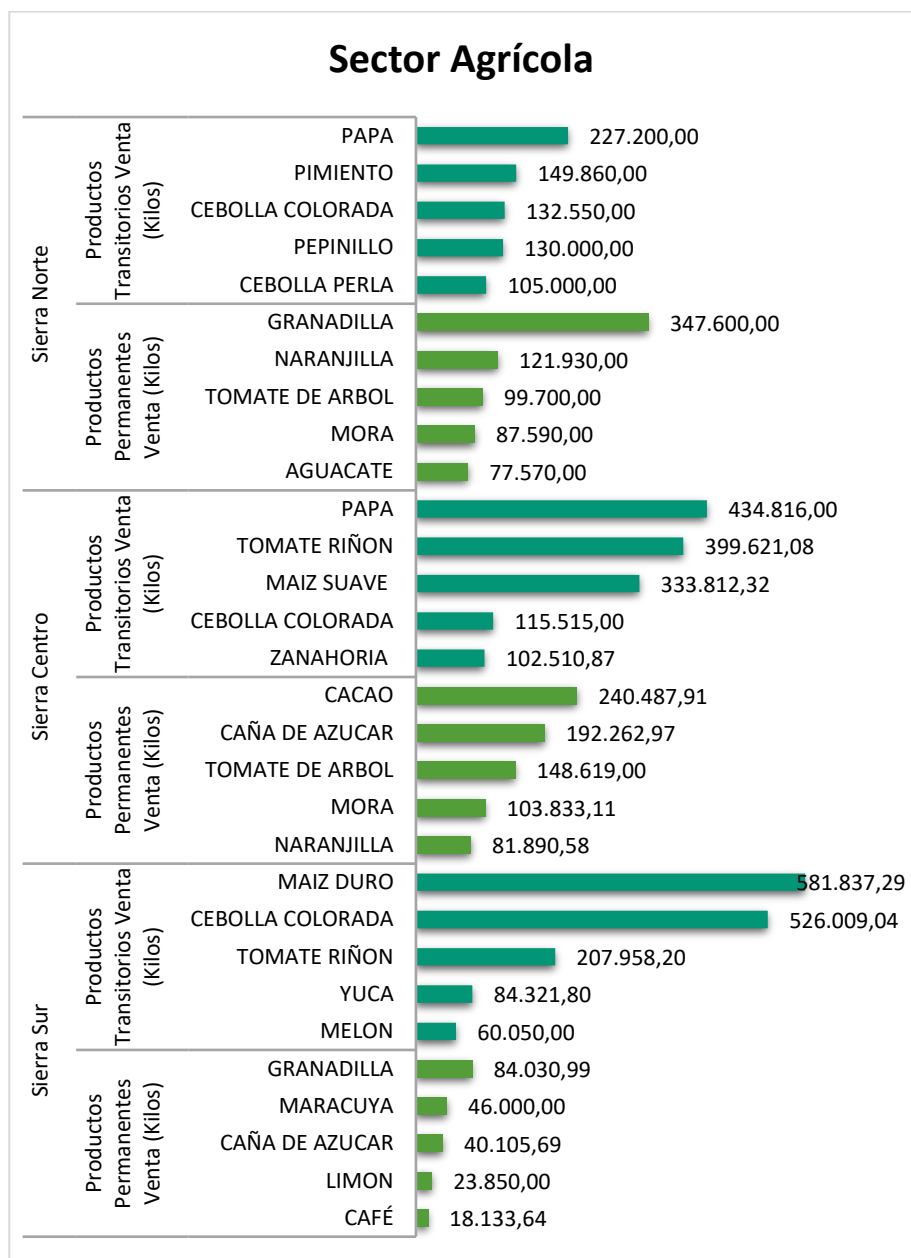
2.6.2. Los productos más comerciales por zona y sector agropecuario de la Sierra en el año 2019

Se ha generado un ranking de los 5 productos agropecuarios más vendidos de la Sierra en el año 2019. El producto está dividido conforme a su unidad de medida, característica del producto o producción, zona y sector agropecuario.

Al iniciar el ranking de los 5 productos más comerciales podremos observar que en el sector de productos recolectados no llega a los 5 productos esto porque en la encuesta voluntaria realizada por MAG en el año 2019 solo muestra 2 productos (semillas y hongos).

Figura 46

Ranking de los 5 productos agrícolas más comercializados de la sierra por zonas



Fuente: MAG 2019

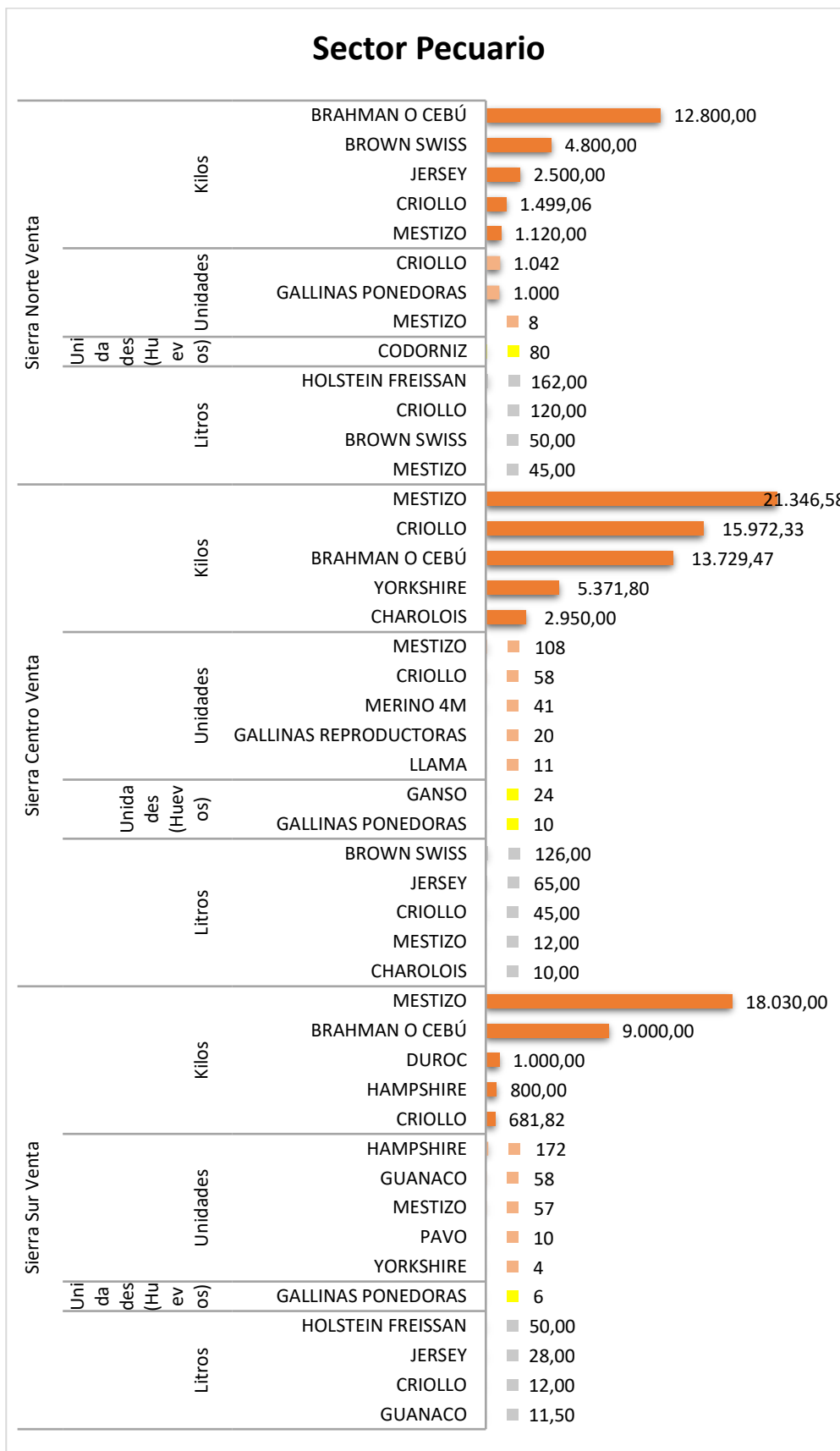
Elaborado por: Edwin Sarchi

En base a la figura 46 de acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta realizada por el MAG los productos transitorios y permanentes que se destacan en la Sierra norte es la papa y la granadilla, en la Sierra centro lidera la papa y el cacao, mientras que en la Sierra sur sobresale el maíz duro, la cebolla colorada y la granadilla.

Como se ha evidenciado la papa es el producto más comercializado tanto en la sierra norte y centro, puesto que “los cultivos de papa se encuentran principalmente en la Región Sierra. Las provincias del Carchi, Cotopaxi y Chimborazo suman el 60,2% de la superficie total cosechada” (INEC, 2020, pág. 10). En el caso del maíz duro que también es considera como uno de los productos de mayor comercialización, esto se debe a que la superficie cosechada de maíz duro tuvo un crecimiento en el tercer trimestre de 2019, es importante destacar la producción y comercialización de cebolla colorada, pues registra niveles crecientes, a comparación de años anteriores. Si bien los rendimientos se mantienen en niveles normales, la superficie cosechada y el volumen de producción crecieron (Banco Central del Ecuador, 2020).

Figura 47

Ranking de los 5 productos pecuarios más comercializados de la sierra por zonas



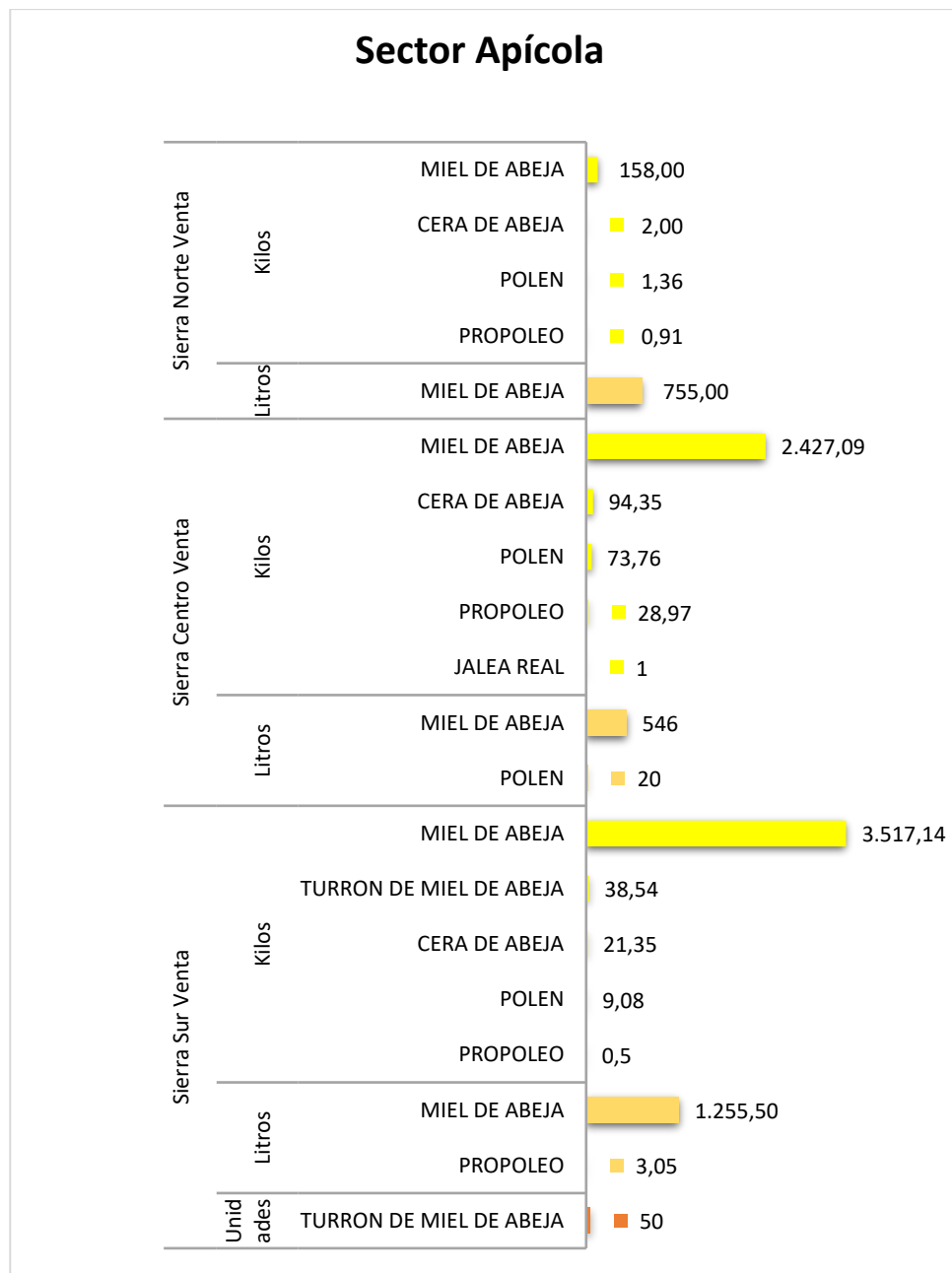
Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

Con respecto a la figura 47 se evidencian los siguientes resultados de los productos pecuarios más comercializados en la Sierra norte, centro y sur. En el caso de la zona norte tenemos Brahman o Cebú (ganado vacuno). Entre las diferentes transacciones realizadas en el 2019, existe un 5% de compras y un 12% de ventas de este tipo de ganado. La región sierra posee el 52% de ganado vacuno, cubriendo la mayor cantidad a nivel nacional. En la Sierra centro y sur se destaca la venta del ganado porcino, el cual aporta con una gran variedad de productos y subproductos como: carne, grasa, huesos, cerdas y piel. El producto más apreciado es su carne y derivados: chorizos, salchichas, salami, longanizas, jamón, queso de cerdo, etc., que son procesados en forma industrial y artesanal, generando fuentes de empleo y emprendimientos, en el caso de las ventas de ganado porcino el 58% de las ventas son realizadas en la Sierra (BCE, 2020).

Figura 48

Ranking 5 productos apícolas más comercializados de la sierra por zonas



Fuente: MAG 2019

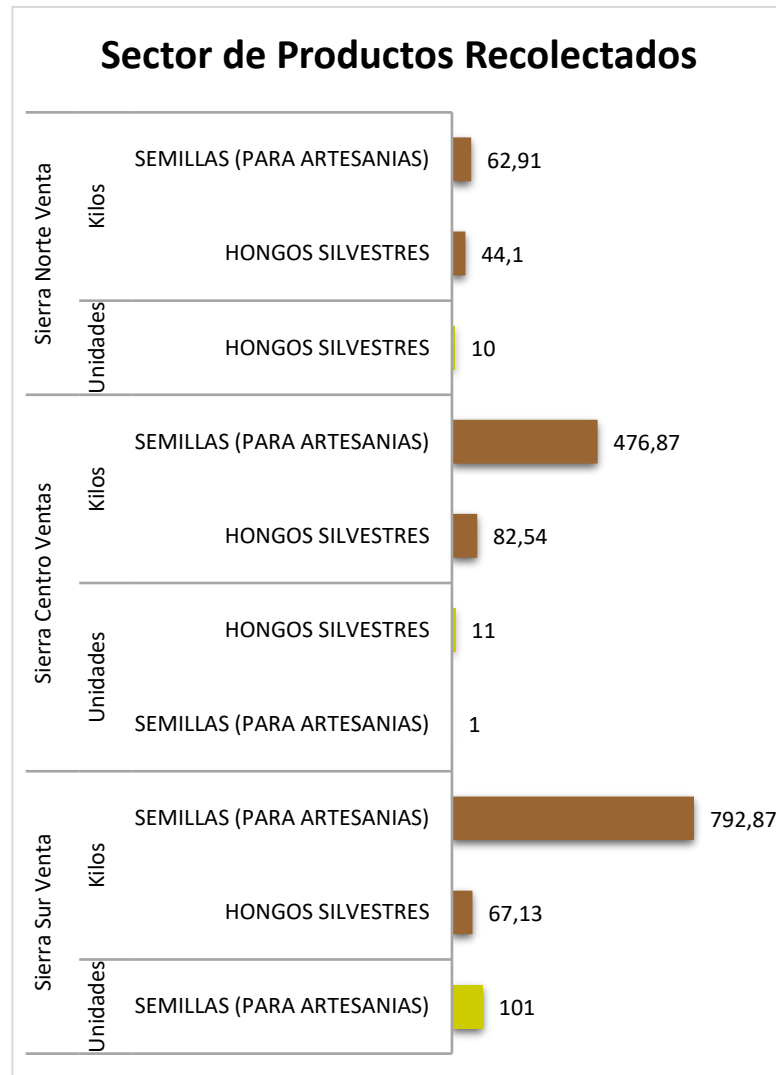
Elaborado por: Edwin Sarchi

En base a la figura 48 se puede notar que en la sierra centro y sur es donde existe mayor comercialización de los productos apícolas según los resultados de las encuestas, pues como se mencionó en la figura 16 y 43, en estas zonas existe una mayor capacitación para las AFC que se dedican a esta labor, además que su

territorio posee una flora adaptable a la proliferación de las abejas los que permite tener una perspectiva deferente, ya que según la revista Líderes (2018), menciona que en la sierra se concentra la mayor cantidad de apicultores, siendo Pichincha y Loja las provincias de mayor producción. La Asociación de Apicultores de Pichincha (Adapi), que agrupa a 82 integrantes, genera en promedio 35 kilos de miel por colmena. En efecto este nuevo panorama muestra que Loja ubicada al sur de la región Sierra sigue liderando entre las principales provincias en producción de apícola y que probablemente para la Sierra centro señala que Tungurahua presenta un empoderamiento por parte de los apicultores por impulsar el crecimiento del rubro apícola en la provincia cuidando las colmenas para obtener productos aptos para el consumo humano (MAG, 2019).

Figura 49

Ranking de los 2 productos recolectados más comercializados de la sierra por zonas



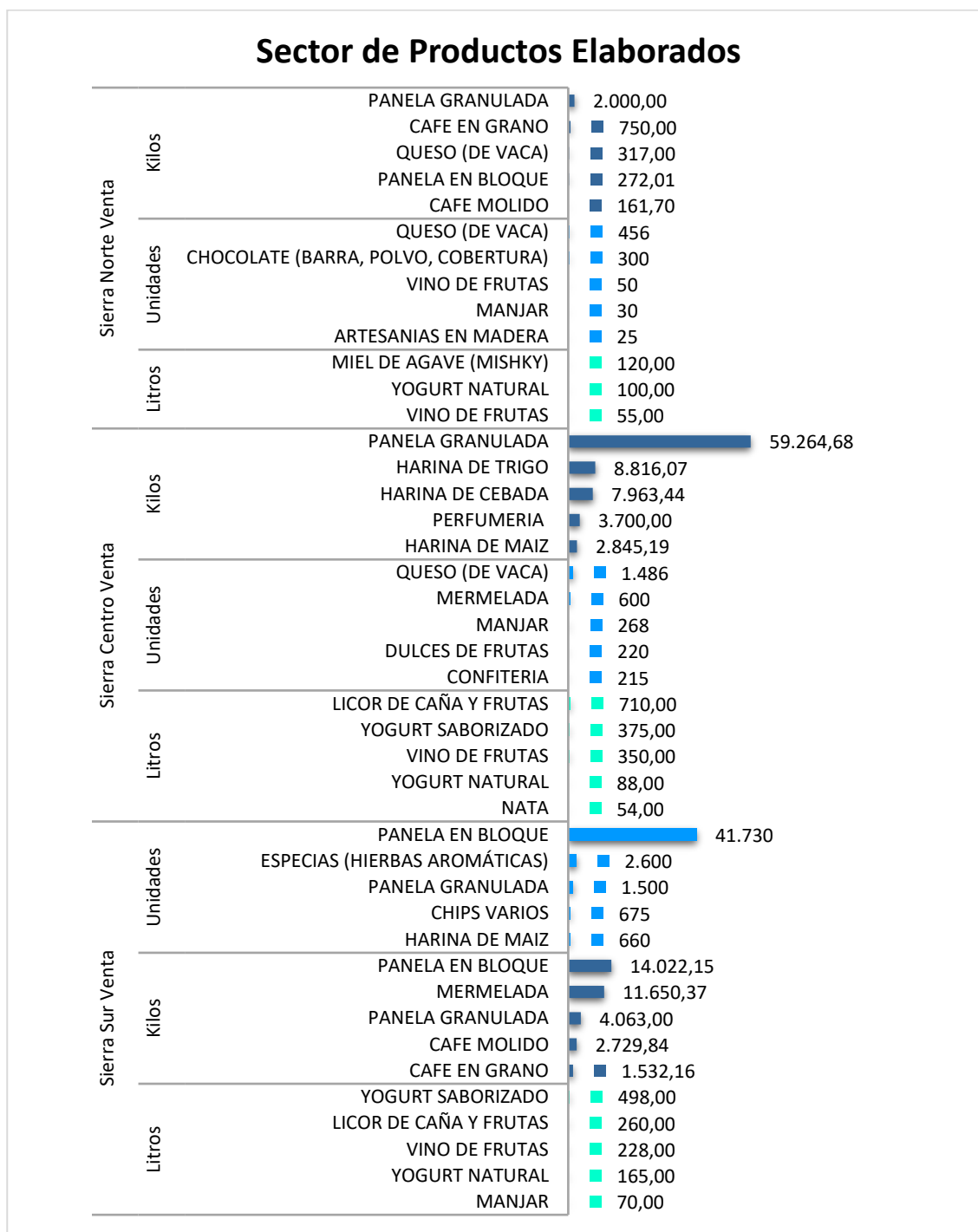
Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

En la presente figura 49 es notable que en la Sierra centro y sur se comercializan en mayor cantidad los productos recolectados, estos son semillas y hongos silvestres, estos productos favorecen con ingresos económicos para las AFC. Las artesanías que realizan las familias campesinas están hechas con semillas, creando collares, manillas y otras artesanías. Realizar esta actividad le toma entre tres y cuatro horas, o a veces todo el día. Convierte las pepas de árboles en hermosos y coloridos aretes, pulseras y collares, que tienen una vida útil de cuatro a cinco años. También es posible apreciar adornos, trajes típicos, figuras de flora y fauna, aves, peces, flores, aretes, manillas, carteras, hamacas, pulseras, coronas, bolsos, lanzas, flechas, cinturones, entre otras cosas (La Hora, 2018)

Figura 50

Ranking de los 5 productos elaborados más comercializados de la sierra por zonas



Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

En la figura 50 se puede notar que en la sierra centro y sur se concentra el mayor índice de ventas de los productos elaborados, puesto que en estas zonas las tierras son aptas para el cultivo de la caña de azúcar, planta necesaria para la elaboración de la panela, de la misma manera sucede con la harina de trigo la cual es cultivada principalmente en la provincia de Cotopaxi, Chimborazo y Bolívar (Líderes, 2018).

A pesar de que existen varios productos comerciales solo se generó un ranking de los productos más comerciales, de acuerdo a la encuesta voluntaria realizada por el MAG esto puede ser debido a las diferentes y grandes cantidades de productos que genera cada sector agropecuario. Por otra parte, los productos del sector agrícola son más demandados comparado con los demás productos, esto se debe a que son de consumo masivo y de venta constante.

2.6.3. Forma de venta de los productos agropecuarios en la AFC por zonas y rango de hectárea (agrícola y pecuaria) de la Sierra en el año 2019

En la forma de venta las familias de la AFC comercializan de manera directa o buscan un intermediario para vender productos agropecuarios como lo vimos en el capítulo I. De la misma forma en este apartado se podrá observar la forma de venta de los productos agropecuarios pero por zonas y rangos de hectárea (agrícola y pecuaria). La encuesta voluntaria realizada por MAG en el año 2019 permite analizar los siguientes resultados:

El sector agrícola muestra que, en la Sierra norte y centro existe un dominio de los intermediarios para la comercialización tanto de productos transitorios como permanentes. Por otra parte, la Sierra sur vende directamente los productos transitorios, aunque existe comercialización con los intermediarios, en el caso de los productos permanentes aún existe predominio de los intermediarios. También tenemos que las familias campesinas del sector agrícola en el rango de 0 a 3 y mayor que 3 a 6 hectáreas interactúan en ambas formas de venta y comercializan tanto cultivos permanentes como transitorios en comparación con el rango mayor que 6 a 10 hectáreas, es decir, en el rango mayor que 6 a 10 hectáreas de la Sierra norte no comercializa directamente cultivos transitorios (Anexo, figura 51).

El sector pecuario muestra que, en la Sierra norte y centro existe un dominio de las familias campesinas para comercializar directamente los productos vacunos, bovinos, porcinos, entre otras especies y productos derivados de cada una de las especies (carne, embutidos, leche, etc.). Por otra parte, la Sierra sur comercializa más con intermediarios los productos pecuarios que comercializarlos directamente. También tenemos que las familias campesinas del sector pecuario en el rango de 0 a 3, mayor que 3 a 6 y mayor que 6 a 10 hectáreas interactúa en ambas formas de venta pero varían en la comercialización pecuaria, es decir, cada rango de hectárea oferta o no productos pecuarios en kilos, litros, unidades y unidades (huevos) de manera directa o indirecta (intermediarios) (Ver anexo, figura 52).

El sector apícola muestra que, en la Sierra norte y centro se comercializa tanto directamente como indirectamente los productos apícolas, pero existe mayor interacción directa por parte de las familias campesinas para comercializar. Por otra parte, la Sierra sur comercializa solo directamente dejando a un lado la intervención de los intermediarios (Ver anexo, figura 53).

El sector de productos recolectados muestra la misma dinámica que el Sector apícola, es decir, en la Sierra norte y centro comercializa en su mayoría directamente los productos apícolas que con la intervención de intermediarios. Por otra parte, la Sierra Sur solo comercializa directamente los productos apícolas (Ver anexo, figura 54).

El sector de productos elaborados muestra que, en la Sierra norte, centro y sur existe interacción tanto directa como indirecta en la venta de los productos elaborados, pero existe mayor participación de las familias campesinas en la comercialización directa de los productos elaborados (Ver anexo, figura 55).

En general, los resultados se enmarcan en que las familias campesinas interactúan tanto de manera directa y a través de intermediarios. Por otra parte, los resultados también muestran mayor participación de la venta directa que una venta indirecta, pero hay que recalcar que esto no sucede en todos los sectores agropecuarios, zona y rango de hectárea (agrícola y pecuaria)

2.6.4. Tipos de mercados por venta directa e indirecta del sector agropecuario en la AFC por zona y sector agropecuario de la Sierra en el año 2019

La integración parcial en mercados que funcionan de manera imperfecta es la principal característica de las economías campesinas. Distingue a los campesinos de los agricultores familiares comercialmente orientados que comercializan todo su producto y compran todos sus insumos en el mercado (Ellis 1988:33, citado en Szirmai A., 2015, pág. 433).

En esta sección se investigará la integración, tipos de mercados y canales comerciales directos o indirectos que son utilizados por las familias de la AFC en las tres zonas de la Sierra, por rangos de hectáreas y sector

agropecuario de la Sierra en el año 2019. La encuesta voluntaria realizada por MAG en el año 2019 permite analizar los siguientes resultados:

En el caso del mercado, las AFC tiene un canal directo como lo indicamos anteriormente en el capítulo I, la cual interactúa el productor directamente con el consumidor o mercado. Para entender un poco más el canal directo comercial y mercado en la venta directa se dividió a la Sierra en tres zonas, por rangos de hectáreas y sectores agropecuarios. Los productores de la Sierra en todos sus rangos de hectáreas y sector agropecuario interactúan parcialmente en los mercados de la Sierra, es decir, de los 11 mercados de la Sierra interactúan desde 4 hasta 9 mercados. En cambio, los intermediarios tienen dos canales, el canal indirecto corto y el canal indirecto largo, casi de igual forma, se dividió a la Sierra (norte, centro y sur) y por sector agropecuario.

Las familias campesinas del sector agrícola interactúan desde 6 a 10 mercados en los cultivos permanentes y desde 7 a 9 mercados en los cultivos transitorios donde el rango de 0 a 3 hectáreas interactúa en 10 de los 11 mercados a diferencia de los otros dos rangos donde varía su interacción, pero al dividirla en tres zonas tenemos que, la Sierra norte y sur tienen una mayor interacción con los diferentes mercados, es decir, interactúan desde 7 a 10 mercados para ambos cultivos (permanente y transitorio) a diferencia de la Sierra centro que interactúa desde 6 a 9 mercados tanto de cultivos permanentes como transitorios. Los mercados más comerciales de manera directa son el mercado mayorista, otros, centro de acopio/agroindustria, finca y mercado local (Ver anexo, figura 56, 57 y 58).

En el caso de los intermediarios del sector agrícola tenemos que interactúan desde 6 a 8 mercados siendo la finca, mercado mayorista y centro de acopio/agroindustria los sitios o lugares más comerciales. También que, los intermediarios de la Sierra centro interactúan con más mercados, es decir, interactúan en 8 mercados tanto para cultivos permanentes como transitorios a diferencia de la Sierra norte y sur que varía su interacción en los mercados siendo menos o igual que 8 mercados para ambos cultivos (transitorio y permanente) (Ver anexo, figura 71).

Las familias campesinas del sector pecuario interactúan desde 1 a 9 mercados esto debido a la unidad de medida (kilos, unidad, litros y unidad huevos) que contempla este sector. El rango de 0 a 3 hectáreas interactúa en 9 de los 11 mercados a diferencia de los otros dos rangos donde varía su interacción. Al dividir la Sierra en tres zonas tenemos que, la Sierra centro tiene mayor interacción con los diferentes mercados, es decir, interactúan desde 2 a 9 mercados a diferencia de la Sierra norte y sur que interactúa desde 1 a 6 mercados. Los mercados más comerciales de manera directa son ferias, finca, centro de acopio/agroindustria, mercado local y mercado mayorista (Ver anexo, figura 59, 60 y 61).

En el caso de los intermediarios del sector pecuario obtenemos que interactúan desde 2 a 7 mercados siendo la feria, finca, mercado mayorista y otros mercados los sitios o lugares más comerciales. También que, los intermediarios de la Sierra centro interactúan con más mercados, es decir, interactúan desde 2 a 6 mercados a diferencia de la Sierra norte y sur que varía su interacción en los mercados siendo menos que 6 mercados (Ver anexo, figura 72).

Las familias campesinas del sector apícola interactúan desde 1 a 9 mercados esto debido a la unidad de medida (kilos, unidad y litros) que contempla este sector. Al dividir la Sierra en tres zonas tenemos que, la Sierra centro tiene mayor interacción con los diferentes mercados, es decir, interactúan desde 6 a 8 mercados a diferencia de la Sierra norte y sur que interactúa desde 1 a 7 mercados. Los mercados más comerciales de manera directa son ferias, finca y mercado local (Ver anexo, figura 62, 63 y 64).

En el caso de los intermediarios del sector apícola tenemos que interactúan desde 1 a 6 mercados siendo la finca y mercado minorista los sitios o lugares más comerciales. También que, los intermediarios de la Sierra centro interactúan con más mercados, es decir, interactúan desde 1 a 6 mercados a diferencia de la Sierra norte que interactúa en 1 mercado (Ver anexo, figura 73).

Las familias campesinas del sector de productos recolectados interactúan desde 1 a 11 mercados esto debido a la unidad de medida (kilos y unidad) que contempla este sector. Al dividir la Sierra en tres zonas tenemos

que, la Sierra centro tiene mayor interacción con los diferentes mercados, es decir, interactúan desde 2 a 8 mercados a diferencia de la Sierra norte y sur que interactúa desde 1 a 6 mercados. Los mercados más comerciales de manera directa son finca y canasta (Ver anexo, figura 65, 66 y 67).

En el caso de los intermediarios del sector de productos recolectados obtenemos que interactúan desde 1 a 6 mercados siendo la feria y mercado minorista los sitios o lugares más comerciales. También que, los intermediarios de la Sierra centro interactúan con más mercados, es decir, interactúan en 6 mercados a diferencia de la Sierra norte que interactúa en 1 mercado (Ver anexo, figura 74).

Las familias campesinas del sector de productos elaborados interactúan desde 6 a 11 mercados esto debido a la unidad de medida (kilos, unidad y litros) que contempla este sector. Al dividir la Sierra en tres zonas tenemos que, la Sierra sur tiene mayor interacción con los diferentes mercados, es decir, interactúan desde 7 a 11 mercados a diferencia de la Sierra norte y centro que interactúa desde 6 a 11 mercados. Los mercados más comerciales de manera directa son supermercado, feria, centro de acopio/agroindustria y mercado local (Ver anexo, figura 68, 69 y 70).

En el caso de los intermediarios del sector de productos elaborados tenemos que interactúan desde 1 a 8 mercados siendo la feria, otros mercados, mercado local, centro de acopio/agroindustria, mercado mayorista los sitios o lugares más comerciales. También que, los intermediarios de la Sierra centro interactúan con más mercados, es decir, interactúan desde 3 a 6 mercados a diferencia de la Sierra norte y sur que interactúa en 1 a 3 mercados (Ver anexo, figura 75).

Así pues, en cada zona de la Sierra en el año 2019 aún existen limitaciones e interacción parcial en los mercados, es decir, las familias campesinas en el sector agropecuario destinan sus productos a los mercados locales y acceden parcialmente a los 11 mercados existentes en la Sierra.

En general, el diferenciar por zonas de la Sierra y rangos de superficie o extensión, se pudo generar resultados resaltantes para el estudio de los canales de comercialización y mercados durante el 2019.

La Sierra centro por sector agropecuario tiene mayor producción agropecuaria, dispone de grandes superficies (agrícola y pecuaria) y abarca mayor cantidad de familias campesinas. Al observar por rangos de hectárea (agrícola y pecuaria) tenemos que, en el rango de 0 a 3 comprende una mayor producción agrícola y pecuaria, dispone de varios asentamientos con superficies distintas y abarca mayor cantidad de familias campesinas a comparación con otros rangos.

Las familias campesinas de la AFC por zona, rango de hectárea (agrícola y pecuaria) y sector agropecuario de la Sierra en el año 2019 están más allegadas o dentro de la AFCCD, dando a entender que paulatinamente van dejando la AFCS.

Las dos formas de venta muestran que, las familias campesinas por zona, rango de hectárea (agrícola y pecuaria) y sector agropecuario de la Sierra en el año 2019 aún siguen existiendo la intervención del intermediario. Pero hay que tomar en cuenta que en algunas zonas y sector agropecuario de la Sierra no existe interacción con los intermediarios.

Con respecto a los mercados tenemos que, la sierra centro y sur son zonas que interactúan mayormente en los mercados. También que las familias campesinas de 0 a 3 hectáreas de cada sector agropecuario interactúan en casi todos los mercados.

Finalmente, los tipos de mercado muestran que aún sigue existiendo limitaciones e interacciones parciales en los mercados tanto para la venta directa como para los intermediarios

Conclusión

Mediante los resultados obtenidos de las encuestas voluntarias realizadas por el MAG en el año 2019 a las AFC, se evidencia un nuevo panorama en la producción y comercialización agropecuaria que llevan a cabo las AFC de la región sierra. A pesar de ello es necesario una investigación de mayor alcance nacional, estableciendo una muestra estratificada que permita una fuerte representatividad por provincia, ya que los datos a nivel nacional dan a conocer un panorama distinto a los resultados reales como el ESPAC, el INEC o la información obtenida de Martínez.

De acuerdo con la encuesta del MAG, para determinar los rasgos distintivos del mercado, como consecuencia de la venta de cultivos agrícolas, se obtuvo la cantidad total de cultivos y productos agropecuarios de la Sierra ecuatoriana en el año 2019. Es así que, en la variable destino de productos agropecuarios se muestra que, la mayoría de la producción agropecuaria es destinada a la venta.

En la forma de venta resulta que en la Sierra aún existe la intervención de los intermediarios en todos los sectores, pero su presencia es mayor en el sector agrícola. De igual importancia, existen familias campesinas que realizan venta directa y esto se pudo observar en el sector pecuario, apícola, productos elaborados y productos recolectados.

Los tipos de mercado en la AFC indicó que la Sierra en el sector agropecuario comprende a 11 mercados donde comercializan las familias directamente y los intermediarios, pero se pudo analizar que aún sigue existiendo límites en el acceso a mercados, es decir, las familias campesinas tienen acceso al mercado local mas no al internacional, e interacción parcial en los mercados, es decir, solo interactúan en algunos mercados o en todos (sector de productos elaborados), esto sucede tanto para las familias que venden directamente como para los intermediarios.

Para generar una mejor comprensión del mercado y entendimiento de los canales de comercialización, se dividió la Sierra en tres zonas norte, centro y sur, también por tipos de producción. Mediante esta división se pudo observar diferencias en los mercados en donde comercializan los productos agropecuarios en las tres zonas de la Sierra y de igual manera en la cantidad agropecuaria que producen.

Si se visualiza la sierra por sector agropecuario, el centro tiene mayor producción agropecuaria, dispone de grandes superficies (agrícola y pecuaria) y abarca mayor cantidad de familias campesinas. Al observar por rangos de hectárea (agrícola y pecuaria) tenemos que, en el rango de 0 a 3 comprende una mayor producción agrícola y pecuaria, dispone de varios asentamientos con superficies distintas y abarca mayor cantidad de familias campesinas a comparación con otros rangos. Esto implicaría que también hay unidades de la agricultura familiar con menores superficies productivas, es decir, más micro-fundíos.

Las familias campesinas de la AFC por zona, rango de hectárea (agrícola y pecuaria) y sector agropecuario de la Sierra en el año 2019 están dentro de la AFCCD, dando a entender que paulatinamente van dejando la AFCS. En este proceso las familias pertenecientes al AFCCD van asumiendo mayor experiencia en la producción y comercialización de los productos agropecuarios, además que cuentan con el apoyo del MAG y el GAD, para desarrollar técnicas de producción y comercialización.

Las dos formas de venta muestran que, en las familias campesinas por zona, rango de hectárea (agrícola y pecuaria) y sector agropecuario de la Sierra en el año 2019 aún existe la intervención del intermediario. Pero hay que tomar en cuenta que en algunas zonas y sector agropecuario de la Sierra existe un menor índice de interacción con los intermediarios, como es el caso del sector de productos elaborados, apícola y productos recolectados, debido a que los productores buscan precios justos tanto por la labor realizada y el tiempo destinado a la misma.

Finalmente, en los tipos de mercado se muestra que aún siguen existiendo limitaciones e interacciones parciales en los mercados tanto para la venta directa como para los intermediarios, esto se debe a que existen barreras como la falta de políticas de precios justos, acceso a mercados y créditos financieros que favorezcan al campesinado, la competencia desleal, la escasez de fondos para la implementación de proyectos que apoyen

a las AFC e incluso no contar con vías o caminos para la movilidad de los productos. Sin duda todas estas barreras influyen tanto en la producción como en la comercialización de los productos agropecuarios de la región Sierra.

Al investigar el mercado laboral por sector agropecuario en la AFC, tenemos dos formas de trabajo: el trabajo externo al núcleo familiar y el trabajo familiar, por tal razón los resultados estadísticos de la mano de obra contratada permanente y ocasional por sector agropecuario y sexo en la AFC mostró que existe una mayor contratación de mano de obra masculina para las actividades agropecuarias. Pero al observar la mano de obra contratada ocasional por sector agropecuario y sexo muestra que, los hombres son mayormente demandados que las mujeres y también que la contratación ocasional es más utilizada por parte de los contratistas de la AFC.

En el caso de la mano de obra familiar permanente y ocasional por sector agropecuario y sexo se expuso que, la mano de obra familiar permanente de las mujeres en los sectores agropecuarios predomina ante la de hombres, esto permite entender que la labor femenina en el campo está más pendiente a los productos agropecuarios de tal manera que se dedican a la producción, elaboración y comercialización, pero existen factores para que las mujeres se encuentren en la agricultura, como por ejemplo, la desigualdad de contratación en trabajos agropecuarios y no agropecuarios. Por último, se muestra la mano de obra familiar ocasional donde observamos que los hombres en los sectores agropecuarios se contratan en un número mayor que las mujeres, esto se debe a que los hombres tienen una mayor apertura laboral y por ende trabajan ocasionalmente o permanentemente en sectores agropecuarios y no agropecuarios.

Recomendaciones

Al intentar entender más acerca las dinámicas de la agricultura familiar campesina (AFC) en la Sierra ecuatoriana, primero se debería focalizar a quien considerar como agricultor vinculado a la AFC para gestionar políticas públicas que permitan desarrollar de mejor manera su estructura agropecuaria, ya que no es lo mismo integrar políticas públicas enfocadas al agro-negocio o agroindustria a la agricultura familiar campesina. Es por eso que, en términos de políticas públicas, para lograr comprender a la AFC y su interacción con el mercado, como consecuencia de la venta de productos agropecuarios y el trabajo externo al núcleo familiar (ENF), se debe focalizar por superficie (sector agrícola y pecuario) e ingresos. Esto permitirá generar una diferenciación con las demás agriculturas que no tienen que ver con la AFC.

Es esencial generar una adecuada inversión pública para propiciar el acceso a servicios básicos (agua potable, luz eléctrica, alcantarillado, etc.), inversión en educación y asegurar educación de calidad, inversión en salud y proporcionar bienestar y desarrollo humano en la población rural, además es fundamental la inversión de infraestructura vial, con el fin de favorecer una movilización rápida de los cultivos agropecuarios por parte de las familias de la AFC, de tal manera que exista mayor integración e interacción con los distintos mercados de la región. Es importante gestionar proyectos agropecuarios que beneficien al sector agropecuario rural y atraigan cooperación internacional o inversión extranjera directa, de esa manera promover mayores oportunidades de empleo e impulsar el fomento al emprendimiento, desarrollo de capacidades mediante capacitaciones (uso de nuevas formas de cultivo, uso de nuevos sistemas de riego, entre otros) y programas (mejoramiento en la preparación del terreno para producir cultivos agrícolas, mejoramiento en la alimentación y cuidado de los animales del sector pecuario, entre otros), fomento y desarrollo de producción agroambiental y agroecológica.

La mujer es un actor esencial en la AFC, ya que tienen una labor que trae beneficios en cada uno de los sectores de la economía y la sociedad. En el transcurso del tiempo, las mujeres como líderes del hogar han obtenido un acceso limitado a créditos y puestos laborales con remuneraciones inequitativas, es por ello que se deben crear políticas de empleo, precios, encadenamientos, creación de espacios de asociatividad para el apoyo a mujeres mediante la equidad, de esta manera frenar la desigualdad e inequidad de género en el medio rural que ha permanecido a lo largo de la historia.

Es esencial profundizar en términos académicos a la AFC, ya que en ocasiones se desconoce la labor que realizan los agricultores familiares campesinos como garantizar la soberanía alimentaria, la realización de prácticas más sostenibles con el ambiente y su contribución con la economía rural local y economía nacional en algunos casos. También se desconoce su vulnerabilidad, desafíos y dificultades con exactitud.

En cuanto a la presente investigación, se ha dejado una brecha en la información debido a que las bases de datos del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) contienen información de sectores estratégicos en la agricultura y no contienen un mapeo total de la región Sierra ecuatoriana durante el 2019. Se recomienda cuidar que las investigaciones señalen en sus metadatos la metodología utilizada, y la manera en la que se tratan de evitar los sesgos. Asimismo, realizar un censo agropecuario que permita tener una visión clara del avance de AFC en el Ecuador. La muestra de MAG no es representativa de las AFC a nivel nacional.

Referencias

- Acosta, M., Giraldo, D., Vélez, L., & Fernández, J. (2021). *Análisis del Papel de los Intermediarios en el Mercado Agrícola Tradicional. Caso de Estudio Antioquia, Colombia*. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-44492021000100007
- Banco Central del Ecuador. (Enero de 2020). *Reporte de Coyuntura Sector Agropecuario*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Encuestas/Coyuntura/Integradas/etc201903.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2021). *Reporte de coyuntura Sector Agropecuario*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Encuestas/Coyuntura/Integradas/etc202103.pdf>
- Barrionuevo, J. (2017). *Aproximación a la agricultura familiar campesina por el método de análisis de multiescala*. Obtenido de <https://fliphtml5.com/ijia/lakm/basic>
- BCE. (2020). *Sector ganadero análisis 2014-2019*. Obtenido de <https://blogs.cedia.org.ec/obest/wp-content/uploads/sites/7/2020/06/SECTOR-GANADERO-FINAL.pdf>
- Burin, D. (Agosto de 2017). *Manual de Facilitadores de Procesos de Innovación Comercial*. Obtenido de <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/3153/BVE17089159e.pdf?sequence=10>
- Cáceres, H. (2016). *“La Agricultura Familiar Campesina y la Economía Popular y Solidaria, en Relación a la Redistribución de Tierra en el Cantón de Cotacachi en el 2016”*. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/16144/HENRY%20C%c3%81CERES%20-%20AFC%20-%20PUCE%20OCT%202018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cárdenas et al. (Septiembre de 2006). *Agricultura en transición*. Obtenido de Leisa: <https://www.leisa-al.org/web/images/stories/revistapdf/vol22n2.pdf>
- Carrión, D., & Herrera, S. (2012). *Ecuador Rural del siglo XXI*. Obtenido de <http://8.242.217.84:8080/jspui/bitstream/123456789/37404/1/Ecuador%20rural%20del%20siglo%20XXI.pdf>
- Chavarín, R. (2019). *Intermediarios y poder de mercado en los mercados agrícolas de México: un enfoque de teoría de juegos*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/4315/431563606001/html/>
- Chiriboga, M. (2015). *Pequeñas Economía: Reflexiones sobre la agricultura familiar campesina*. Obtenido de <https://www.fao.org/3/i4955s/i4955s.pdf>
- Chuncho, L., Aguirre, P., & Vivanco, N. (2021). *Ecuador: análisis económico del desarrollo del sector agropecuario e industrial en el periodo 2000-2018*. Obtenido de <https://incyt.upse.edu.ec/ciencia/revistas/index.php/rctu/article/view/547/502>
- Comunidad Andina. (2011). *Agricultura Familiar Agroecológica Campesina en la Comunidad Andina*. Obtenido de https://www.comunidadandina.org/StaticFiles/2011610181827revista_agroecologia.pdf
- Crónica. (2022). *La apicultura gana terreno en la provincia de Loja*. Obtenido de <https://cronica.com.ec/2022/02/12/la-apicultura-gana-terreno-en-la-provincia-de-loja/>
- Cuesta et al. (2017). *Atlas rural del Ecuador*. Obtenido de <file:///C:/Users/ADMIN1/Downloads/Atlas%20rural%20del%20Ecuador.pdf>
- DataScientest. (7 de Abril de 2022). *Limpieza de datos*. Obtenido de <https://datascientest.com/es/datacleaning-limpieza-de-datos-definicion-tecnicas-importancia-en-data-science>
- Diferenciador. (2018). *Mayorista y minorista*. Obtenido de <https://www.diferenciador.com/mayorista-y-minorista/#:~:text=Mayorista%20hace%20referencia%20a%20la,o%20importador%20y%20el%20minorista.>

- Domínguez, J., & Guamán, S. (2014). *Análisis de sensibilidad del sector pecuario ecuatoriano*. Obtenido de <file:///C:/Users/ADMIN1/Downloads/1.%20Sector%20Pecuario%20ECUADOR.pdf>
- Educo. (18 de Diciembre de 2019). *¿Qué es el ecoturismo?* Obtenido de <https://www.educo.org/blog/que-es-el-ecoturismo>
- FAO & BID. (2007). *Políticas para la Agricultura Familiar en America Latina y el Caribe*. Obtenido de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Pol%C3%ADticas-para-la-agricultura-familiar-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe.pdf>
- FAO. (2002). *La contribución de la mujer a la agricultura*. Obtenido de <https://www.fao.org/3/a0493s/a0493s02.htm>
- FAO. (Marzo de 2012). *Agricultura Familiar en America Latina y el Caribe 2012-2015*. Obtenido de <https://www.fao.org/3/as169s/as169s.pdf>
- FAO. (2014). *El estado mundial de la agricultura y la alimentación 2014*. Obtenido de <https://www.fao.org/family-farming/detail/es/c/397447/>
- FAO. (2022). *FAO en Ecuador*. Obtenido de <https://www.fao.org/ecuador/fao-en-ecuador/ecuador-en-una-mirada/es/>
- Forero, J. (2015). *La viabilidad de la agricultura familiar en la altillanura colombiana*. Bogotá D.C.: Universidad Javeriana.
- Garner, E., & De la O, A. (Diciembre de 2014). *Identifying the “family farm” An informal discussion of the concepts and definitions*. Obtenido de <https://www.fao.org/3/i4306e/i4306e.pdf>
- Gobierno Provincial de Imbabura. (2020). *Contratación del Servicio de consultoría de la Agenda Productiva de la provincia de Imbabura*. Obtenido de <https://www.imbabura.gob.ec/phocadownloadpap/agenda-productiva/perfiles-de-proyectos/8-cadena-ganaderia-de-leche-y-lacteos/18-perfil-centro-servicios-pecuarios.pdf>
- Granda, R. (Diciembre de 2017). *Análisis del potencial de la actividad apícola como desarrollado socioeconómico en sectores rurales*. Obtenido de <file:///C:/Users/ADMIN1/Downloads/135301.pdf>
- Herrera, S. (2021). *La Agricultura Familiar Campesina*. Obtenido de [file:///C:/Users/ADMIN1/Downloads/AGRICULTURA-FAMILIA-CAMPESINA-CARTILLA%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/ADMIN1/Downloads/AGRICULTURA-FAMILIA-CAMPESINA-CARTILLA%20(1).pdf)
- Hidalgo, F., Houtart, F., & Lizárraga, P. (2014). *Agriculturas campesinas en latinoamerica*. Obtenido de <https://editorial.iaen.edu.ec/wp-content/uploads/sites/12/2016/06/Agriculturas-campesinas-propuestas-y-desafi%CC%81os-web-1.pdf>
- Honorable Gobierno de la Provincia de Tungurahua . (5 de Noviembre de 2019). *Estrategia Agropecuaria de Tungurahua*. Obtenido de <https://tungurahua.gob.ec/index.php/proyectos-hgpt/produccion/estrategia-agropecuaria-de-tungurahua?start=20>
- INEC. (2019). *Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC) 2019*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/espac-2019/Presentacion%20de%20los%20principales%20resultados%20ESPAC%202019.pdf
- INEC. (Mayo de 2020). *Encuestas de superficie y producción agropecuaria continua, 2019*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/espac-2019/Boletin%20Tecnico%20ESPAC_2019.pdf
- INEC. (Mayo de 2021). *Boletín Técnico Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua, 2020*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/espac-2020/Boletin%20Tecnico%20ESPAC%202020.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (Diciembre de 2019). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Diciembre/201912_Mercado_Laboral.pdf

- JICA. (2012). *Proyecto para el Apoyo a Pequeños Agricultores*. Obtenido de https://www.jica.go.jp/project/elsalvador/0603028/pdf/production/farm_04.pdf
- Junta de Andalucía. (2016). *Venta directa de productos primarios desde las explotaciones agrarias y forestales a consumidores finales y establecimientos*. Obtenido de <https://www.juntadeandalucia.es/organismos/agriculturaganaderiapescaydesarrollosostenible/areas/industrias-agroalimentarias/produccion/paginas/venta-directa-productos-primarios.html>
- La Hora. (11 de Junio de 2018). *Artesanías tsáchilas se elaboran con semillas*. Obtenido de <https://www.lahora.com.ec/secciones/artesantias-tsachilas-se-elaboran-con-semillas/>
- Líderes. (26 de Junio de 2018). *La apicultura se mueve con tres ejes estratégicos en Ecuador*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/apicultura-miel-abejas-ministerio-agricultura.html#:~:text=En%20la%20sierra%20se%20concentra,kilos%20de%20miel%20por%20colmena>
- Líderes. (20 de Julio de 2018). *La siembra de trigo toma impulso en Chimborazo*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/siembra-trigo-toma-impulso-chimborazo.html>
- Limón, E. (Octubre de 2011). *Metodología para la estratificación de unidades de producción agropecuaria*. Obtenido de <https://cimat.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1008/253/2/TE%20392.pdf>
- López, A. (25 de Mayo de 2020). Obtenido de Cadena de Comercialización Agropecuaria en el Ecuador: <https://rebellion.org/cadena-de-comercializacion-agropecuaria-en-el-ecuador/>
- MAG. (Diciembre de 2017). *Guía del Técnico para la inscripción de productores al sello de la Agricultura Familiar Campesina*. Obtenido de <https://docplayer.es/97510806-Guia-del-tecnico-para-la-inscripcion-de-productores-al-sello-de-la-agricultura-familiar-campesina.html>
- MAG. (06 de Julio de 2018). *Ecuador tiene 1760 apicultores registrados*. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/ecuador-tiene-1760-apicultores-registrados/#:~:text=Las%20provincias%20donde%20la%20apicultura,854%20colmenas%20registradas%2C%20mientras%20que>
- MAG. (2018). *Guía de circuitos alternativos de comercialización de la agricultura familiar campesina*. Obtenido de <https://online.fliphtml5.com/wtae/eowi/#p=10>
- MAG. (2019). *En Loja trabajan para potenciar la apicultura*. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/en-loja-trabajan-para-potenciar-la-apicultura/>
- MAG. (Octubre de 2019). *Loja: productores fortalecen la Agricultura Familiar y Campesina desde la asociatividad, productividad y comercialización*. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/loja-productores-fortalecen-la-agricultura-familiar-y-campesina-desde-la-asociatividad-productividad-y-comercializacion/>
- MAG. (2019). *Sector apícola se potencia en la provincia de Tungurahua*. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/sector-apicola-se-potencia-en-la-provincia-de-tungurahua/>
- MAG. (11 de Mayo de 2020). *MAG apoya el fortalecimiento agrícola y ganadero en la provincia de Loja*. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/mag-apoya-el-fortalecimiento-agricola-y-ganadero-en-la-provincia-de-loja/>
- MAG. (2020). *Plan Estratégico Institucional 2017-2021*. Obtenido de https://www.agricultura.gob.ec/wp-content/uploads/2020/09/AM_068_PEI2.pdf
- MAG. (2020). *Resumen Ejecutivo de los Diagnósticos Territoriales del Sector Agrario*. Obtenido de https://www.agricultura.gob.ec/wp-content/uploads/2020/08/Resumen-Ejecutivo-Diagn%C3%B3sticos-Territoriales-del-Sector-Agrario_14-08-2020-1_compressed.pdf
- MAG. (2021). *MAG promueve compras locales de la agricultura familiar campesina*. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/mag-promueve-compras-locales-de-la-agricultura-familiar-campesina/>

- MAG. (2022). *MAG contribuye al desarrollo agropecuario de la provincia de Bolívar*. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/mag-contribuye-al-desarrollo-agropecuario-de-la-provincia-de-bolivar/>
- Maletta, H. (2011). *Tendencias y perspectivas de la agricultura familiar en América Latina*. Santiago de Chile: RIMISP.
- Martínez, L. (1992). *El empleo rural en el Ecuador*. Obtenido de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/56176.pdf>
- Martínez, L. (Junio de 2013). *La Agricultura Familiar en el Ecuador*. Obtenido de https://flacsoandes.edu.ec/sites/default/files/%25f/agora/files/la_agricultura_familiar_en_el_ecuador.pdf
- Ministerio de Agricultura y Ganadería . (2021). *Plan Estratégico Institucional* . Obtenido de https://www.agricultura.gob.ec/wp-content/uploads/2020/09/AM_068_PEI2.pdf
- Ministerio de Agricultura y Riego. (2021). *Desempeño de la actividad agrícola*. Obtenido de <https://gestionparticipativa.pe.iica.int/Procesos/Marco-Orientador-Cultivos/Presentacion/Contexto/Desempeno-de-la-actividad-agricola.aspx>
- Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca. (2013). *Estudio de cadenas pecuarias de Ecuador* . Obtenido de https://www.magyp.gob.ar/sitio/areas/bovinos/informacion_interes/informes_historicos/_archivos//000098=Estudio%20del%20mercado%20c%C3%A1rnico%20de%20Ecuador/000008-Estudio%20del%20mercado%20c%C3%A1rnico%20de%20Ecuador.pdf
- Molina, E., & Victorero, E. (2015). *La agricultura en países subdesarrollados. Particularidades de su financiamiento*. Obtenido de CLACSO: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Cuba/ciei-uh/20150908010537/Financiamientoagricultura.pdf>
- Morales, M. (Agosto de 2020). *Análisis de la pobreza multidimensional en los hogares de la agricultura familiar campesina en el Ecuador, 2009-2019*. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/18071>
- Moreno J. (2022). *Suelos del Ecuador Clasificación, Uso y Manejo*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/360783568_Suelos_Ecuador_-_Suelos_de_la_Sierra
- Noboa, M. (2021). *Características de la Recampesinización Agroecológica en los Andes Ecuatorianos: Casos de la Sierra Norte*. Obtenido de <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/181/1811955004/index.html>
- Ormache, E. (2016). *Desarrollo del capitalismo en la agricultura y transformaciones en la sociedad rural boliviana*. Obtenido de Cedla: <https://cedla.org/publicaciones/prya/predominio-de-la-produccion-capitalista-en-la-agricultura/>
- Pino et al. (01 de 04 de 2018). *Aporte del sector agropecuario a la economía del Ecuador*. Obtenido de Espacios: <https://www.revistaespacios.com/a18v39n32/a18v39n32p07.pdf>
- Proaño, V., & Lacroix, P. (2014). *Dinámicas de Comercialización para la Agricultura Familiar Campesina*. Obtenido de https://www.avsf.org/public/posts/1704/dinamicas_comercializacion_avsf_ecuador_2014.pdf
- Proyecto de Desarrollo Forestal Campesino en los Andes del Ecuador. (2000). *Producción y comercialización de hongos secos de pino*. Obtenido de <http://documentacion.ideam.gov.co/openbiblio/bvirtual/004583/info/pdf/Hongos.pdf>
- Reardon, T., Berdegué, J., & Escobar, G. (Abril de 2004). *FAO*. Obtenido de Empleo e ingresos rurales: <https://www.fao.org/3/ah500s/ah500s.pdf>
- Rendón, J. (17 de Noviembre de 2012). *La Unidad Económica Familiar Campesina (UEFC): conceptualización teórica general y dinámica en el contexto colombiano*. Obtenido de <file:///C:/Users/ADMIN1/Downloads/Dialnet-LaUnidadEconomicaFamiliarCampesinaUEFC-6586821.pdf>

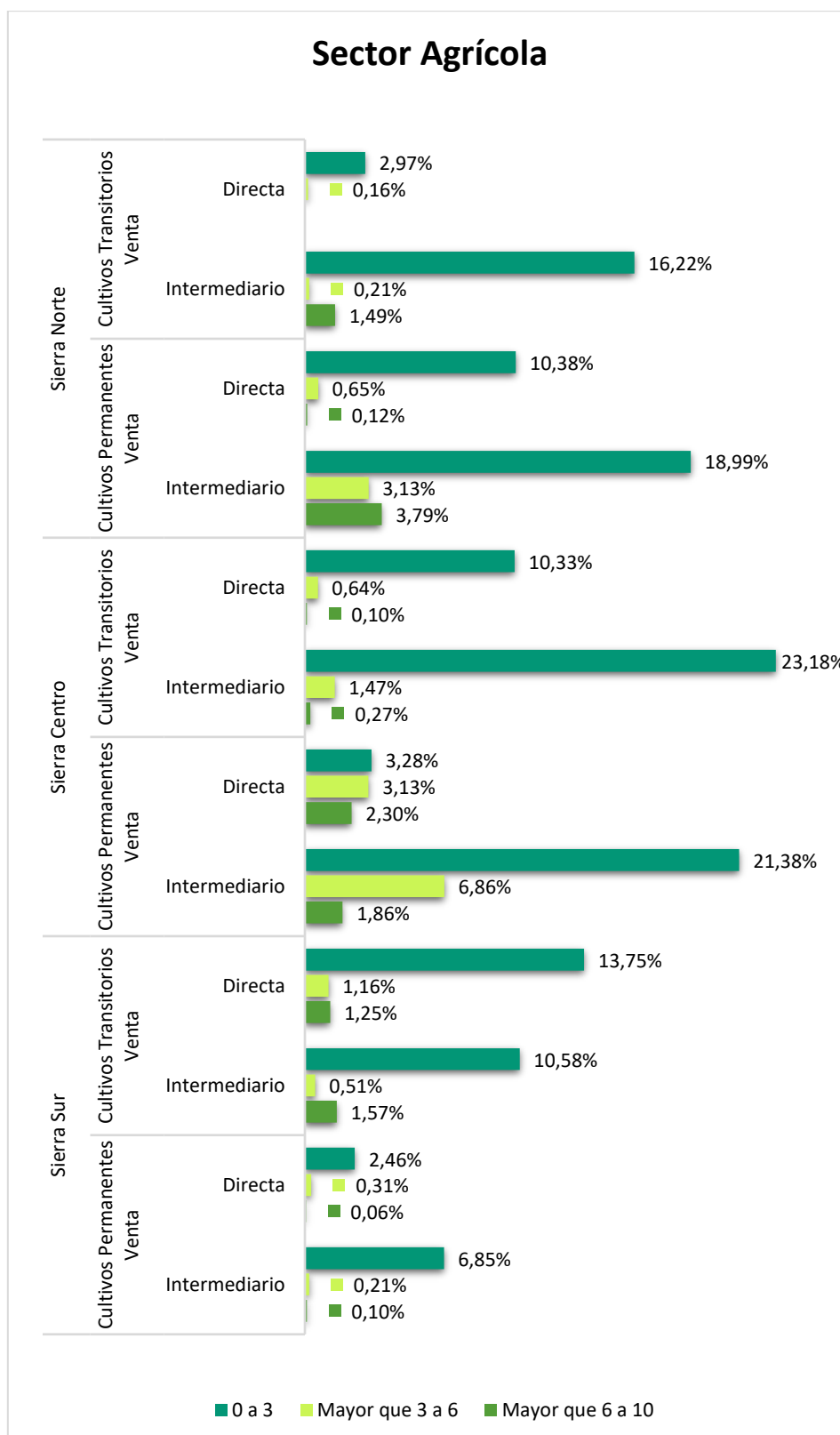
- Reyes, A., & Borbor, N. (Mayo de 2022). *Mano de obra y productividad en la citricultura del valle del río Valdivia, Santa Elena*. Obtenido de <https://incyt.upse.edu.ec/pedagogia/revistas/index.php/rcpi/article/view/442/526>
- RIMISP. (2012). *Producción y Comercialización de Panela: La experiencia de la Asociación Cooperativa de Paneleros de El Salvador (ACOPANELA)*. Obtenido de https://www.rimisp.org/wp-content/files_mf/1365015776caso6acopanela1.pdf
- Rondón, H. (2015). *Sobre el cruce de Variables Categóricas*. Obtenido de <file:///C:/Users/ADMIN1/Downloads/Dialnet-SobreElCruceEntreVariablesCategoricas-5386227.pdf>
- Sabourin, E., Samper, M., & Sotomayor, O. (12 de Junio de 2020). *Políticas públicas y agriculturas familiares en América Latina y el Caribe: balance, desafíos e perspectivas*. Obtenido de <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02798919/document>
- Sánchez et al. (07 de 06 de 2020). *Sector Agrícola Ecuador*. Obtenido de Blogs cedia: <https://blogs.cedia.org.ec/obest/wp-content/uploads/sites/7/2020/06/Diagn%C3%B3stico-sector-agr%C3%ADcola-Ecuador.pdf>
- SERFOR. (Septiembre de 2014). *Recolección de Semillas de Especies Forestales Nativas*. Obtenido de http://www.itto.int/files/itto_project_db_input/2993/Technical/1%20Manual%20colecta%20semillas.pdf
- Suquilanda, M. (2011). *Producción orgánica de cultivos andinos*. Obtenido de UNOCANC: https://www.fao.org/fileadmin/user_upload/mountain_partnership/docs/1_produccion_organica_de_cultivos_andinos.pdf
- Szirmai, A. (2015). *Socio Economic Developmente, Agricultural and rural development*. United Kingdom: Padstow Cornwall.
- Traxco. (2011). *Venta directa del agricultor al consumidor*. Obtenido de <https://www.traxco.es/blog/noticias-agricolas/venta-directa-del-agricultor-al-consumidor>
- Vallejo, A. (2013). *Identificación y Caracterización de los Sistemas de Comercialización Primaria de la Producción Familiar Campesina en la Provincia del Carchi*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1023/1/T-UCE-0004-23.pdf>
- Van Der Ploeg et al. (Diciembre de 2013). *Agricultura familiar campesina*. Obtenido de Leisa: <https://www.leisa-al.org/web/images/stories/revistapdf/vol29n4.pdf>
- Vía Campesina. (15 de Enero de 2003). *La Vía Campesina: Movimiento Campesino Internacional*. Obtenido de <https://viacampesina.org/es/que-es-la-soberania-alimentaria>

Anexos

Encuestas voluntarias aplicadas por el MAG, referente a la forma de venta en la AFC de los productos agropecuarios por zona y rango (Agrícola y Pecuario) de la Sierra en el año 2019

Figura 51

Porcentaje de producción destinada a la venta directa o al intermediario sector agrícola

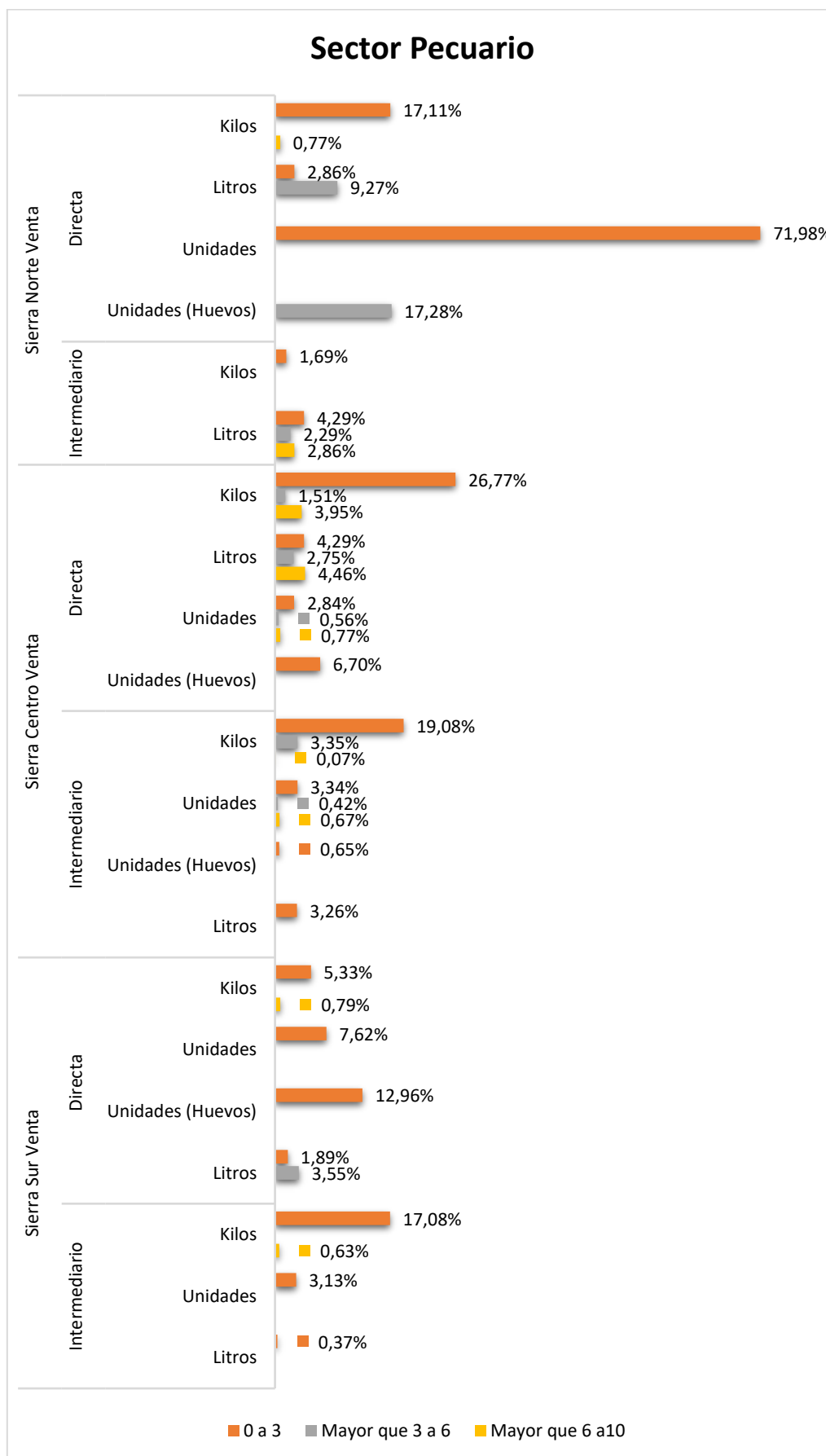


Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

Figura 52

Porcentaje de producción destinada a la venta directa o al intermediario sector pecuario

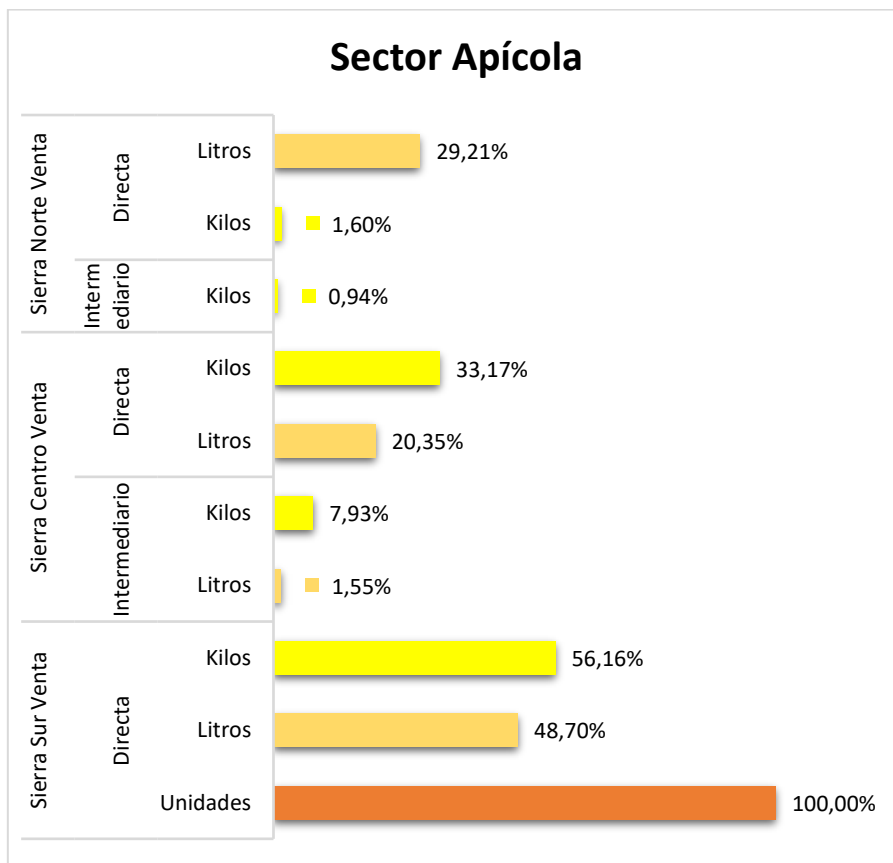


Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

Figura 53

Porcentaje de producción destinada a la venta directa o al intermediario sector apícola

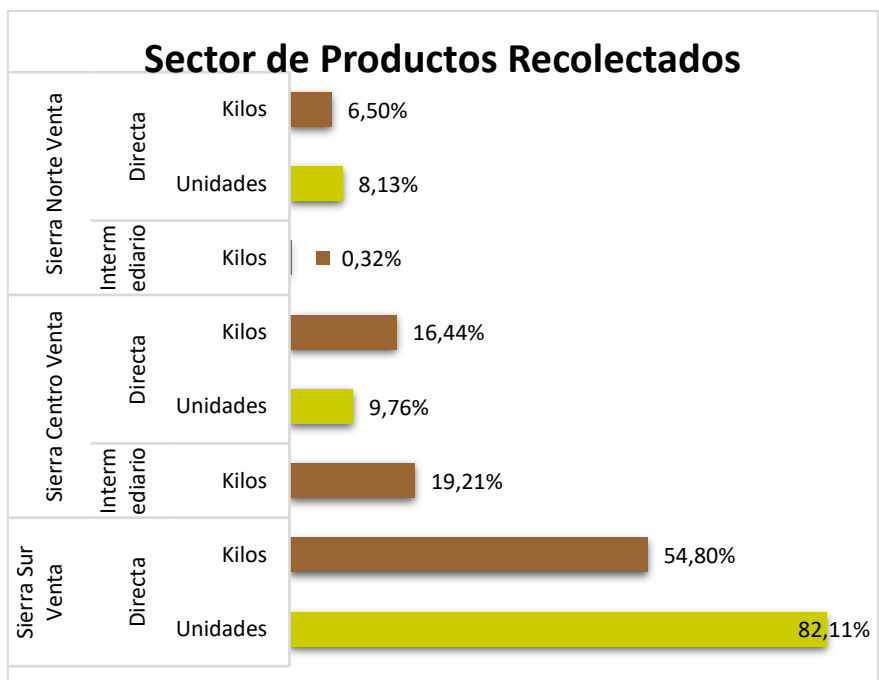


Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

Figura 54

Porcentaje de producción destinada a la venta directa o al intermediario sector productos recolectados

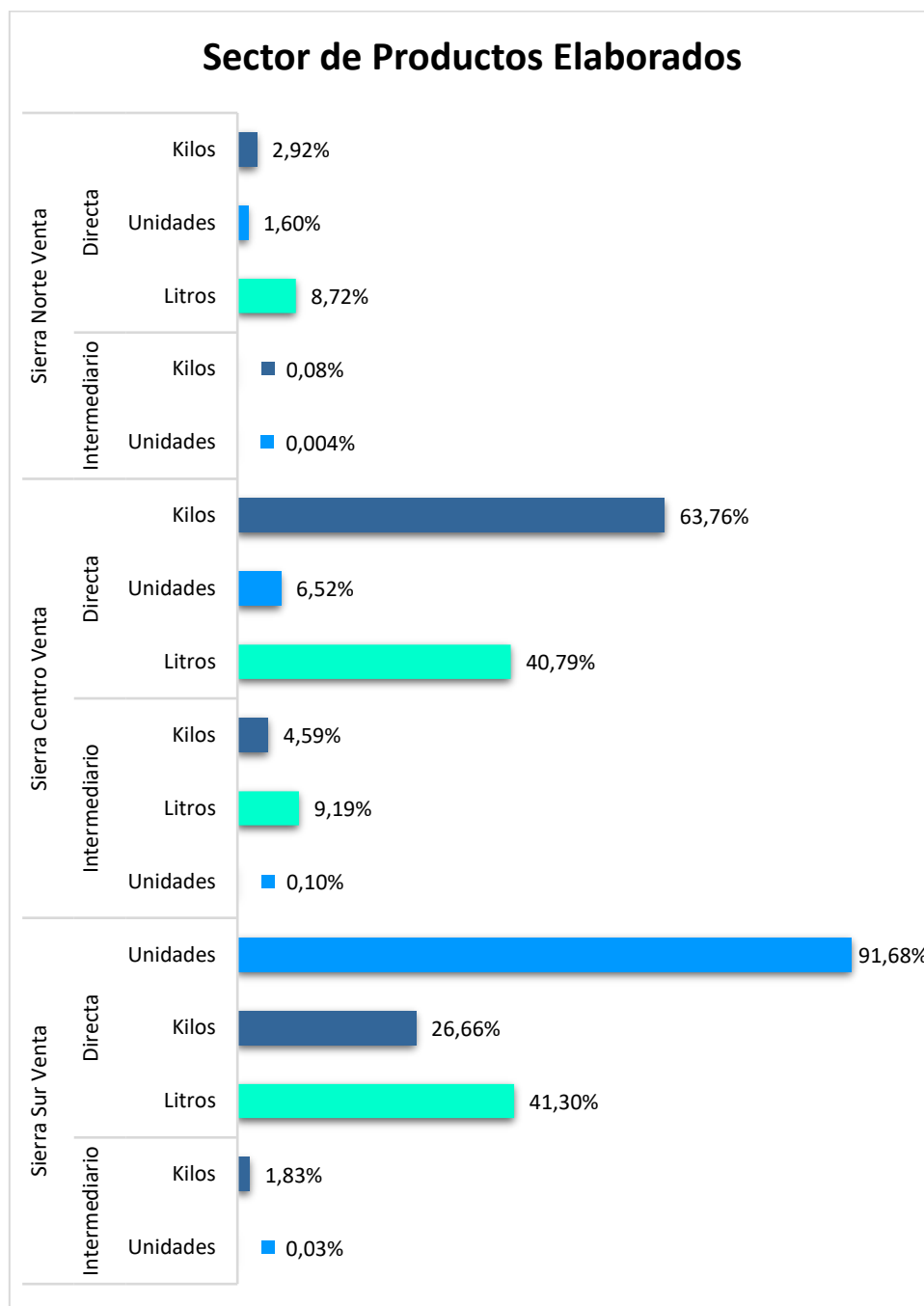


Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

Figura 55

Porcentaje de producción destinada a la venta directa o al intermediario sector productos elaborados



Fuente: MAG 2019

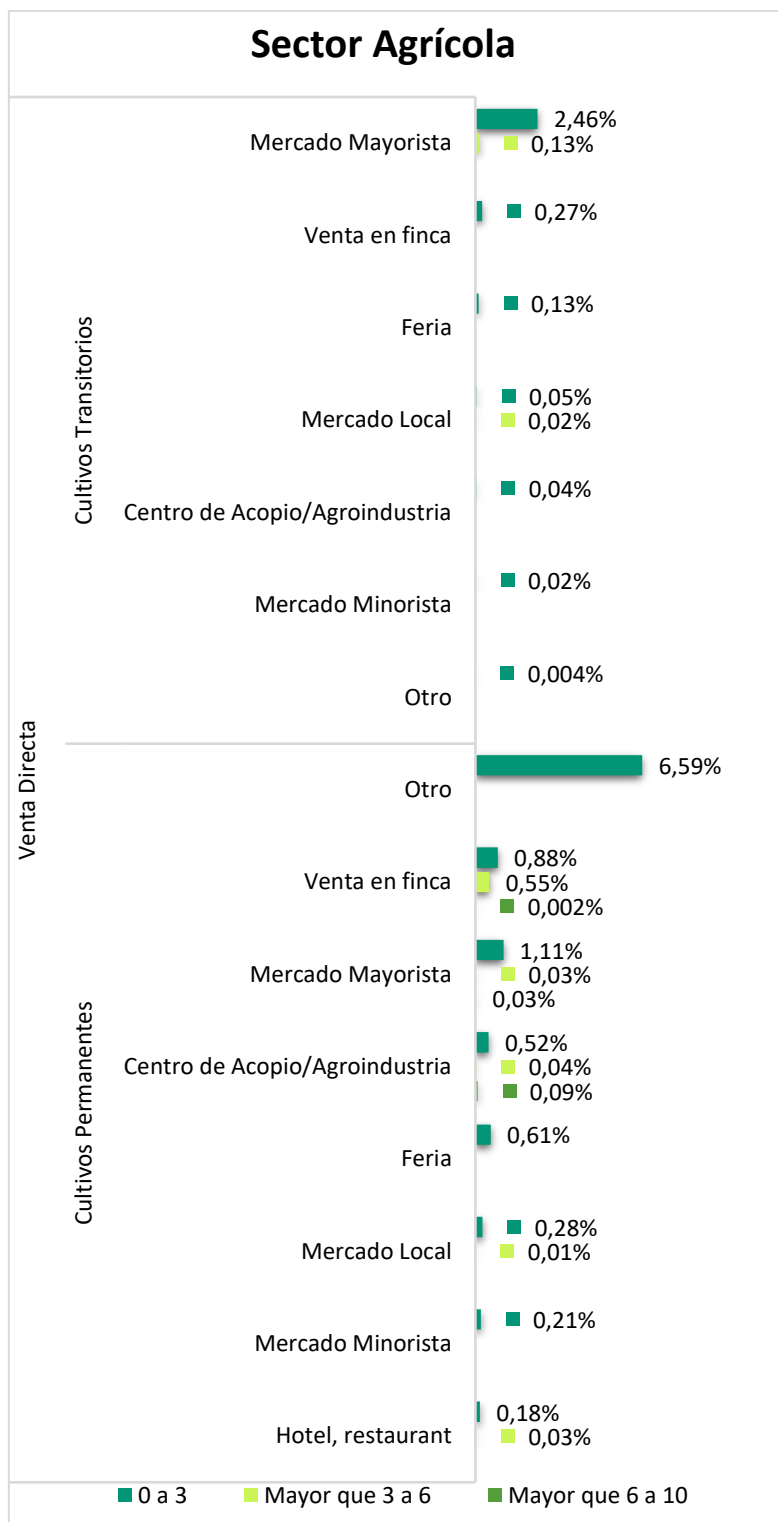
Elaborado por: Edwin Sarchi

Encuestas voluntarias aplicadas por el MAG, referente a los tipos de mercados utilizados por la venta directa por zona, rango de hectárea (agrícola y pecuaria) y sector agropecuario en la AFC de la Sierra en el año 2019.

Tipos de mercados en la venta directa en la AFC por zona, rango de hectárea y sector agropecuario de la Sierra en el año 2019.

Figura 56

Porcentaje de producción agrícola vendida directamente a los diferentes mercados de la Sierra norte

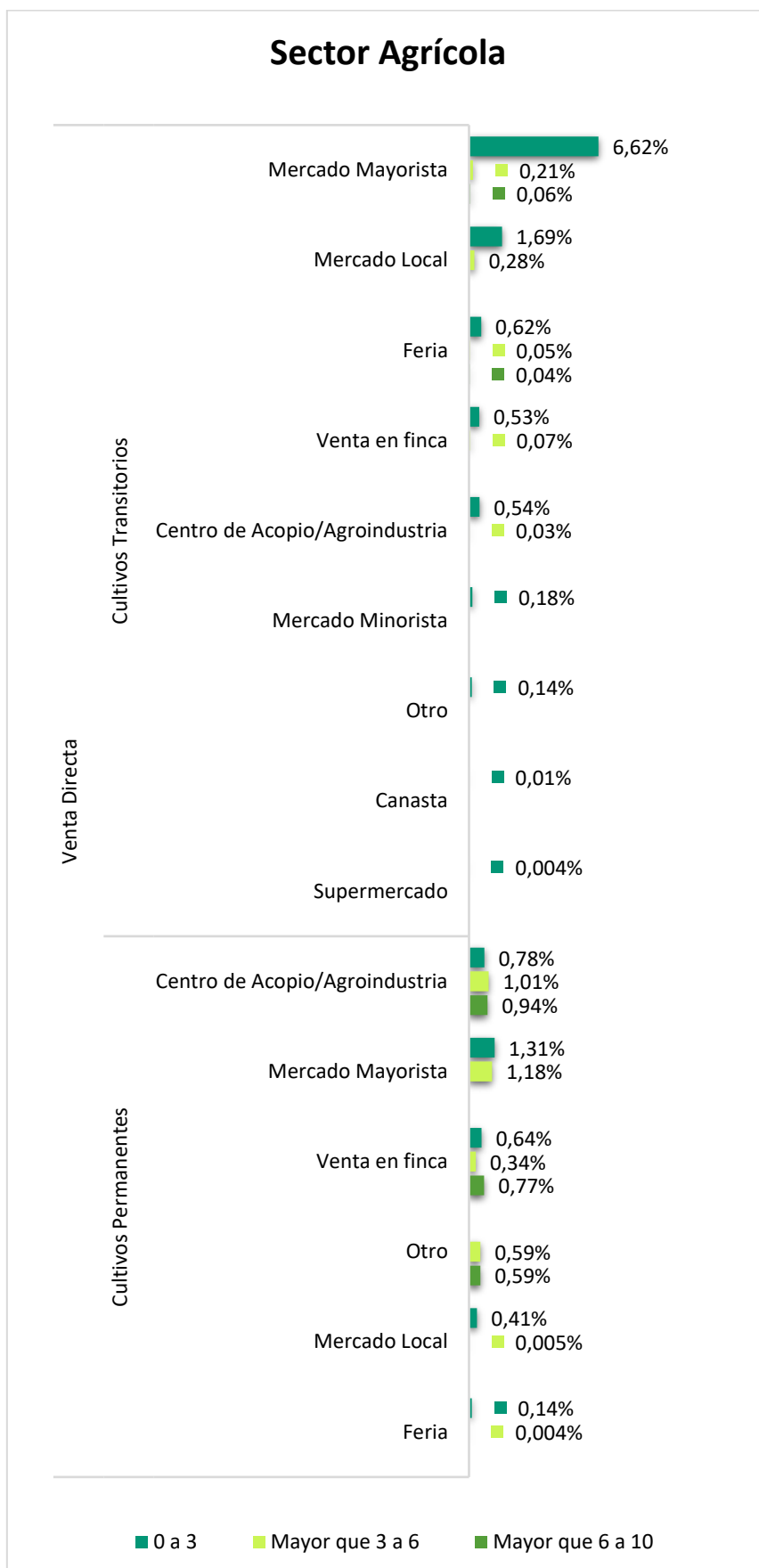


Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

Figura 57

Porcentaje de producción agrícola vendida directamente a los diferentes mercados de la Sierra centro

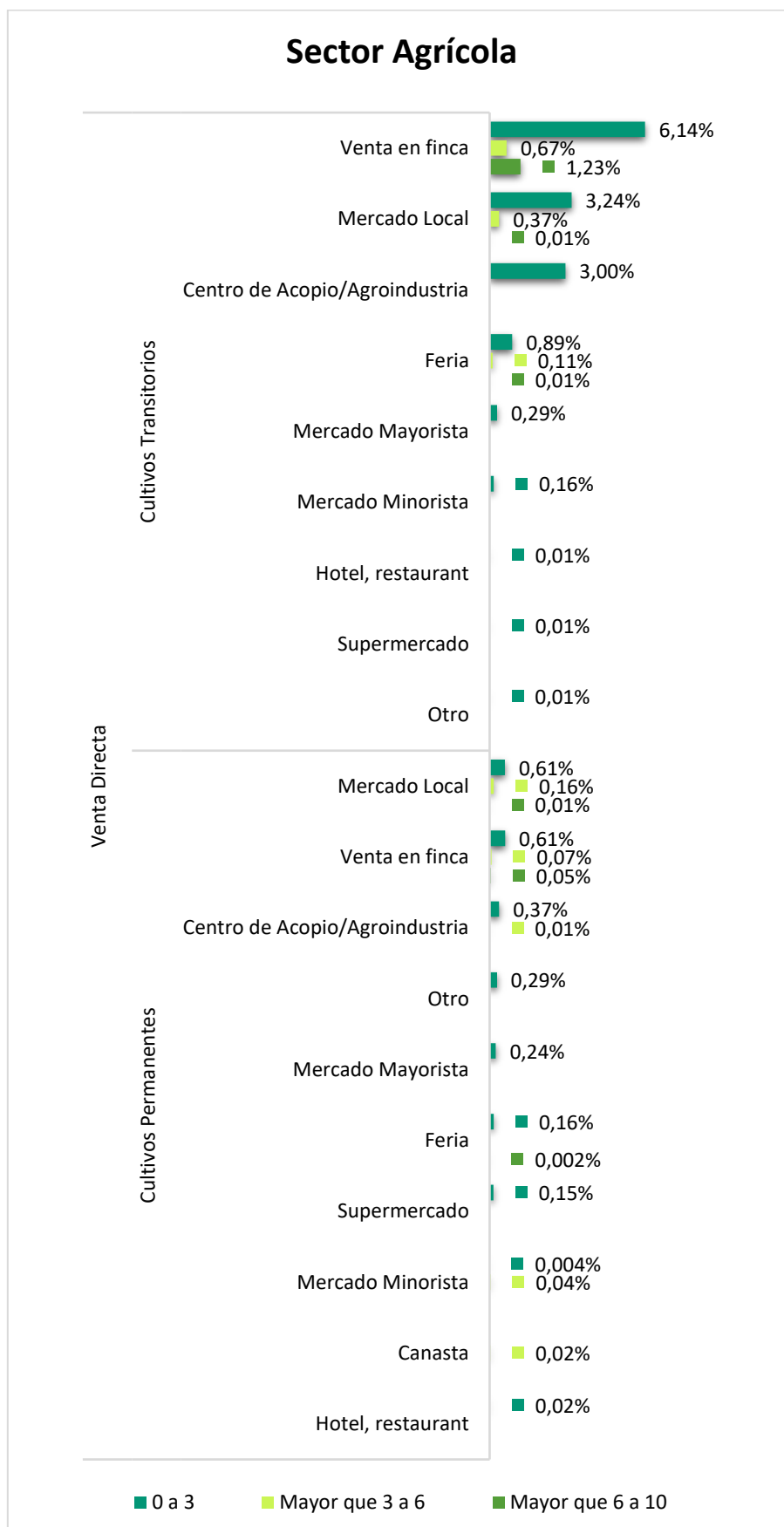


Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

Figura 58

Porcentaje de producción agrícola vendida directamente a los diferentes mercados de la Sierra sur

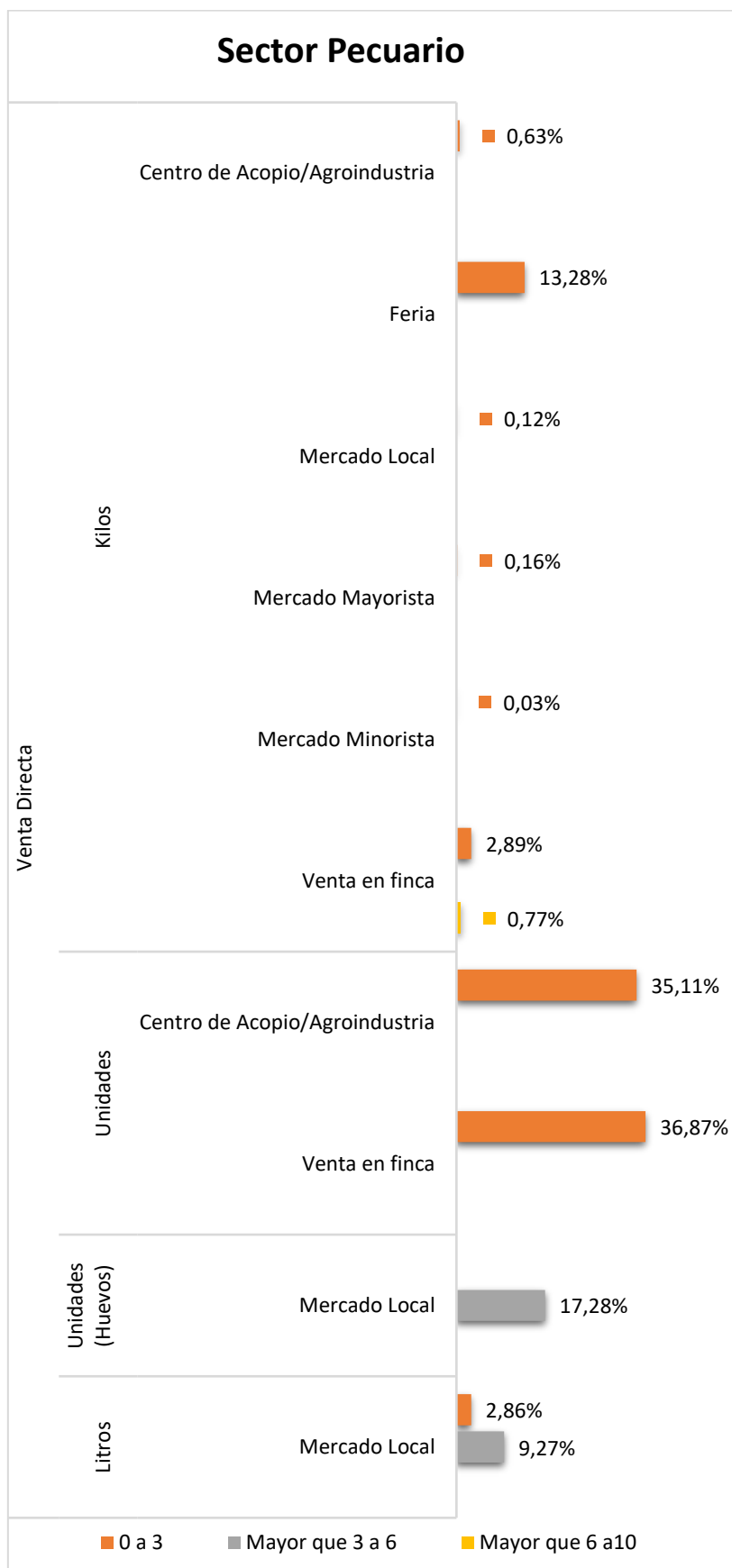


Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

Figura 59

Porcentaje de producción pecuaria vendida directamente a los diferentes mercados de la Sierra norte

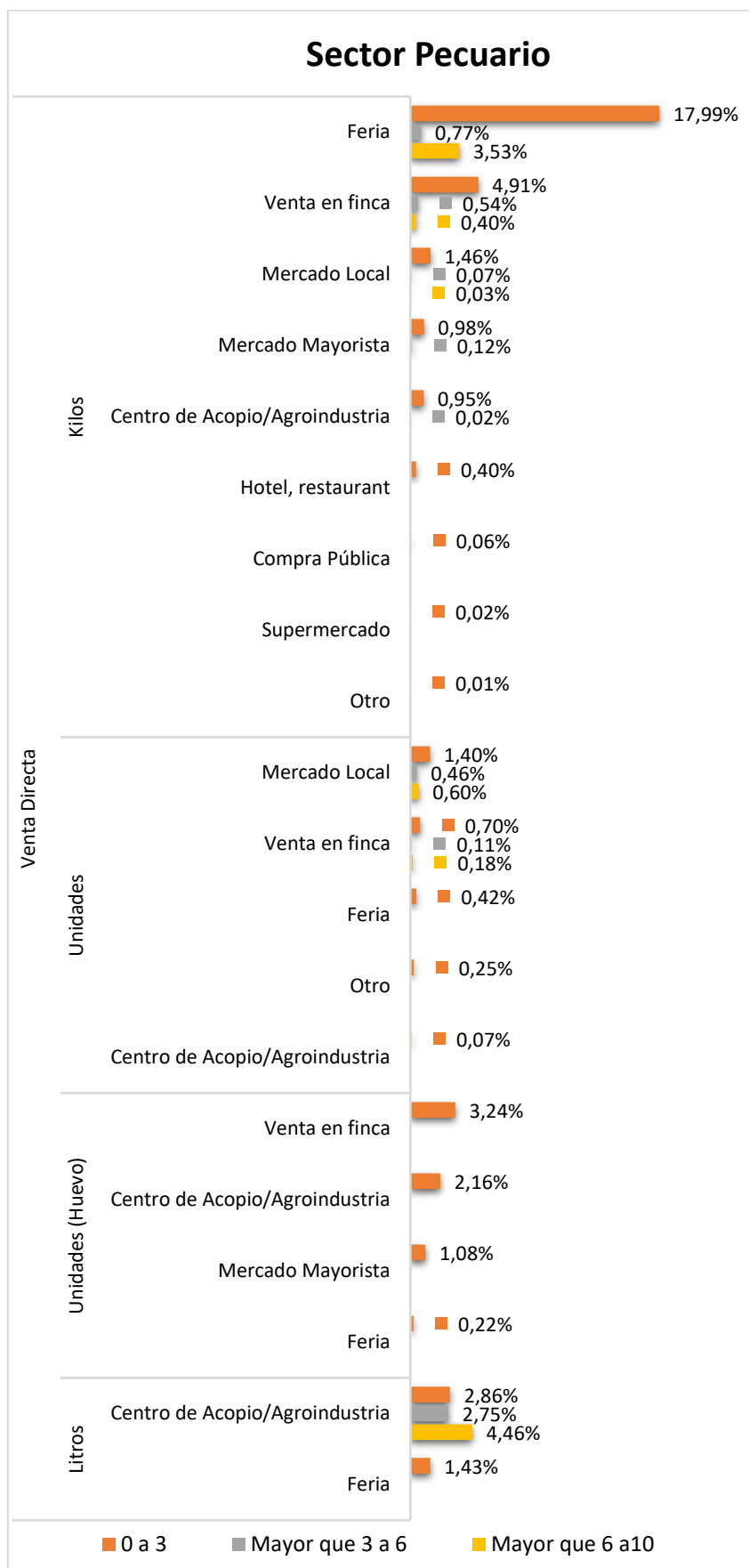


Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

Figura 60

Porcentaje de producción pecuaria vendida directamente a los diferentes mercados de la Sierra centro

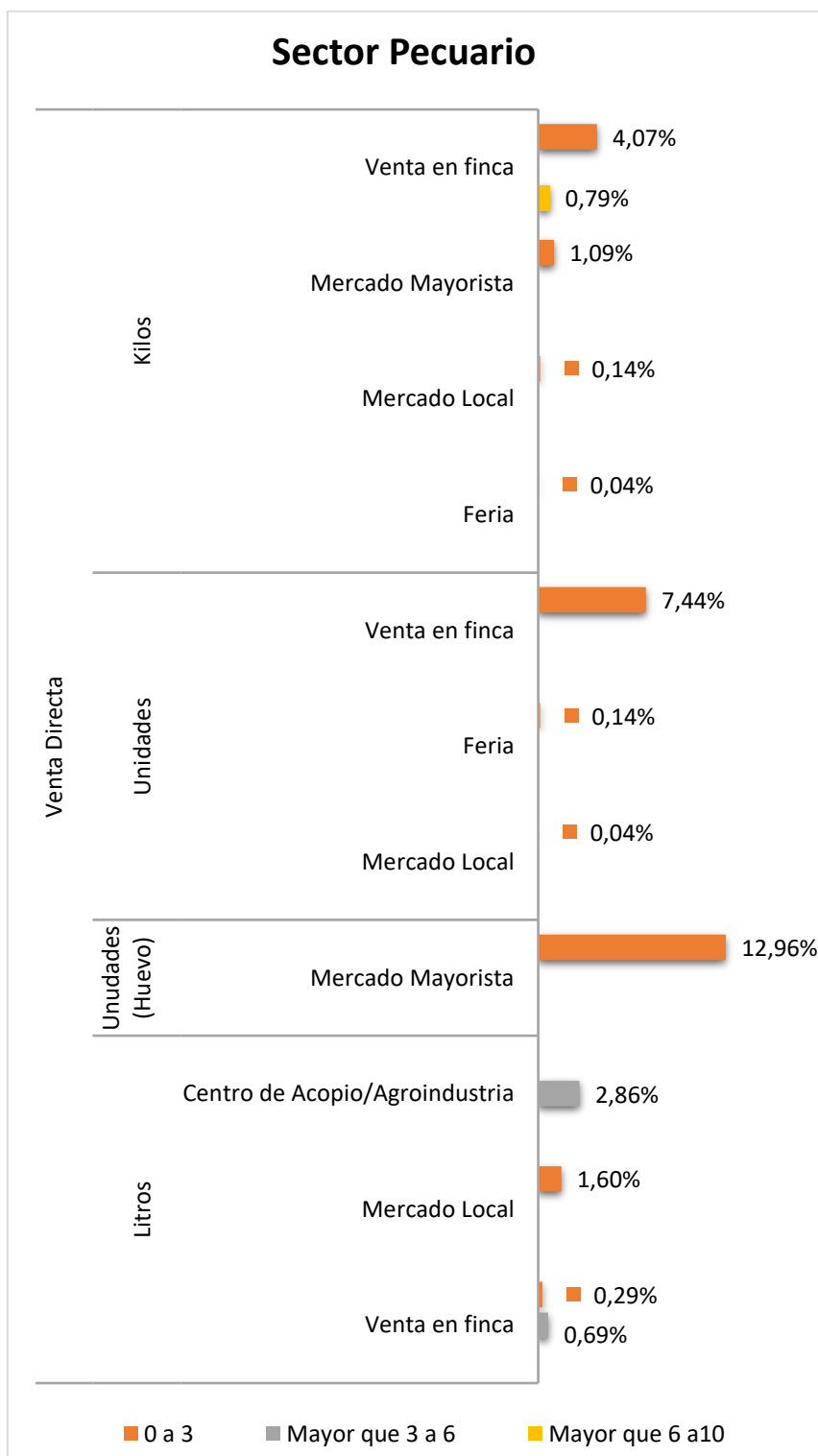


Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

Figura 61

Porcentaje de producción pecuaria vendida directamente a los diferentes mercados de la Sierra sur

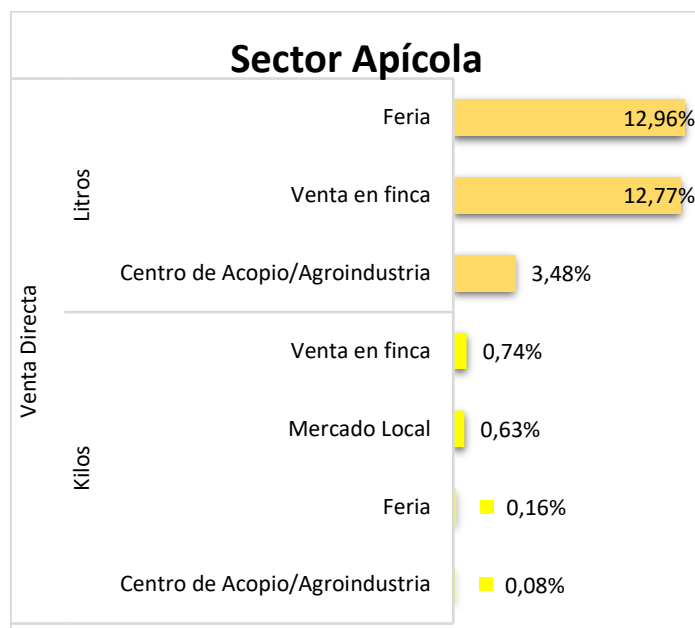


Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

Figura 62

Porcentaje de producción apícola vendida directamente a los diferentes mercados de la Sierra norte

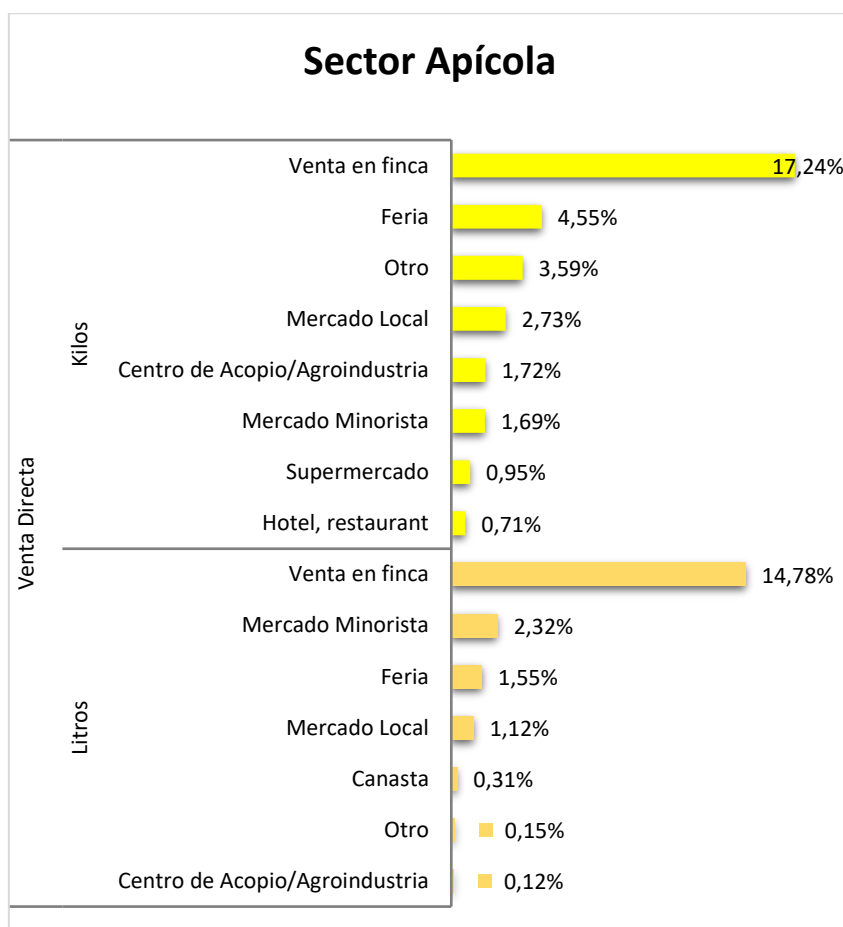


Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

Figura 63

Porcentaje de producción apícola vendida directamente a los diferentes mercados de la Sierra centro

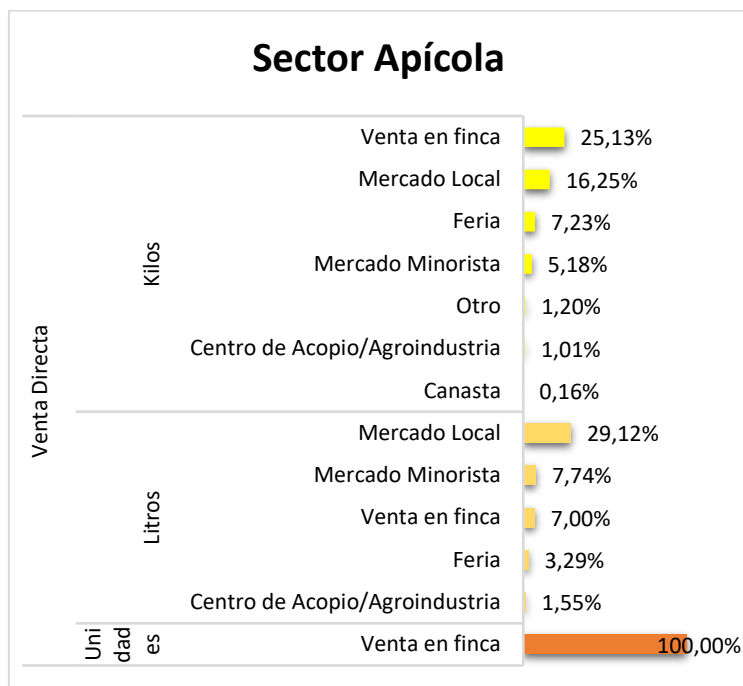


Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

Figura 64

Porcentaje de producción apícola vendida directamente a los diferentes mercados de la Sierra sur

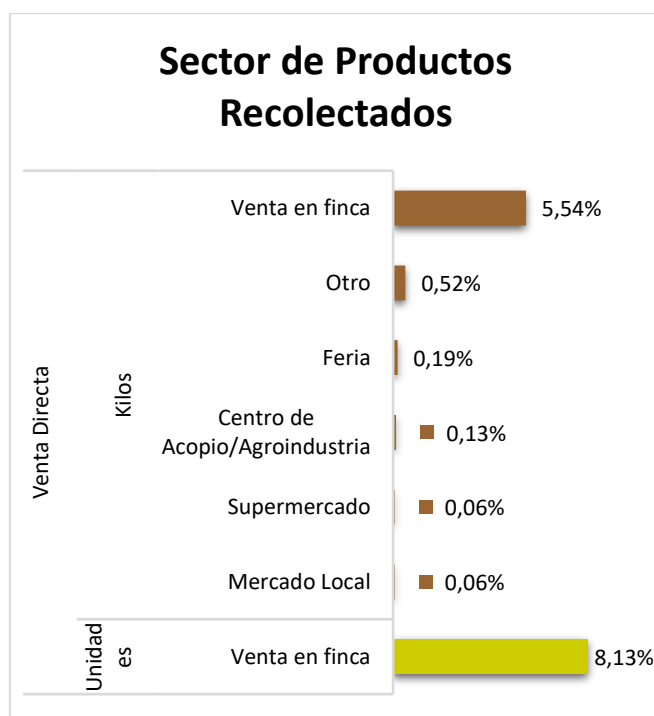


Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

Figura 65

Porcentaje de producción vendida directamente a los diferentes mercados de la Sierra norte del sector de productos recolectados

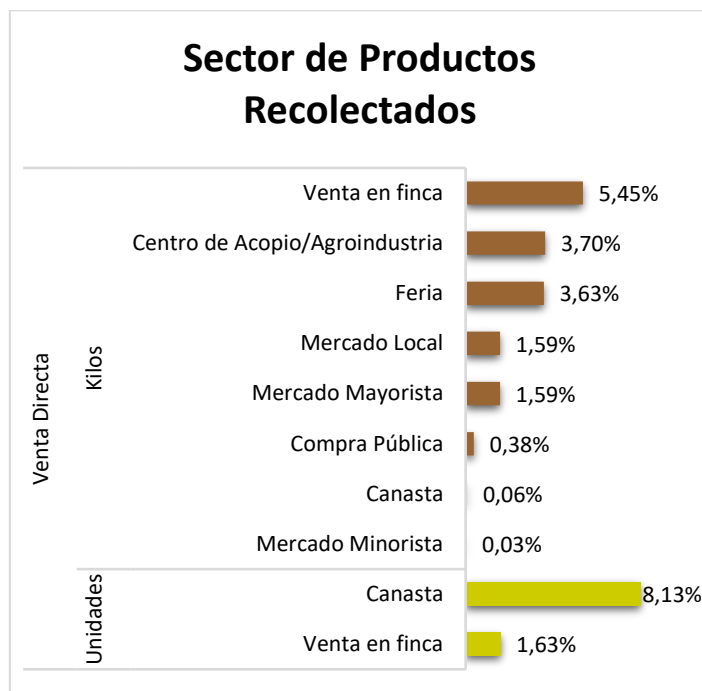


Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

Figura 66

Porcentaje de producción vendida directamente a los diferentes mercados de la Sierra centro del sector de productos recolectados

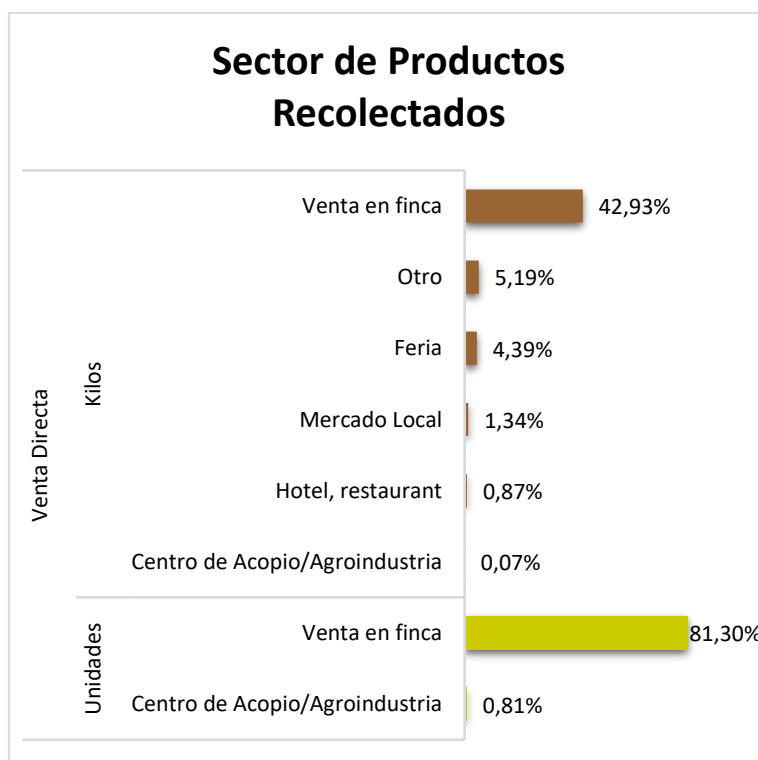


Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

Figura 67

Porcentaje de producción vendida directamente a los diferentes mercados de la Sierra sur del sector de productos recolectados

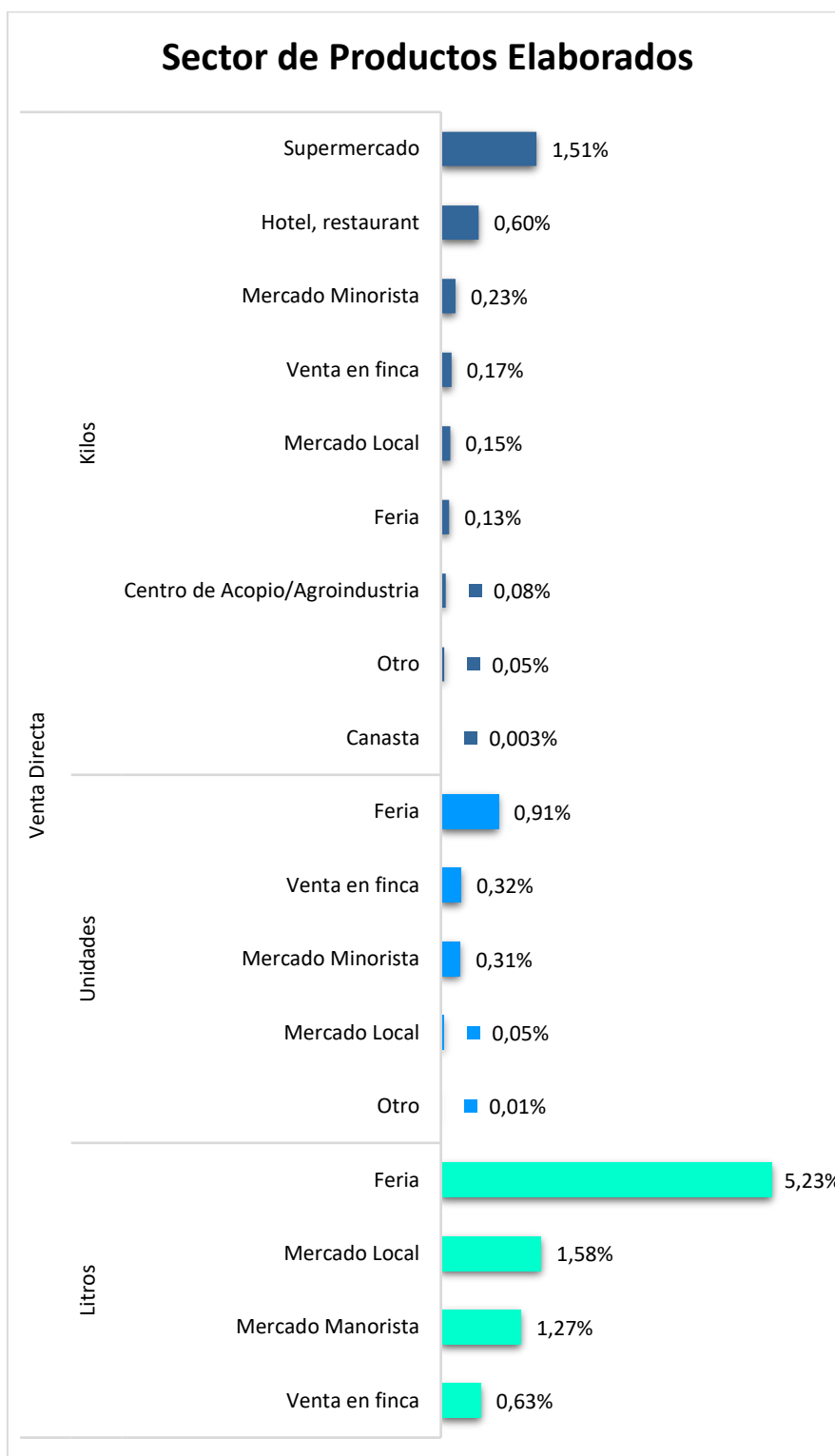


Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

Figura 68

Porcentaje de producción vendida directamente a los diferentes mercados de la Sierra norte del sector de productos elaborados

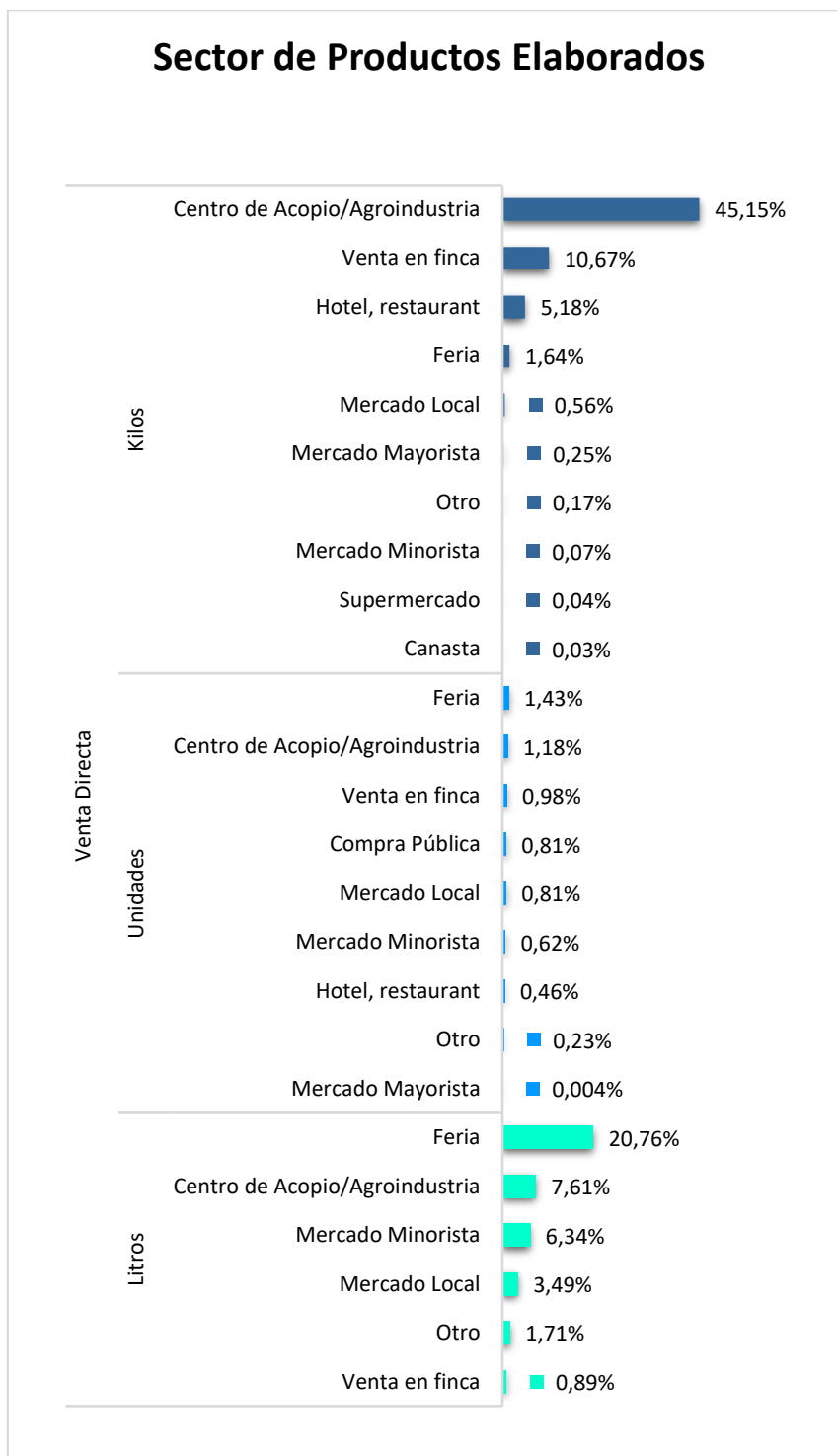


Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

Figura 69

Porcentaje de producción vendida directamente a los diferentes mercados de la Sierra centro del sector de productos elaborados

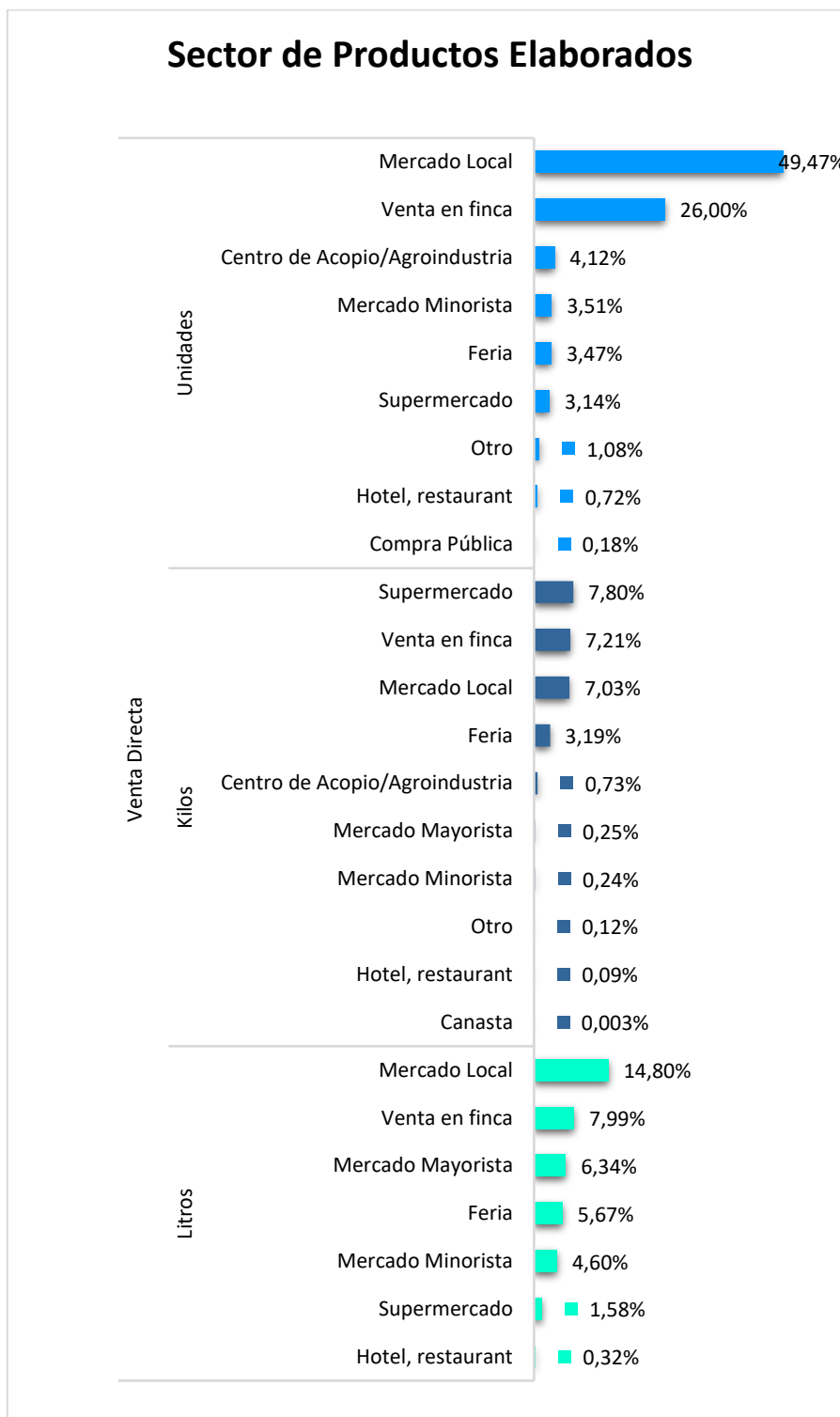


Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

Figura 70

Porcentaje de producción vendida directamente a los diferentes mercados de la Sierra sur del sector de productos elaborados



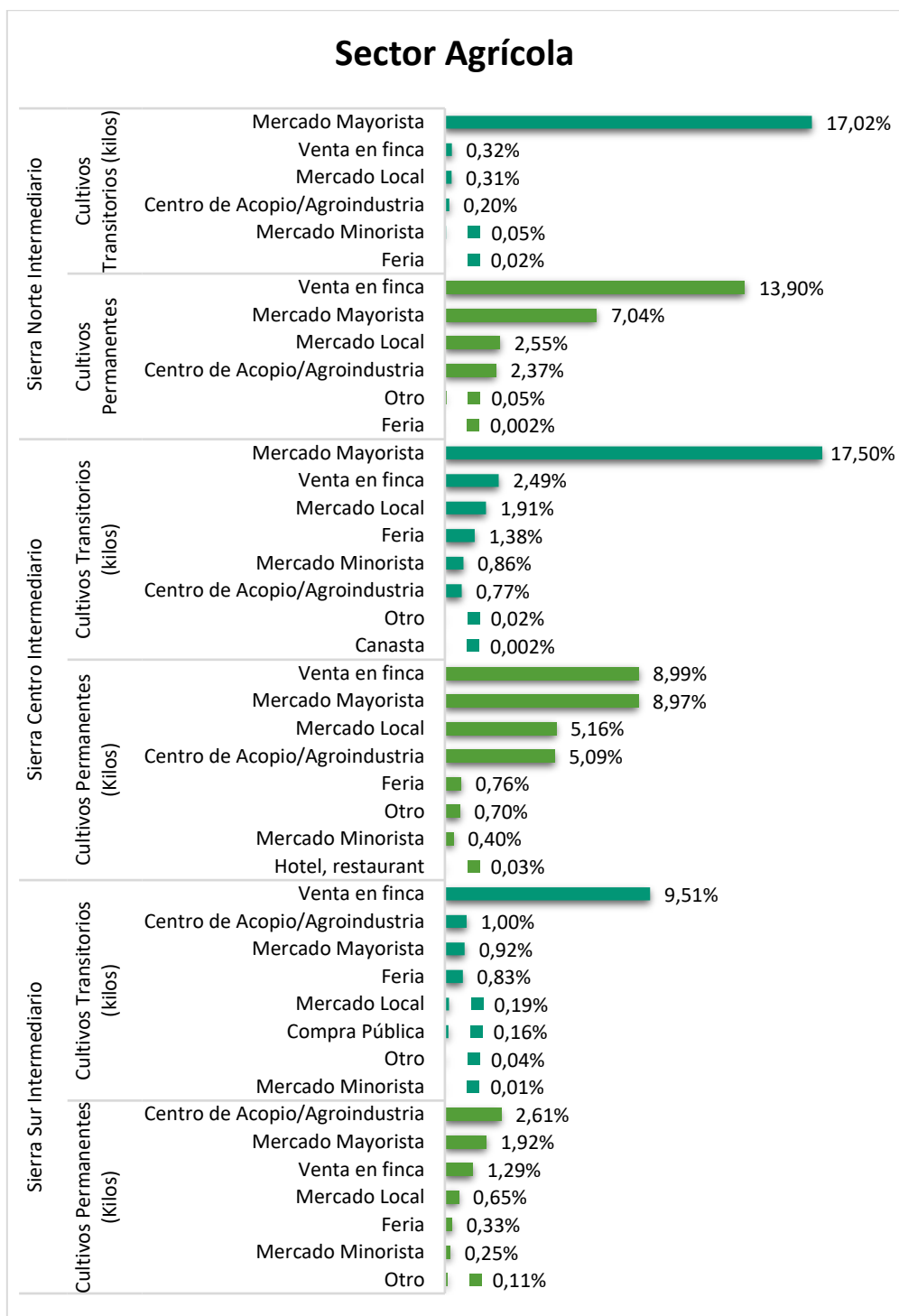
Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

Encuestas voluntarias aplicadas por el MAG, referente a los tipos de mercados en la AFC usados por los intermediarios por zona y sector agropecuario de la Sierra en el año 2019.

Figura 71

Porcentaje de producción agrícola comercializada por los intermediarios a los diferentes mercados por zona de la Sierra

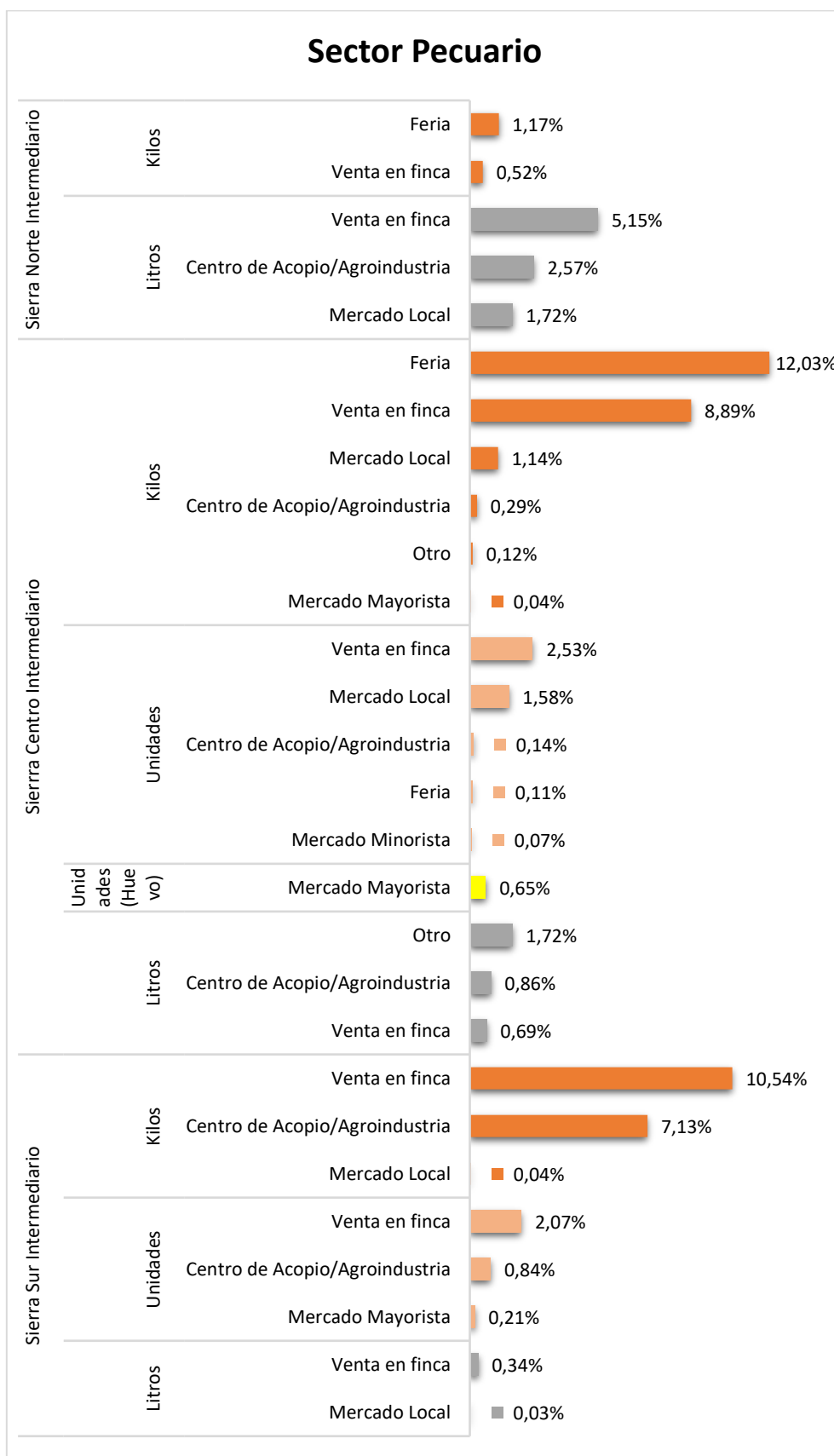


Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

Figura 72

Porcentaje de producción pecuaria comercializada por los intermediarios a los diferentes mercados por zona de la Sierra

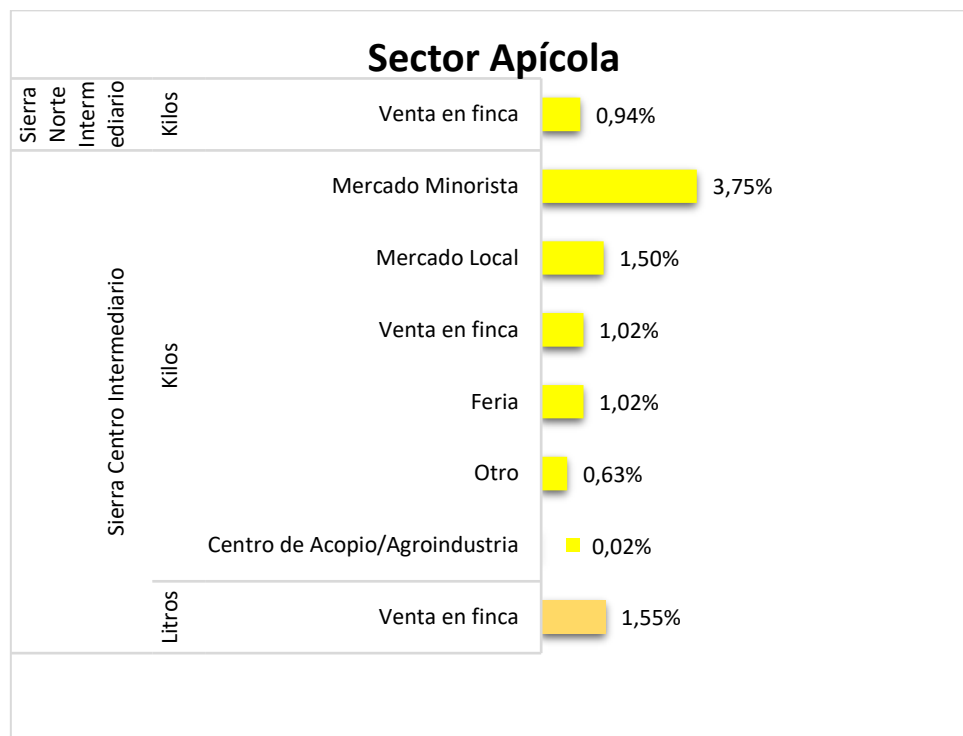


Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

Figura 73

Porcentaje de producción apícola comercializada por los intermediarios a los diferentes mercados por zona de la Sierra

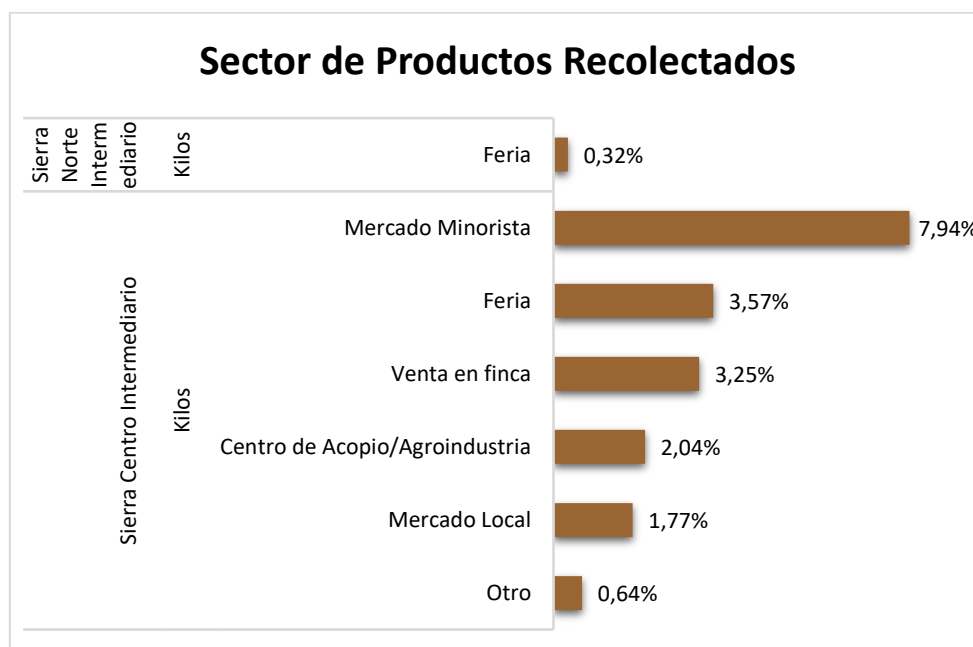


Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

Figura 74

Porcentaje de producción del sector de Productos Recolectados comercializada por los intermediarios a los diferentes mercados por zona de la Sierra

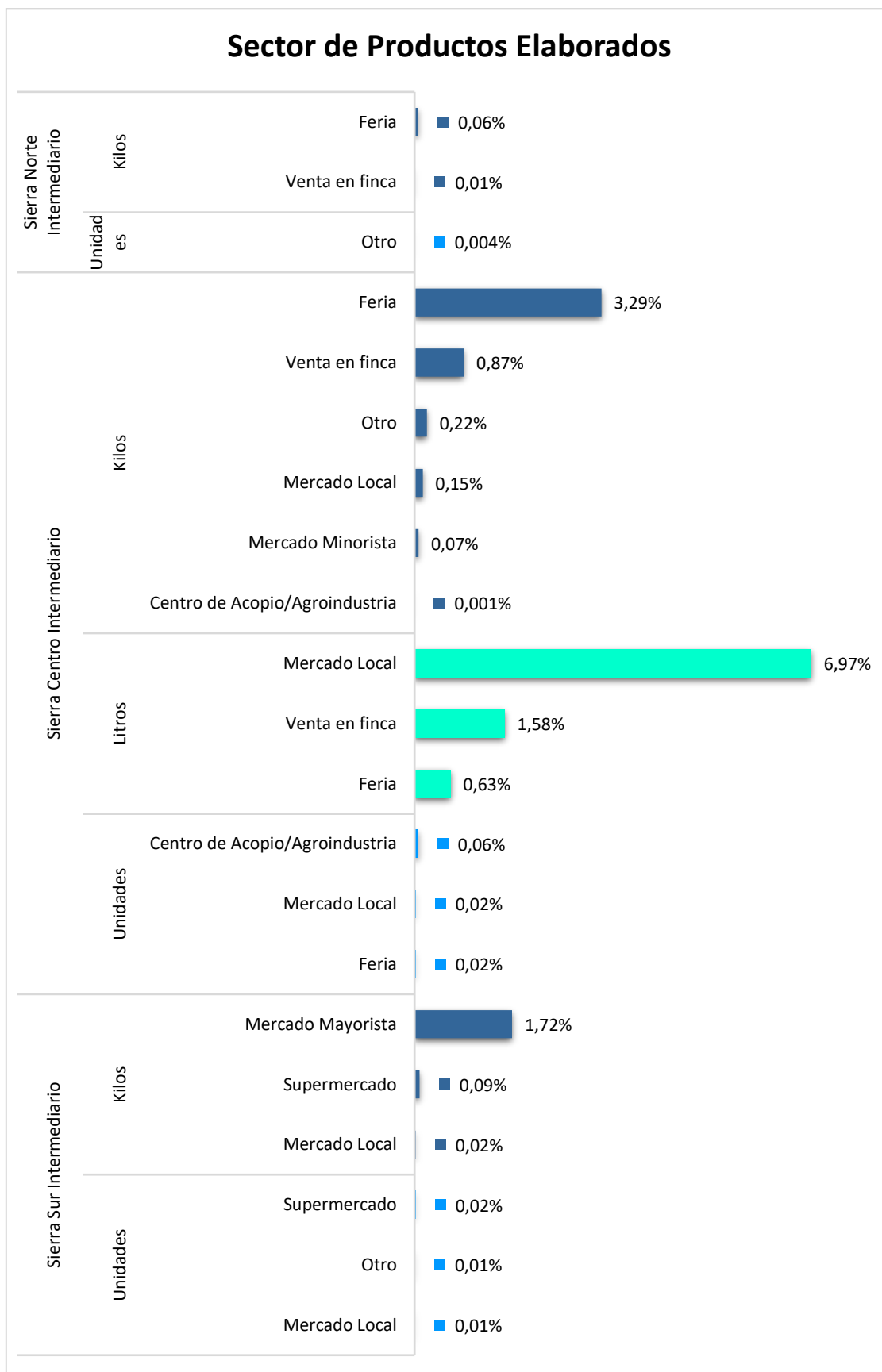


Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi

Figura 75

Porcentaje de producción del sector de productos elaborados comercializada por los intermediarios a los diferentes mercados por zona de la Sierra



Fuente: MAG 2019

Elaborado por: Edwin Sarchi