



Pontificia Universidad
Católica del Ecuador

**SEDE
ESMERALDAS**

UNIDAD DE POSTGRADO Y FORMACIÓN CONTINUA

TÍTULO:

ANÁLISIS DE CADENA DE VALOR PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE
MAÍZ EN LAS PARROQUIAS DEL CANTÓN RIOVERDE.

Línea de Investigación: Análisis y mejoramiento de procesos

**Tesis de grado previo a la obtención del título de Magíster en
Administración de Empresas mención Planeación**

Autor: ING. LUZ MARÍA VILLAVICENCIO VILLACRÉS

Asesor: MGT. GIMMY JÁCOME VÉLEZ

Esmeraldas, Ecuador, Junio, 2017

Trabajo de tesis aprobado luego de haber cumplido los requisitos exigidos por el reglamento de grado de la PUCESE previo a la obtención del Título de Magíster en Administración de Empresas, mención Planeación.

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

TÍTULO DE TESIS.- ANÁLISIS DE CADENA DE VALOR PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE MAÍZ EN LAS PARROQUIAS DEL CANTÓN RIOVERDE.

AUTOR: Ing. Luz María Villavicencio Villacres

Mgt. Gimmy Jácome Vélez
DIRECTOR DE TESIS

f. _____

Mgt. Elias Salazar Donoso
LECTOR 1

f. _____

Mgt. Alexandra Bautista Segovia
LECTOR 2

f. _____

Mgt. Mercedes Sarrade Peláez
COORDINADORA DE POSGRADO

f. _____

Mgt. Maritza Demera Mejía
SECRETARIA GENERAL PUCESE

f. _____

Esmeraldas, Ecuador, Junio, 217

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo, LUZ MARÍA VILLAVICENCIO VILLACRES, portadora de la cédula de ciudadanía 0801348533, declaro que los resultados obtenidos en la investigación que presento como informe final, previo a la obtención del título de Magíster en Administración de Empresas, mención Planeación son absolutamente originales, auténticos y personales.

En tal virtud, declaro que el contenido, las conclusiones y los efectos legales y académicos que se desprenden del trabajo propuesto de investigación y luego de la redacción de este documento son y serán de mi sola y exclusiva responsabilidad legal y académica.

ING. LUZ MARÍA VILLAVICENCIO VILLACRES
C.I 0801348533

CERTIFICADO DEL DIRECTOR DE TESIS

Yo, MGT. GIMMY JÁCOME VÉLEZ, certifico haber revisado que el trabajo ANÁLISIS DE CADENA DE VALOR PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE MAÍZ EN LAS PARROQUIAS DEL CANTÓN RIOVERDE, cumple con los requisitos de calidad, originalidad y presentación exigibles y que se han incorporado las sugerencias del Tribunal, al trabajo de grado.

MGT. GIMMY JÁCOME VÉLEZ
DIRECTOR DE TESIS

DEDICATORIA

Este trabajo de tesis está dedicado con mucho cariño para mi esposo Ing. Jorge Luis Solís Donoso Msc y a mis hijos Luciana Isabella y Lenin Leonardo, quienes son mi motivación para seguir luchando en cada meta que se presenta en mi vida.

Luz María

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la oportunidad de vivir cada momento, por el he podido alcanzar metas en mi vida que son el resultado de su bondad hacia mí.

A mi familia ya que ellos siempre estuvieron brindándome su apoyo incondicional y dándome ánimo para seguir adelante.

Mis sinceros agradecimientos a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas, a mis maestros y en especial a mi tutor y a mis lectores, por su paciencia y conocimientos brindados.

Luz María

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Unidad de postgrado y formación continua	iii
Tribunal de graduación	iv
Declaración de autenticidad y responsabilidad	v
Certificado del director de tesis	vi
Dedicatoria	vii
Agradecimiento	viii
Índice de contenidos	ix
 CAPÍTULO I	 1
INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS	1
1.1 Justificación	3
1.2 Marco teórico	4
1.2.1 Fundamentación teórica conceptual	4
1.2.1.1 El maíz	4
1.2.1.2 Relación de la producción con la comercialización	5
1.2.1.3 Canales de comercialización	5
1.2.1.4 Valor logístico	5
1.2.1.5 Cadena de abastecimiento	6
1.2.1.6 Cadena de valor	6
1.2.1.7 Agrocadena de valor	8
1.2.1.8 Cadena productiva	9
1.2.1.9 Ciclo de aprovisionamiento	9
1.2.1.10 Beneficios para las cadenas de valor	9
1.2.1.11 Ciclo de producción	10
1.2.1.13 Competitividad agrícola	10
1.2.2 Fundamentación legal	11
1.2.3 Revisión de estudios previos	13
1.3 Objetivos	15
1.3.1 General	15
1.3.2 Específicos	15

CAPÍTULO II	16
METODOLOGÍA	16
2.1 Método de investigación	16
Tipo de investigación	17
2.2 Universo, población y muestra	18
2.3 Instrumentos	18
2.3.1 Encuesta	18
2.3.2 Entrevista	19
2.3.2 Cuestionario	19
 CAPÍTULO III	 20
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	20
3.1 Resultados de las encuestas a productores	20
3.2 Resultados de las entrevistas	32
3.3 Producción de maíz en el cantón Rioverde	34
 CAPÍTULO IV	 36
DISCUSIÓN	36
4.1 Discusión de resultados	36
 CAPÍTULO V	 39
CONCLUSIONES Y PROPUESTA	39
5.1 Conclusiones	39
5.2 Propuesta	40
5.2.1 Cadena de valor	40
5.2.2 Participantes en cadena de valor	41
5.2.3 Objetivos estratégicos, programas y proyectos	42
 BIBLIOGRAFÍA	 44
ANEXOS	46

RESUMEN

La presente investigación cuyo propósito fue analizar la cadena de valor para la comercialización de maíz en las parroquias del cantón Rioverde, es realizada a propósito de beneficiar al sector agrícola y productores campesinos de las comunidades y parroquias del Cantón de Rioverde, mejorando sus condiciones de producción y comercialización y apoyando por ende, al desarrollo productivo de estos actores productivos. Para el cumplimiento del objetivo de investigación se planteó una metodología en la que destaca el método inductivo, para conocer las características de los procesos de comercialización y el método deductivo, que permitió la identificación de fundamentaciones teóricas relativas al tema de estudio; se aplicó una investigación básica, valiéndose de instrumentos como la encuesta, la entrevista y el cuestionario para la obtención de resultados sobre el tema que se estudia. Entre los principales resultados obtenidos del proceso investigativo se estableció que la productividad generada por cada hectárea de maíz, aunque no sobrepasa los 60 quintales por hectárea, se encuentra dentro de los parámetros exigidos por el MAGAP; el principal factor que afecta en este sector es la inestabilidad en los precios pagados a los productores, es por ello que se pudo notar la falta de presencia de entidades reguladoras de esta gramínea y el agricultor es irrespetado a la hora de comercializar su producto; no existen agrupaciones de productores de maíz en el cantón Rioverde, que independientemente realizan su venta directamente a los comercializadores, siendo los agricultores los más perjudicados al momento de vender su producto, debido a los precios fluctuantes del mercado y la inadecuada cadena de valor existente para la comercialización del maíz producido.

PALABRAS CLAVES

Maíz, Producción y Comercialización, Cadena de Valor, Ciclo de Producción, Precios, Intermediarios, Competitividad Agrícola.

SUMMARY

The present research whose purpose was to analyze the value chain for the commercialization of maize in the parishes of the canton Rioverde is carried out in order to benefit the agricultural sector and farmers of the communities and parishes of the Canton of Rioverde, improving their conditions of production And marketing and thus supporting the productive development of these productive actors. In order to fulfill the research objective, a methodology was proposed which emphasizes the inductive method, to know the characteristics of the commercialization processes and the deductive method, which allowed the identification of theoretical foundations related to the subject of study; Basic research was applied, using instruments such as the survey, the interview and the questionnaire to obtain results on the subject under study. Among the main results obtained from the investigative process, it was established that the productivity generated by each hectare of maize, although not exceeding 60 quintals per hectare, is within the parameters demanded by MAGAP; The main factor that affects this sector is the instability in the prices paid to the producers, that is why it was possible to notice the lack of presence of regulators of this grass and the farmer is disrespected when it comes to market his product; There are no groups of maize producers in the canton Rioverde, who independently sell directly to the merchants, with farmers being the most affected when selling their product, due to fluctuating market prices and the inadequate value chain existing for The commercialization of maize produced.

KEYWORDS

Maize, Production and Marketing, Value Chain, Production Cycle, Prices, Intermediaries, Agricultural Competitiveness.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

De acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, mundialmente conocida como **FAO**. El maíz es considerado como el tercer cultivo más importante del mundo, después del trigo y del arroz; debido a que sus variedades se adaptan fácilmente para ser productivas; sus nutrientes, se constituye en uno de los alimentos básicos para la alimentación humana y animal.

Además el mapa de los productos agrícolas del Ecuador en su portada del once de noviembre del dos mil once publican que los cultivos agrícolas: maíz, banano, café, arroz y otros; se destinan para satisfacer la demanda de mercados nacionales e internacionales, éstos aportan con el 14% del total de la superficie del país.

Para la Comisión Económica para la América latina y el Caribe (CEPAL) la alimentación; en el país se lo cultiva tanto en la costa como en la sierra, siendo su producción un pilar fundamental para el desarrollo del sector agropecuario, por la importancia socioeconómica que representa su uso directo y en la fabricación de alimentos balanceados, con una demanda anual de aproximadamente que bordea el medio millón de toneladas.

Según el diagnóstico del Ministerio de Agricultura Acuicultura y Pesca (MAGAP), se refleja que en la provincia de Esmeraldas la superficie agrícola dedicada al cultivo de maíz entre los pequeños y medianos productores se incrementa, una gran parte de la siembra y manejo utiliza la mano de obra campesina y generan gran cantidad de empleo local.

El plan de semillas de alto rendimiento para la producción de maíz suave, incentiva a los agricultores del Cantón Rioverde que a mediados del 2016

el incremento de su producción sea relevante. Esto se efectuó mediante la entrega de kits agrícolas acompañado de subsidios estatales que conllevan a pasar de tres toneladas del grano por hectárea a siete toneladas.

Esta posibilidad se viabiliza a través de la entrega hecha por el Ministerio de Agricultura, Acuicultura, Ganadería y Pesca (Magap), de kits agrícolas con semillas e insumos para 70.000 hectáreas de cultivo en todo el país.

El Ministerio de Agricultura, Acuicultura y Pesca MAGAP, entregará 3000 Kits para siembra de maíz, al GAD Municipal Rioverde; conjuntamente diseñará las estrategias para el desarrollo agrícola, y fortalecer la producción, en el cual se favorecerán los productores de las comunidades; a través de un convenio interinstitucional de 3000 hectáreas de maíz, en el Cantón Rioverde.

De acuerdo a la Dirección de Gestión Ambiental del GADMC Rioverde en el Cantón la productividad del cultivo de maíz es limitada, debido a diversos factores que afectan el desarrollo técnico y económico de sus localidades. La producción existente se la comercializa a intermediarios locales y nacionales, proporcionando fluctuación en los precios, que hace esta actividad poco atractiva dependiendo de la demanda.

La escasas condiciones económicas de los campesinos del cantón, la falta de apoyo técnico, sitios de comercialización en el que se cancele el precio justo y principalmente un capital operativo que le permita incrementar su producción y realizar las labores agroquímica adecuadas en sus debidos tiempos describen la situación actual del problema a investigar.

A esto se incrementa la falta de seguimiento y capacitación técnica a la producción de maíz, que permitan que el producto se comercialice en óptimas condiciones a través de una cadena productiva, y posteriormente su comercialización.

Por ello existe la necesidad de que se analice la cadena productiva del maíz en las parroquias del Cantón Rioverde, para que sea parte del incremento de la productividad en beneficio de la población.

1.1 Justificación

Fomentar el desarrollo productivo a través de la producción de maíz subsidiado por el estado ecuatoriano se analiza con gran expectativa desde la perspectiva de los campesinos de las parroquias del Cantón Rioverde, pues al cumplirse lo planificado, técnica y administrativamente se creará mano de obra local, existirá mejoras en la calidad de vida de la población, se inducirá al fomento productivo, y se dinamizara la economía. Por todos esto la matriz y el fomento productivo del país recibirá un importante aporte.

Transformar la matriz productiva es uno de los retos más ambiciosos del actual gobierno, el que permitirá al Ecuador superar el modelo de generación de riquezas: concentrador, excluyente y basado en recursos naturales, por un modelo democrático, incluyente y fundamentado en el conocimiento y las capacidades de las y los ecuatorianos.

Hoy la transformación de la matriz productiva fomenta las exportaciones de productos nuevos, busca diversificar y ampliar los destinos internacionales de nuestros productos.

La presente investigación se encamina a beneficiar al sector agrícola y campesino productores de las comunidades y parroquias del Cantón de Rioverde, apoyando al desarrollo productivo.

Es de suma importancia identificar la cadena de valor de la producción del maíz, para que los actores locales accedan a tener un proceso de logística óptimo que permita mejorar la comercialización del producto.

Los beneficiarios directos de la presente investigación son los campesinos de la cuenca del río Ostone, Mate, Lagarto, Río Verde; sector agrícola campesino de la cabecera cantonal y parroquias del Cantón Rioverde.

1.2 Marco teórico

1.2.1 Fundamentación teórica conceptual

1.2.1.1 El maíz

Según lo expresado por Calero (1998), el origen exacto del maíz (*Zea mays*), incluso en la actualidad, no ha llegado a esclarecerse plenamente. Existen dos corrientes distintas con respecto a su origen. La primera y más extendida sitúa su origen en una evolución del teosinte, cultivo anual que posiblemente sea el más cercano al maíz. La segunda tendencia en cambio, cree que se desarrolló a partir de un maíz silvestre hoy desaparecido (pág. 12).

En el Ecuador, el maíz duro es considerado uno de los productos agrícolas más importantes en la productividad ecuatoriana. Sirve como base para la producción de balanceados, productos tan necesarios en el proceso de desarrollo animal, especialmente en la avicultura, una de las actividades más dinámicas del sector agropecuario.

1.2.1.2 Relación de la producción con la comercialización

Según Thompson (2006), aunque la producción es una actividad económica necesaria, algunas personas exageran su importancia con respecto a la comercialización.

Se tiene una idea de que solo con tener un buen producto, los negocios serían un éxito. El caso es que la producción y la comercialización son partes importantes de todo un sistema comercial destinado a suministrar a los consumidores de bienes y servicios que satisfacen sus necesidades. Al combinar producción y comercialización, se obtienen las cuatro utilidades económicas básicas: de forma, de tiempo, de lugar y de posesión, necesarias para satisfacer al consumidor.

1.2.1.3 Canales de comercialización

Terranova (1995), define a los canales de comercialización como los procesos de entrega de un producto del agricultor al consumidor, de acuerdo con las instituciones o agentes que enlazan el proceso. Los canales de comercialización cumplen con la función de facilitar la distribución y entrega de los productos al consumidor final.

1.2.1.4 Valor logístico

De acuerdo a Ramírez (2002), el valor se refiere al motivo que genera que las personas se sientan atraídas por algún producto o servicio que le permita satisfacer sus necesidades y requerimientos. El significado del valor es derivado generalmente de varios costos y gastos asociados que cambian o se modifican entre las personas y los momentos.

Desde el punto de vista logística, es importante mencionar que busca la satisfacción de los usuarios clientes con la menor incurrencia de costos por medio del esfuerzo integrado de todos los integrantes de la organización.

Como plantea Ballou (2004), el valor en la logística se refiere a la creación de valor para clientes y proveedores de la empresa está referenciado en los más específicos términos de tiempo y lugar de entrega. Los productos o servicios que se ofertan a los clientes no tendrían ningún valor sino llegan a mano de los clientes en el lugar y en el tiempo que ellos soliciten (pág. 31).

1.2.1.5 Cadena de abastecimiento

De acuerdo a López (2011), la cadena de abastecimiento puede ser definida como las diferentes acciones que se presentan en el flujo y producción de materias primas en productos terminados tomando en consideración desde la asignación de materia prima hasta el consumo final por parte del cliente o usuario que solicita el producto o servicio.

Ante esto, los gerentes o administradores deben conocer y determinar en términos reales, que materiales y materias primas se necesitan para efectuar los diferentes procesos, determinando la necesidad de cada y área de cada uno de ellos en base a la capacidad de la planta de producción.

1.2.1.6 Cadena de valor

Según Porter (1985), la cadena de valor es una herramienta de gestión que permite realizar un análisis interno de una empresa, a través de su desagregación en sus principales actividades generadoras de valor (pág. 24).

Al analizar la conceptualización expresada, se puede mencionar que esta herramienta de gestión es llamada cadena de valor porque toma en cuenta todos los procesos que se ejecutan en una empresa como los eslabones de una serie de actividades que agregan valor al producto cuando pasa por cada uno de ellos.

Quienes participan en la cadena de valor

De acuerdo a Hobbs (2000), no hay reglas fijas acerca de quiénes pueden participar en una cadena de valor, sin embargo, se debe tener presente los objetivos de la relación. Una cadena de valor exitosa será sensible a las necesidades del consumidor.

Esto de acuerdo a Hobbs (2010), quizás signifique apuntar a la calidad del producto, tiempo de entrega o a los mecanismos de retroalimentación. Dependiendo de las características del producto y la naturaleza del mercado elegido, habrá varios puntos críticos de control; tal como conocer cómo se mueve el producto a través de la cadena agroalimentaria desde el productor al consumidor (pág. 23).

Hay funciones y roles claves que afectan la calidad del producto, tiempo de entrega, el flujo de información, etc. Todos los participantes que tienen influencia en un “punto de control” que es crítico para lograr los objetivos de la cadena de valor, deben estar directamente involucrados.

Como se estructuran las cadenas de valor

Según Holmlund y Fulton (1999), una cadena de valor es una red de alianzas estratégicas independientes que manejan juntos el flujo de bienes y servicios a lo largo de toda la cadena agroalimentaria.

Las alianzas estratégicas implican que la asociación es planeada de antemano por un grupo de gente que emprende colectivamente las actividades que ellos no podrían emprender por sí mismas. El resultado es una “inteligencia competitiva”, donde se recoge y comparte información a la cual no se podría acceder en forma independiente.

Existe un número de consideraciones organizacionales claves para construir una cadena de valor exitosa, estas incluyen:

- Establecer objetivos comunes;
- Manejar los flujos de información;
- Evaluación del desempeño;
- La existencia de beneficios palpables para todos los implicados; y
- Construir confianza y establecer relaciones de trabajo.

1.2.1.7 Agrocadena de valor

De acuerdo a Acosta (2006), el concepto de agrocadena de valor hace referencia a la manera como un conjunto de actores se relaciona en función a un producto específico, para agregar o aumentar su valor a lo largo de los diferentes eslabones, desde su etapa de producción hasta el consumo, incluyendo la comercialización, el mercadeo, y la distribución.

La agrocadena de valor permite descomponer al proceso productivo agrícola en cada una de sus partes componentes, de tal forma que se puedan encontrar en dicha descomposición, las deficiencias a corregir en pos de optimizar la cadena productiva.

1.2.1.8 Cadena productiva

Según lo expresado por la Organización de las Naciones Unidas (2012), para el Desarrollo Industrial, en su Manual de Cadenas Productivas, la cadena productiva puede referirse a un conjunto estructurado de procesos de producción que tienen en común un mismo mercado y en el que las características tecno productivas de cada eslabón afectan la eficiencia y la productividad de la producción en su conjunto.

Es entonces la cadena productiva, el conjunto de procesos integrados en torno a la producción de bienes o servicios; empieza su ciclo en los proveedores de materia prima y termina en el consumidor final.

1.2.1.9 Ciclo de aprovisionamiento

Según Anaya (2011), se refiere a los procesos que tienen relación con el abastecimiento de materias primas y materiales que deben ser puestos a consideración para las diferentes actividades y procesos en las áreas de producción de la empresa (pág. 31).

1.2.1.10 Beneficios para las cadenas de valor

Para Hobbs (2000), en un ambiente agroalimentario globalizado y cada vez más competitivo, los negocios que se adaptan para satisfacer las necesidades de los consumidores son los únicos que sobrevivirán y crecerán. Cada vez más, el mercado alimentario se caracteriza por productos de características diferenciadas para satisfacer o adaptarse a diferentes segmentos de consumidores.

No sólo los atributos tangibles de los productos alimentarios - gusto, textura, contenido de grasas, contenido nutricional, el precio - importan a los consumidores, sino las cualidades intangibles -la seguridad alimentaria, el bienestar animal, lo concerniente al medioambiente, etc. - están ganando importancia rápidamente (Hobbs, 2000).

La habilidad de garantizar la provisión de productos de alta calidad depende del compromiso de todos los participantes en la cadena y requiere cooperación desde el productor hasta el distribuidor; esto es uno de los aspectos claves para formar parte en una cadena de valor.

1.2.1.11 Ciclo de producción

Este proceso empieza con el envío de las órdenes de producción y concluye cuando el producto terminado se ubica a disposición del almacén en el que se ubican los productos terminados (Anaya, 2011).

Es importante mencionar que para el proceso de producción también se inicia desde los planes de producción para luego elaborar la programación por cada línea de producción, que una vez llevados a la práctica permite la obtención de los productos a ser distribuidos luego a los clientes.

1.2.1.13 Competitividad agrícola

Según Rojas y Sepúlveda (1999), el concepto de competitividad de la agricultura debe entenderse dentro del marco del desarrollo sostenible, desarrollo que comprende cuatro dimensiones: la social, la política-institucional, la ambiental y la económica. Los objetivos de estas dimensiones son respectivamente, equidad, gobernabilidad, sostenibilidad y competitividad.

La competitividad de la agricultura exige un proceso de transformación en donde el análisis crítico, respecto a quiénes serán sus ganadores y quiénes sus perdedores, cuáles serán sus beneficios y cuáles sus costos, y sobre todo, cuál grupo será mayor, juega un papel preponderante (Rojas y Sepúlveda, 1999).

La competitividad que lleva a incentivar medidas de apertura comercial y eliminación de distorsiones en el aparato productivo, permite a los actores económicos actuar en igualdad de condiciones.

1.2.2 Fundamentación legal

La presente investigación se fundamenta en las siguientes leyes, normas y convenios:

- Normas de calidad para la producción de maíz.- Se cita porque permitirá socializar entre los agricultores, las normas de calidad y requisitos que se deben cumplir para que la producción del maíz sea ejecutada en óptimas condiciones.

Ley No. 2007-76 del Sistema Ecuatoriano de la Calidad

Instituto Ecuatoriano de Normalización - INEN, de acuerdo a las funciones determinadas en el Artículo 15, literal b) de la Ley No. 2007-76 del Sistema Ecuatoriano de la Calidad, reformada en la Novena Disposición Reformatoria del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones publicado en el Registro Oficial Suplemento No. 351 del 29 de diciembre de 2010, y siguiendo el trámite reglamentario establecido en el Artículo 29 inciso primero de la misma Ley, en donde manifiesta que: “La reglamentación técnica comprende la elaboración, adopción y aplicación de reglamentos

técnicos necesarios para precautelar los objetivos relacionados con la seguridad, la salud de la vida humana, animal y vegetal, la preservación del medio ambiente y la protección del consumidor contra prácticas engañosas” ha formulado el proyecto de Reglamento Técnico Ecuatoriano PRTE INEN 223 “MAÍZ EN GRANO”;

- Leyes y normas de comercialización.- Es citada por cuanto determinará los procedimientos a seguir para que de forma efectiva, los agricultores logren comercializar sus productos sin la utilización y participación de intermediarios.

LEY DE SEMILLAS DE ALTO RENDIMIENTO

Art. 6.- El Ministerio de Agricultura y Ganadería, dictará las normas o los estándares que deberán reunir las diferentes especies vegetales sometidas al proceso de certificación de semillas, en sus diferentes clases, así como las que se expenden como semilla común, en base de las recomendaciones que formule el Consejo Nacional de Semillas.

LEY DE SANIDAD VEGETAL

Art. 17.- Se permitirá el comercio de plantas, semillas y partes de plantas destinadas al cultivo y fomento agrícola, en general, cuando dichos materiales provengan de establecimientos autorizados de acuerdo con los artículos 13 y 14.

- Plan de desarrollo orgánico territorial del Cantón Rioverde.- Se cita porque se podrán identificar las relaciones existentes entre los procesos productivos agrícolas y los lineamientos para el desarrollo del cantón y sus habitantes.

PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE RIOVERDE, PD y OT

Art. 53, 54 y 55 donde se detallan que es el GADM, sus objetivos, funciones y competencias.

1.2.3 Revisión de estudios previos

Se buscaron estudios anteriores sobre cadena de valor y comercialización de maíz con la finalidad de conocer otros criterios sobre la temática y fundamentar adecuadamente el trabajo de investigación; en páginas de otras universidades se pudieron identificar los siguientes trabajos:

En la investigación de Morejón (2010), se realiza el diseño de estrategias para la comercialización de maíz duro en el cantón Ventanas con el propósito de que los pequeños productores del sector, tengan una oportunidad de ser más competitivos y pueden generar mayor rentabilidad en la recolección y venta de sus cosechas.

Para el desarrollo de la investigación se planteó el método inductivo, teniendo en consideración los aspectos particulares del proceso productivo de los maiceros para obtener una conclusión general de la investigación; se usó como herramientas de recolección de información la observación, la encuesta y la entrevista.

Entre los principales resultados obtenidos de la investigación se pudo establecer que la capacidad de producción no es tan alta; la misma se ha visto afectada por varios aspectos como el riego no tecnificado, la ausencia de semillas certificadas, la falta de asistencia técnica y de financiamiento para mejorar los procesos productivos.

En la investigación de Andrade (2014), se realiza un análisis de la comercialización de la cadena agroindustrial del maíz en la región 4 de la

provincia de Manabí en el periodo 2008-2012, con el propósito de comercializar un maíz a precios razonables en beneficio del agricultor.

Para la realización del trabajo, se planteó una metodología de trabajo en la que se destaca el método inductivo y la aplicación de herramientas y materiales tales como la encuesta, la entrevista, el internet y la investigación documental recabada en el Magap, Inec, entre otras fuentes de estudio.

Entre los principales resultados del trabajo de investigación, se estableció que no se han delineado cadenas de valor para mejorar el proceso logístico, redundando también en la inexistencia de convenios interinstitucionales tanto en el sector público como privado que apoyen y contribuyan a la tecnificación de la producción de maíz.

Vinueza (2009), realiza un estudio que impulsa la inserción de los pequeños productores maiceros que se encuentran organizados en el cantón Ventanas, en la agricultura efectuada por contratos y en el desarrollo local.

Metodológicamente, se utilizó la estrategia cualitativa, que corresponde a entrevistas estructuradas efectuadas a familias productoras de maíz que cultiven entre 1 y 10 hectáreas de terreno.

Entre los resultados de la investigación, se destaca el hecho de que la mayoría de los productores maiceros no aplican ningún tipo de estrategias técnicas para la producción y comercialización de su producto; tal falencia genera inestabilidad de los precios pagados por el producto de parte de intermediarios y demás compradores, es por ello que las comercializadoras se aprovechan de los agricultores, en consecuencia tienden a una baja rentabilidad en los ingresos a comercializar esta gramínea.

A través de este estudio es importante identificar cuáles son los actores que intervienen en la comercialización de la producción del maíz para estructurar

la cadena de valor de su proceso logístico, desde su producción en la finca por parte de un agricultor, hasta que es comprado en la forma de otros productos por parte de los consumidores finales; y para construir la eficiencia y el compromiso de estándares de alta calidad en la cadena agroalimentaria.

1.3 Objetivos

1.3.1 General

Analizar la cadena de valor para la comercialización de maíz en las parroquias del Cantón Rioverde.

1.3.2 Específicos

- Definir la capacidad de producción agrícola de maíz de las parroquias del Cantón Rioverde.
- Analizar de qué manera están vinculados los productores agrícolas con la empresa pública y privada para la producción y comercialización de maíz en el Cantón Rioverde.
- Identificar qué estrategias de producción y comercialización se están y se podrían aplicar para que la producción de maíz en el cantón Rioverde.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1 Método de investigación

Método Inductivo.- De acuerdo con Cegarra (2012), el método investigativo de la inducción, promueve la extracción de conclusiones de carácter general partiendo de la acumulación de datos particulares.

La presente investigación utilizó el método inductivo con el propósito de conocer los diversos aspectos que se presentan en de los procesos de producción y comercialización de maíz de los productores del cantón Rioverde, a fin de establecer conclusiones generales en las que se identifiquen problemáticas y se delineen soluciones que posibiliten una mejor condición y mayores beneficios para los productores.

Método Deductivo.- Según Quezada (2013), el método científico de la deducción tiene como punto de partida un enunciado o una conceptualización de carácter científico, la cual se fundamenta en el desarrollo de la investigación.

En la presente investigación se identificaron conceptualizaciones científicas sobre producción, logística, distribución, comercialización, cadena de valor, entre otros; estos criterios enunciados, con la aplicación de las diferentes herramientas de investigación, permitieron comprobar y relacionar sus contenidos con las condiciones en las que realizan la producción y comercialización del maíz, los productores del cantón Rioverde.

Tipo de investigación

- **Según los objetivos de la investigación**

Investigación Básica.- De acuerdo a Pazos (2012), la investigación básica busca la recolección de conocimiento por causa del conocimiento; se la lleva a cabo para promover y alentar formas innovadoras de pensar sobre una temática determinada.

La presente investigación es considerada básica porque para su desarrollo, tomó en consideración teoría ya establecida que permita tener certezas razonables de aspectos que permitan mejorar las condiciones de producción y comercialización de maíz cosechada por los productores del cantón Rioverde.

- **Según el nivel de profundidad y alcance**

Investigación Descriptiva.- Según Iglesias (2013), la investigación descriptiva permite conocer las situaciones, costumbres, y actividades predominantes por medio de la descripción clara de las actividades, procesos y personas.

Dentro del presente estudio, se utilizará la investigación descriptiva con el propósito de conocer cómo se desarrollan de forma general y específica, los procesos inherentes a la producción y comercialización de maíz en el cantón Rioverde, de modo que se puedan establecer condiciones que mejoren tales procedimientos y aumenten la rentabilidad de esta actividad productiva en beneficio de los productores rioverdeños.

2.2 Universo, población y muestra

Se trabajó sobre una muestra intencional, ya que las entrevistas y encuestas estuvieron dirigidas a un sector específico que está identificado (especialista y técnico del área de estudio, líderes de las comunidades y productores de las parroquias del Cantón Rioverde).

Tabla 1.- Población y muestra

POBLACIÓN		CANT.	TÉCNICA
Gobierno Municipal del cantón Rioverde	Director de Gestión de Desarrollo	1	Entrevista
	Técnico Agrónomo	1	
	Especialista	1	
Comunidad	Líderes comunitarios de la cabecera cantonal y parroquias del cantón Rioverde	8	Entrevista
Comunidad	Productores de maíz	31	Encuestas

2.3 Instrumentos

2.3.1 Encuesta

De acuerdo con Salazar y Sánchez (2013), la encuesta es un método de recolección de información en la que se interroga de manera verbal o escrita a un grupo determinado de personas por medio de las cuales se obtiene información necesaria para una investigación.

La encuesta fue utilizada en la presente investigación a los productores de maíz del cantón Rioverde, con la finalidad de conocer sus realidades e identificar como desarrollan sus procesos de producción y comercialización.

2.3.2 Entrevista

Una entrevista es un intercambio de ideas y opiniones que se lleva a cabo por medio de una conversación sobre un determinado tema en los que se identifican dos roles claros, el del entrevistador y el del entrevistado como la fuente de información (Salazar y Sánchez, 2013).

En el presente estudio, las entrevistas serán efectuadas a líderes comunitarios y funcionarios del Gobierno Municipal del cantón Rioverde, de modo que se conozcan aspectos relevantes sobre el manejo y relación de la entidad municipal con los productores y el apoyo institucional que brinda ésta a los procesos productivos del sector.

2.3.2 Cuestionario

De acuerdo a Salazar y Sánchez (2013), el cuestionario es una herramienta en el que se agrupan un conjunto de preguntas que se contestan a través de una prueba, un test, una entrevista o una encuesta.

En el presente estudio, tanto para la realización de las encuestas como de las entrevistas, se utilizó la herramienta del cuestionario, utilizando preguntas abiertas y cerradas que permitieran obtener suficiente información para el desarrollo de la investigación.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1 Resultados de las encuestas a productores

Hectáreas de cultivo

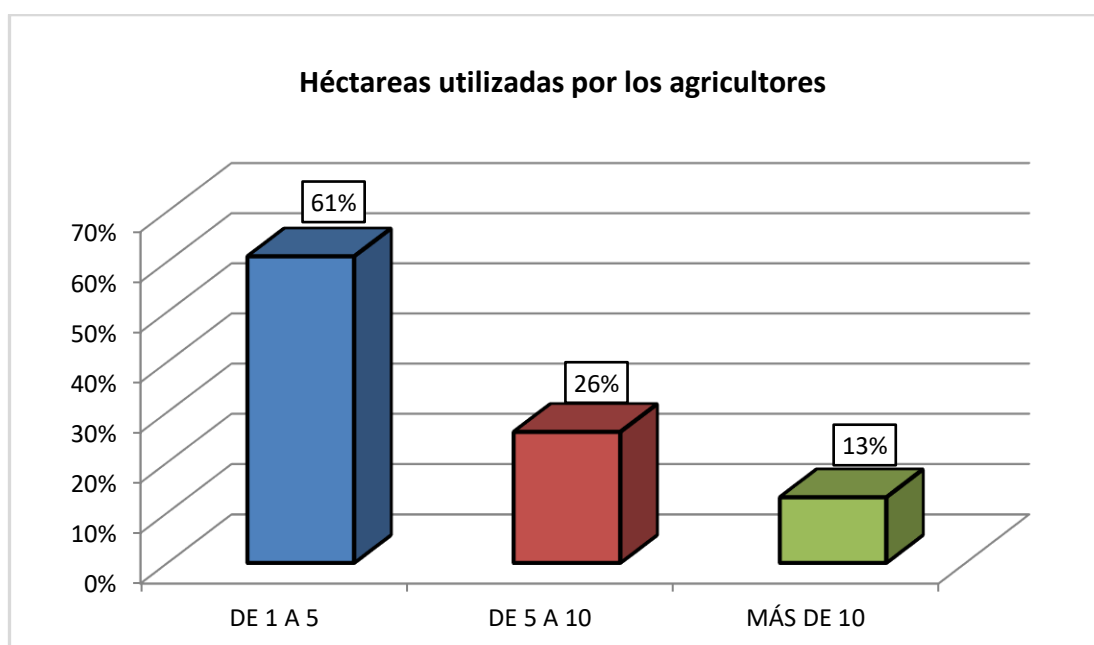


Gráfico 1.- Hectáreas de sembrío

Cuando se preguntó a los productores de maíz respecto de cuántas hectáreas tienen designadas para el cultivo de su producto, de los 31 consultados, el 13% lo hace en más de 10 Ha, el 26% lo hace en un espacio de entre 5 y 10 Ha, mientras que el 61% realiza su cultivo en espacios de entre 1 y 5 Ha, datos que reflejan que la mayoría de agricultores tienen espacios no muy amplios de sembrío de maíz.

Promedio de toneladas de maíz cosechada

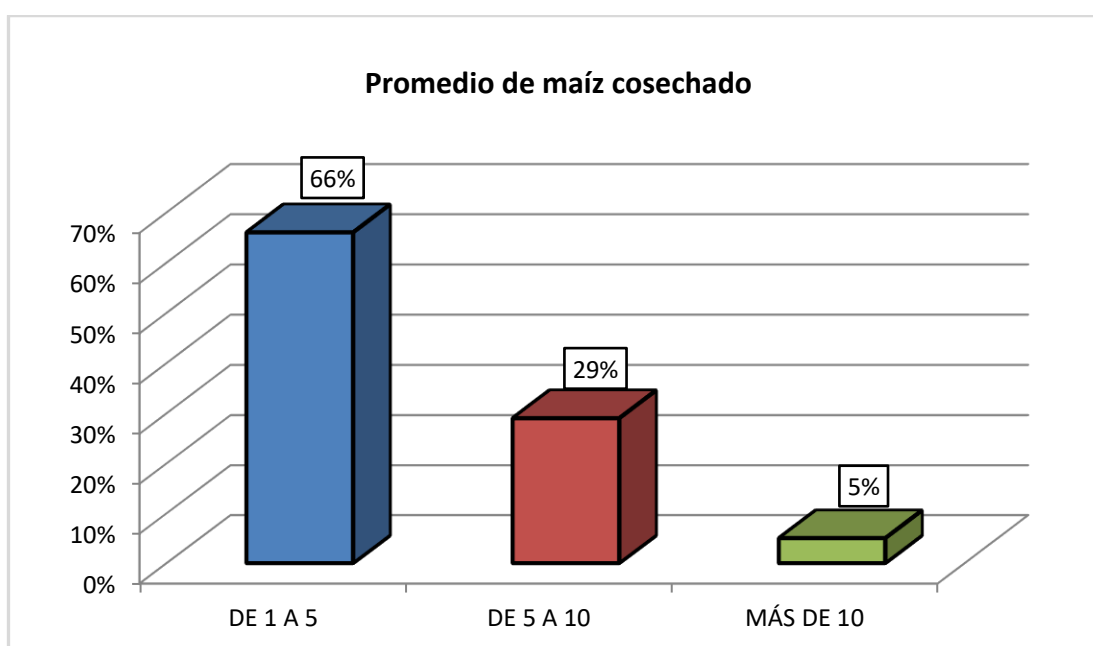


Gráfico 2.- Promedio de maíz cosechado

Al consultar a los productores de maíz sobre cuales son en promedio, las toneladas métricas de maíz que producen, de los 31 consultados, un 5% expresó que más de 10 toneladas, el 29% respondió que entre 5 y 10, en tanto que el 66% afirmó que produce entre 1 y 5 toneladas. Los resultados permiten establecer que la producción de maíz en las parroquias del cantón se da en niveles no muy altos.

Problemas en la actividad de agricultores

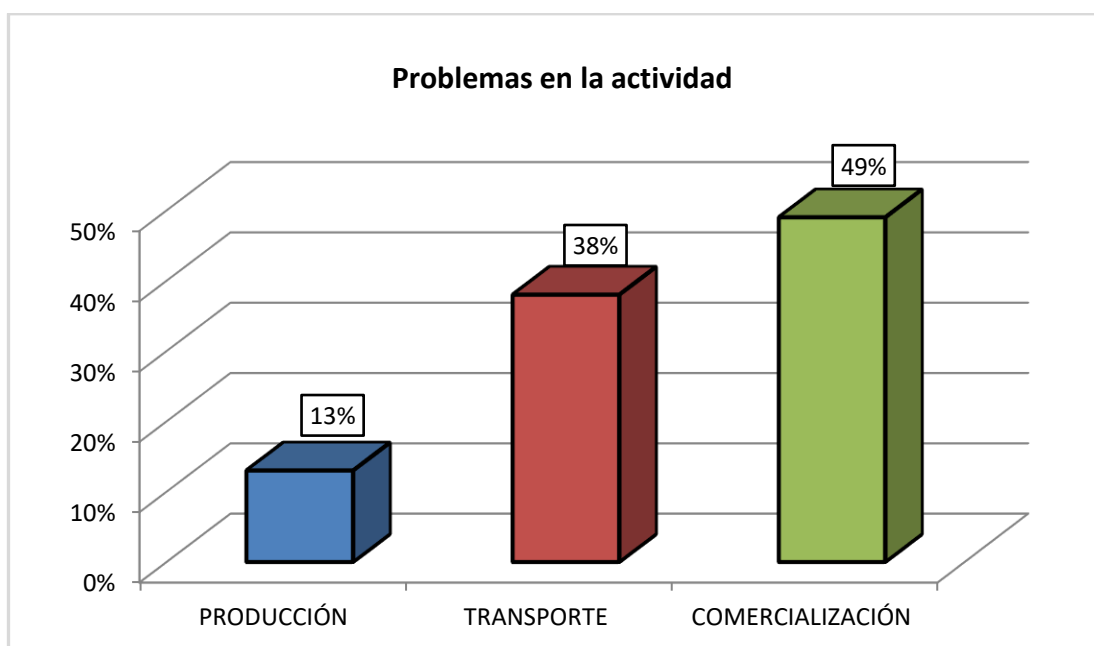


Gráfico 3.- Problemas en la actividad agrícola

Se preguntó a los productores de maíz qué tipo de problemas se presentan en el desarrollo habitual de su actividad; de los 31 consultados, un 13% dijo presentar problemas en el proceso productivo, el 38% respondió que en el transporte de la producción, mientras que el 49% afirmó que es en la comercialización en donde se presentan las mayores problemáticas de la actividad productiva.

Ayuda y asistencia de entidades públicas o privadas

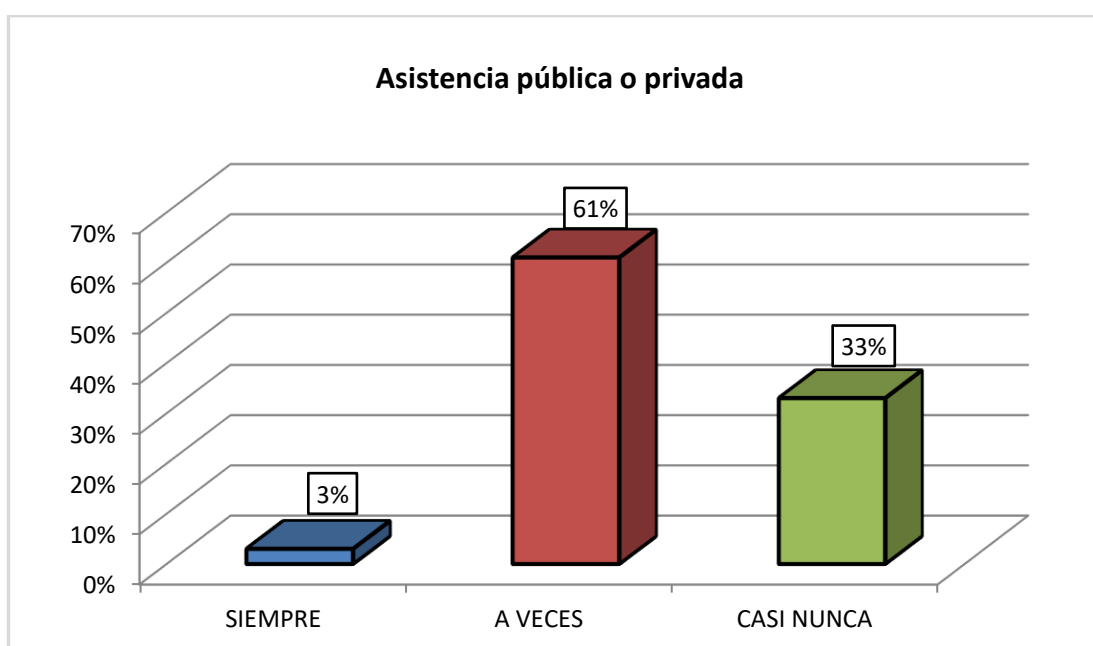


Gráfico 4.- Asistencia de entidades públicas o privadas

Cuando se consultó a los productores de maíz, si han recibido apoyo de entidades públicas o privadas; de los 31 consultados, un 3% respondió que siempre, el 33% contestó que casi nunca, mientras que el 61% afirmó que a veces. Los resultados presentados permiten establecer que tanto empresas públicas han brindado su apoyo en ciertas ocasiones, pero sin la continuidad y atención que se debería.

Tipo de ayuda que desearían

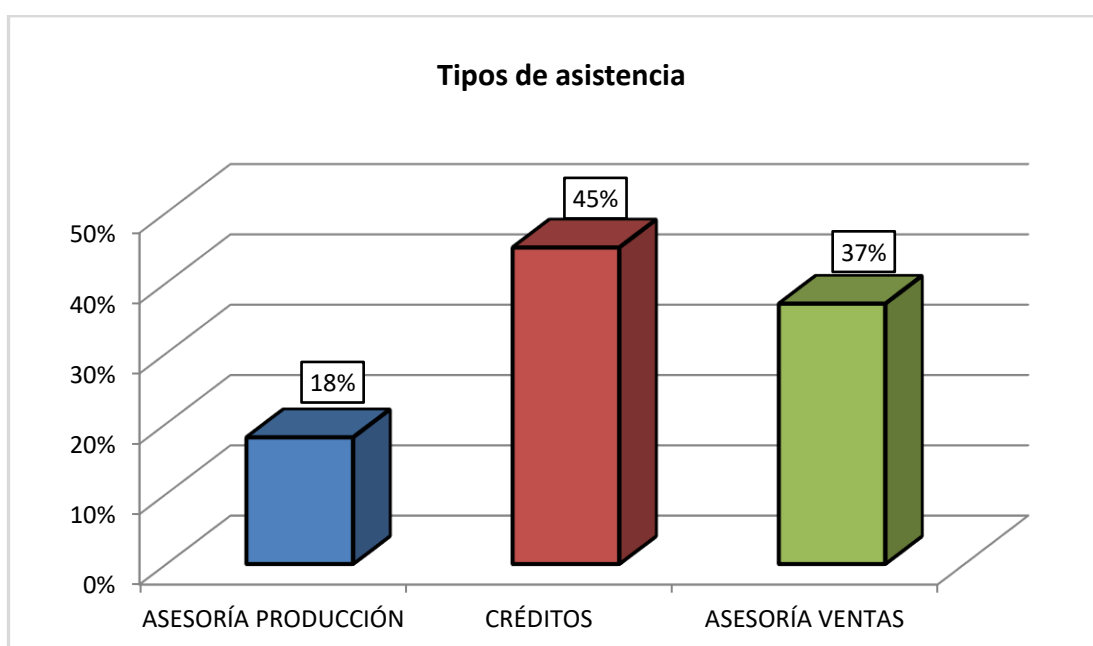


Gráfico 5.- Tipos de ayuda que desearían

Al preguntar a los productores de maíz, sobre qué tipo de ayudas les gustaría recibir, de los 31 consultados, el 18% solicitó asesoría en producción, el 37% expresó que asesoría en ventas, mientras que el 45% afirmó que les gustaría recibir créditos productivos, datos que muestran la necesidad de los agricultores por recibir créditos productivos que le permitan invertir y optimizar su actividad agrícola productiva.

Condiciones físicas del maíz

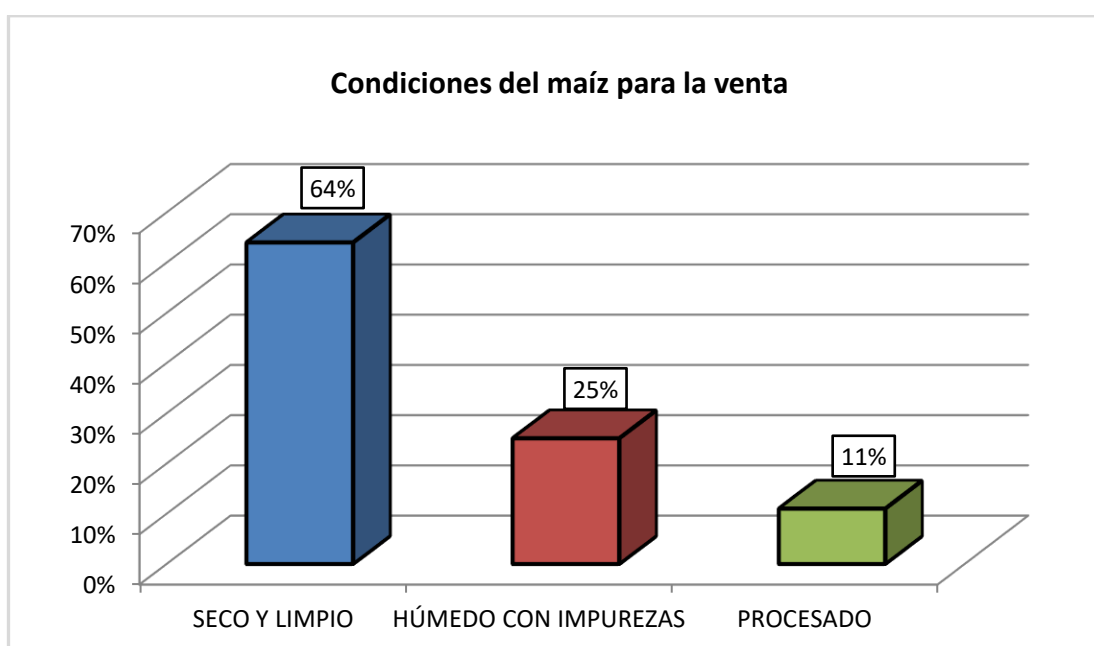


Gráfico 6.- Condiciones físicas del maíz

Al consultar a los productores de maíz sobre cuáles son las condiciones en las que se presenta el maíz antes de su venta, de los 31 consultados, el 3% lo hace de diferentes formas, el 8% lo vende procesado, el 25% expresó que húmedo y con impurezas mientras que el 64% afirmó que realiza la venta con el maíz seco y limpio.

Distribución de la producción del maíz

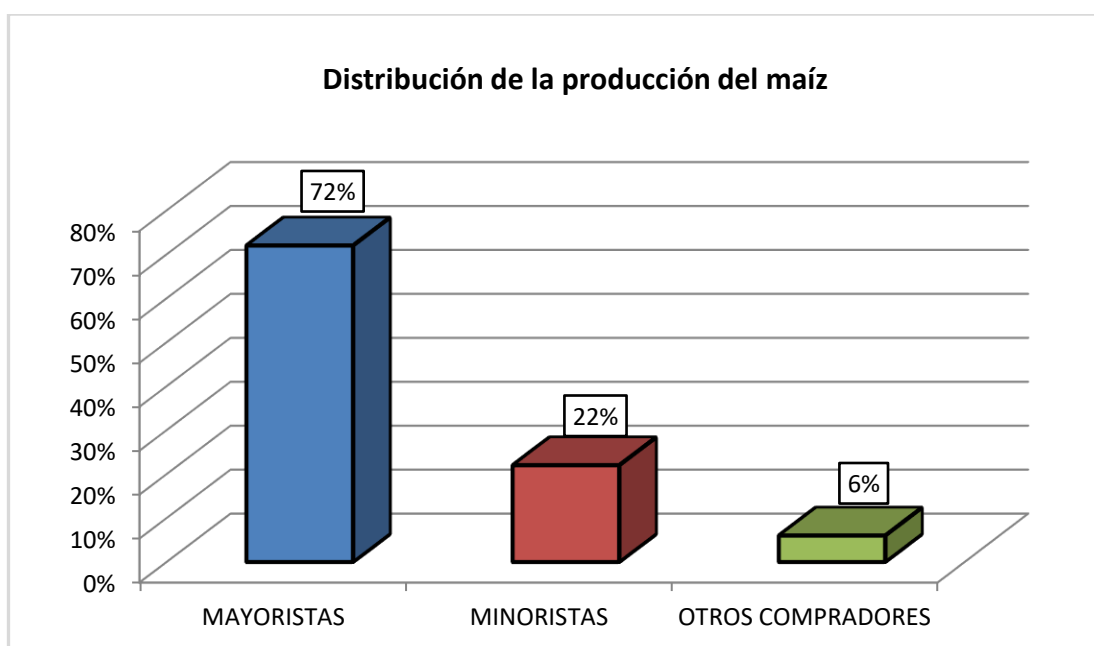


Gráfico 7.- Distribución del maíz

Cuando se preguntó a los productores de maíz respecto a quienes distribuyen su producción, de los 31 consultados, el 6% le hace a compradores diferentes, el 22% lo hace con los minoristas y el mayoritario 72% distribuye su producción con los mayoristas, datos que reflejan la gran participación de los comerciantes mayoristas en la compra de la producción de maíz del sector.

Factores que afectan la comercialización del maíz

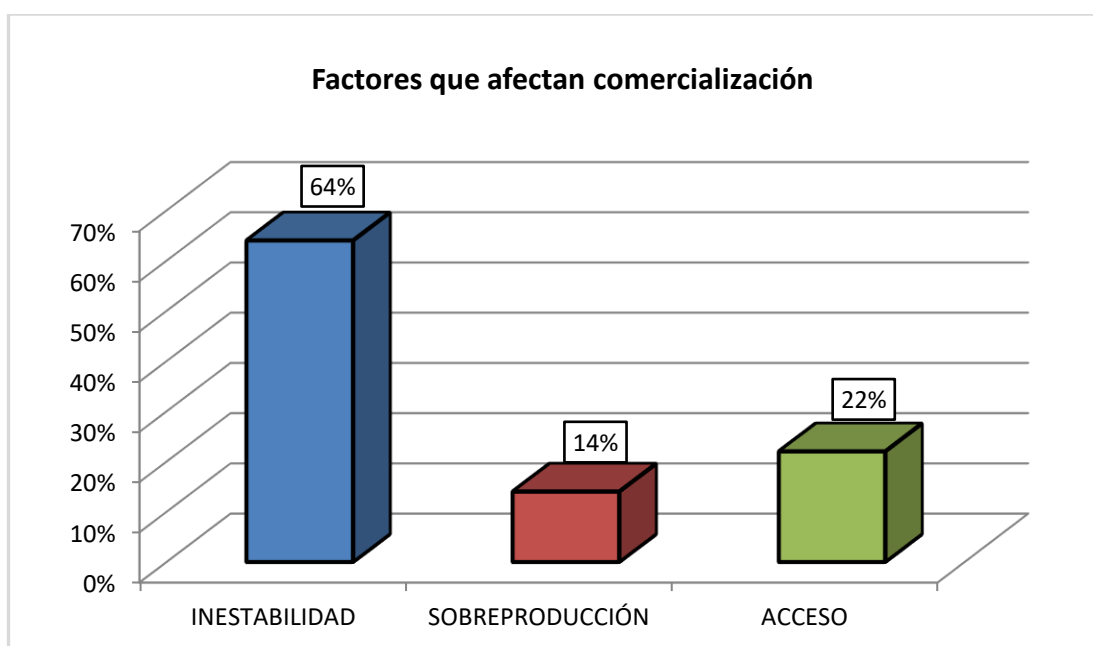


Gráfico 8.- Factores que afectan comercialización

Al consultar a los productores de maíz sobre cuáles son los factores que más afectan a la comercialización, de los 31 consultados, un 14% sufre de sobreproducción de calidad, el 22% tiene problemas de difícil acceso al mercado, en tanto que el 64% afirmó que la inestabilidad en los precios es el mayor problema en el momento de la comercialización de la producción.

Aplicación de estrategias para la comercialización del maíz

Tabla 2.- *Aplicación de estrategias de comercialización*

OPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	6	19%
NO	25	81%
TOTAL	31	100%

Cuando se preguntó a los productores de maíz respecto de si han aplicado estrategias para la comercialización de maíz, de los 31 consultados, un 19% ha aplicado, mientras que el 81% afirmó no se ha aplicado hasta el momento, estrategia alguna que permita una mejor condición de comercialización del producto recolectado.

Necesidad de estrategias para la comercialización del maíz

Tabla 3.- Necesidad de estrategias de comercialización

OPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	29	94%
NO	2	6%
TOTAL	31	100%

Cuando se preguntó a los productores de maíz respecto si consideran necesaria la implementación de estrategias que permitan mejorar la comercialización de maíz, de los 31 consultados, un 6% no lo considera necesario, mientras que el 94% afirmó que es sumamente necesario, ya que es hora de que sus productos cosechados sean vendidos a precios más justos y beneficiosos para los agricultores.

Estrategias que deberían aplicarse

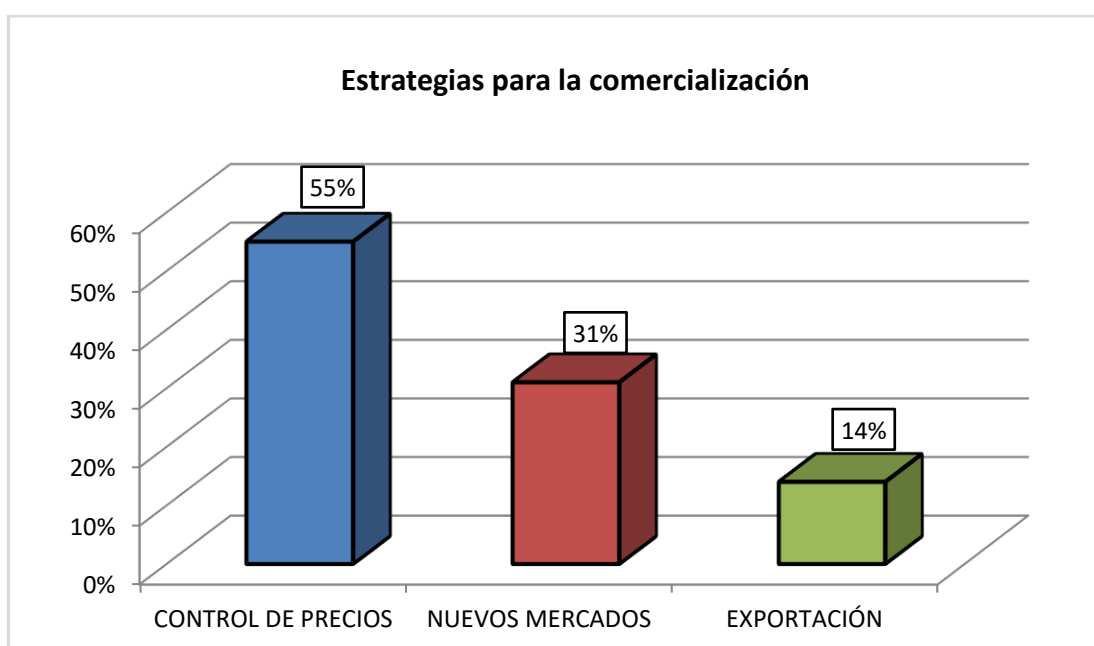


Gráfico 9.- Estrategias a aplicar en comercialización

Cuando se preguntó a los productores de maíz respecto a qué estrategias deberían aplicarse en los procesos de comercialización, de los 31 consultados, el 14% dijo que hace falta exportación, el 31% dijo que se necesitan abrir nuevos mercados, mientras que el 55% afirmó que el control y la fijación de precios debe ser la principal estrategia que permita mejorar las condiciones de comercialización del maíz.

Utilidad en venta de la producción de maíz

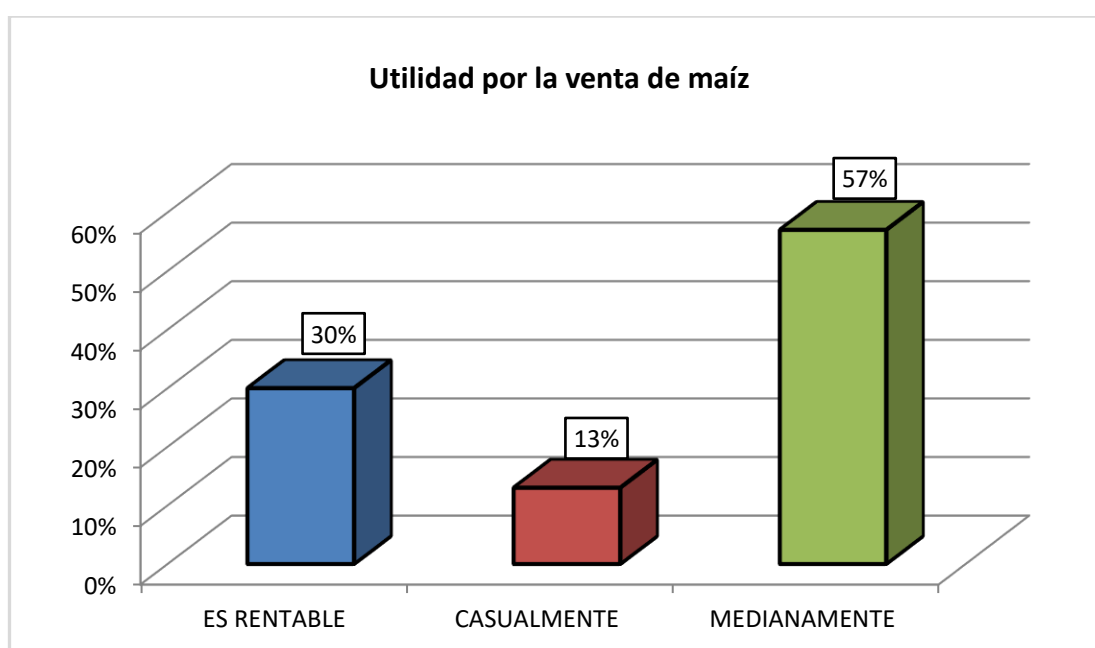


Gráfico 10.- Utilidad en la venta de producción de maíz

Al consultar a los productores de maíz respecto a la rentabilidad que generan los procesos de comercialización del maíz, de los 31 consultados, el 13% expresó que es casualmente rentable, el 30% respondió que es rentable, mientras que el 57% afirmó que son medianamente rentables, datos que permiten establecer que la producción y comercialización del maíz, si bien es cierto deja rentabilidad a los productores, la misma no es tan alta como debiera ser.

3.2 Resultados de las entrevistas

Las entrevistas realizadas a los funcionarios municipales permitieron establecer las siguientes consideraciones:

Respecto a las hectáreas sembradas y su productividad, los entrevistados manifestaron que la productividad generada por cada hectárea de maíz dentro de los parámetros exigidos por MAGAP no sobrepasa los 60 quintales por hectárea; además se tiene un promedio en las localidades de Rioverde que varía de 35 a 40 quintales.

Sobre los riesgos, al momento del periodo de producción son latentes; las personas entrevistadas coincidieron en que las Plagas Gusano Cogollero, las arrieras, panchanas, chango mareño son factores abióticos con los que tiene que enfrentar a medida que crece la plantación de maíz, el éxito es saberlos controlar mediante técnicas amigables con el medio ambiente.

En cuanto a los desperdicios, se manifestó que existe luego de la cosecha de la plantación en un promedio de entre 25 al 30% la cual en el cantón Rioverde en su mayoría no es utilizada para nada.

Respecto a la calidad de los procesos, los estándares de calidad requeridos solo se los puede aprovechar en los mercados locales y provinciales. Para llevar a feliz ejecución el arranque de esta producción los costos de producción oscila de entre \$600 a 900 dólares americanos.

Sobre el destino de la producción, el 50% de la producción de maíz en el cantón Rioverde es destinado al comercio en el mercado local, un 40 % es destinado al mercado provincial y aproximadamente el 10% la alimentación de animales menores (aves, cerdos, bovinos y equinos. El principal requerimiento que la mayoría de equipo técnico de profesionales, comunidad

campesina y funcionarios involucrados en el área de la producción de maíz requiere es el centro de acopio cantonal o provincial que permitirá almacenar, mantener la humedad y conservar los precios estables durante todo el año de producción.

Debido a este requerimiento existe la planificación de un modelo de gestión el cual posee diferentes actores locales. Uno de estos actores es el Gad Municipal como ente rector del cantón. Este formara la empresa publico privada agrícola cantonal cuya función principal es la de regular almacenar y comercializar nacional o internacionalmente la producción de maíz.

Por último, respecto al fomento de la producción de maíz, deberá existir de la mano de campesinos, equipo técnico y empresa privada para que durante el periodo de producción quede reflejado el apoyo mutuo entre las instituciones y los precios sean los requeridos por la comunidad campesina.

3.3 Producción de maíz en el cantón Rioverde

El cantón Rioverde, tiene una población económicamente activa que se aproxima a los 9324 ciudadanos, de los cuales, el 74% son hombres y el restante 26% son mujeres. La PEA, se sitúa con mayor peso en las parroquias rurales del cantón.

El 70% de la población se ocupa en tareas de índole agropecuario, el 22% realiza actividades de comercio, mientras que el restante 8% desarrolla actividades de manufactura.

Para la obtención de información sobre los niveles de producción de maíz en el cantón Rioverde, se tomó información del censo agropecuario efectuado por el MAGAP; tales resultados son expresados en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Rioverde 2015 – 2019.

El maíz forma parte de los productos de cultivo transitorio; de las 797 hectáreas de productos transitorios sembradas en las parroquias del cantón Rioverde, un 30% se lo realiza en condiciones de asociatividad, mientras que el 70% restante se lo realiza como un cultivo individual.

De las 797 hectáreas sembradas de cultivos transitorios, el maíz es el principal producto cosechado, seguido del arroz, la yuca y las habas, entre otros, las principales cosechas.

Es importante entonces que las instituciones y entidades encargadas del fomento de la producción en los sectores rurales, aumenten sus esfuerzos y actividades para que mejoren las condiciones de los pequeños agricultores que son mayoría en el cantón Rioverde.

A continuación se presentan los datos de producción de maíz en el cantón:

Detalle de cultivos transitorios (maíz)

Tabla 4.- Necesidad de estrategias de comercialización

CANTÓN	CULTIVO	CONDICIÓN DEL CULTIVO	SUPERFICIE SEMBRADA (Ha)	SUPERFICIE COSECHADA (Tm)	CANTIDAD COSECHADA (Tm)	RENDIMIENTO (CANT. COSECHADA/SUPERFICIE COSECHADA)	CANTIDAD VENDIDA (Tm)
Rioverde	Maíz duro choclo	Solo	6,72	6,72	7,88	1,17	6,49
	Maíz duro seco	Solo	233,53	208,82	189,73	0,91	157,85
	Maíz suave choclo	Solo	4,56	2,73	1,90	0,69	1,19
	SUBTOTAL		244,81	218,27	199,50	2,78	165,52
	Maíz duro seco	Asociado	112,99	108,44	51,06	0,47	22,91
	TOTAL		357,80	326,71	250,56	3,25	188,43

Fuente: Censo agropecuario del Magap -

CAPÍTULO IV

DISCUSIÓN

4.1 Discusión de resultados

La presente investigación tuvo como principal propósito el análisis de la cadena de valor para la comercialización de maíz en las parroquias del cantón Rioverde". Se identificaron los principales limitantes que atraviesan los productores de maíz, y los actores que intervienen en la comercialización de la producción para estructurar su proceso logístico, para construir la eficiencia y el compromiso de estándares de alta calidad en la cadena agroalimentaria.

De los resultados del estudio se obtuvieron los siguientes datos relevantes: se encuentra la productividad generada por cada hectárea de maíz, dentro de los parámetros exigidos por el MAGAP no sobrepasa los 60 quintales por hectárea; es decir se tiene un promedio en las localidades de Rioverde que varía de 35 a 40 quintales; a pesar de su baja productividad, sin duda alguna hay que resaltar la importancia del cultivo del maíz desde el área económica, cultural y gastronómica.

Los riesgos al momento del periodo de producción son latentes. Las personas entrevistadas coincidieron en que las plagas (gusano, cogollero, arrieras, panchanas, chango, mareño) son factores abióticos con los que se tienen que enfrentar a medida que crece la plantación de maíz; el éxito es saberlos controlar mediante técnicas amigables con el medio ambiente.

El desperdicio que existe luego de la cosecha de la plantación oscila entre el 25 y el 30% el cual no es utilizado en su mayoría en el cantón Rioverde.

El 50% de la producción de maíz en el cantón Rioverde es destinado al comercio en el mercado local, un 40% al mercado provincial y aproximadamente el 10% a la alimentación de animales menores (aves, cerdos, bovinos y equinos).

Morejón (2010), afirma, que el principal factor que afecta en este sector es la inestabilidad en los precios pagados a los productores; es por ello que se pudo notar la falta de presencia de las entidades reguladoras de esta gramínea y el agricultor es irrespetado a la hora de comercializar su producto.

Según Holmlund y Fulton (1999), una cadena de valor es una red de alianzas estratégicas independientes que manejan juntos el flujo de bienes y servicios a lo largo de toda la cadena agroalimentaria, mediante la cual la asociación es planeada de antemano por un grupo que inicia las actividades que ellos no podrían emprender por sí mismas. De los datos obtenidos se permitió evidenciar que no existen agrupaciones de productores de maíz en el cantón Rioverde, que independientemente realizan su venta directamente a los comercializadores, siendo los agricultores los más perjudicados al momento de vender su producto, debido a los precios fluctuantes del mercado.

Por todo ello, la principal necesidad en el área de la producción de maíz es el centro de acopio cantonal, el cual permitirá almacenar, mantener la humedad y conservar los productos en buen estado hasta su venta. Debido a esta necesidad, el GAD Municipal como ente rector del cantón está planificando un modelo de gestión el cual brindara asistencia a los diferentes actores locales productores del maíz a través de la formación de la empresa pública municipal agrícola.

La habilidad de garantizar la provisión de productos de alta calidad depende de los sectores reguladores que impiden un comercio inestable, y el alto

compromiso de cooperación desde el productor hasta el distribuidor; esto es uno de los aspectos clave para formar parte en una cadena de valor.

Los resultados obtenidos en la investigación permiten evidenciar respuestas a los objetivos planteados inicialmente, dilucidando que por una parte los comercializadores que adquieren el producto emplean diferentes motivos para disminuir el precio de compra, y los productores no presentan un modelo de gestión definido. El análisis de la cadena de valor dejó especificadas las actividades en las que hay que profundizar en los procesos estratégicos.

Los productores efectuarán la toma de decisiones que permitan mejorar la producción de maíz y pagar precios justos.

A esto se suma que existirá un planteamiento claro en la recepción del producto, su conservación del grado de humedad y sus buenos precios al momento de comercializar la producción de maíz incentivando una buena planificación tributaria que permita a las instituciones financieras tomar en cuenta a estos productores, para futuros accesos a créditos.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y PROPUESTA

5.1 Conclusiones

- En base a lo investigado y resaltado la opinión de los productores de maíz del cantón Rioverde, esta gramínea está sin explotar sus reales capacidades productivas, desde el punto de vista financiero es un mercado de buen nivel y con muchas posibilidades de desarrollo. El nivel socio organizativo en los productores de maíz del cantón Rioverde es mínimo por lo cual la incidencia en su productividad se ve limitada.
- La asistencia técnica por parte de las autoridades competentes es escasa por lo que la productividad al momento de la cosecha es baja. Es por ello que el GAD Municipal como ente regulador del cantón está ejecutando el convenio entre la empresa público privada, mediante el cual es una buena alternativa para el desarrollo productivo del maíz en las parroquias del Cantón Rioverde.
- Las estrategias de desarrollo productivo del maíz demuestran que son inexistentes, sin un plan de comercialización la cadena productiva se ve seriamente afectada; esto incide que el producto no se obtenga buenos precios y se aproveche su real capacidad productiva. En el momento de la comercialización se sigue entregando el producto a los intermediarios, los cuales juegan diariamente con el precio del producto a su conveniencia y el productor es el que menos gana.

5.2 Propuesta

ESTRATEGIAS PARA EL MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES DE COMERCIALIZACION DE MAÍZ DE LOS PRODUCTORES DEL CANTÓN RIOVERDE.

5.2.1 Cadena de valor

Por lo general, la distribución del maíz se lo realiza directamente desde el productor al intermediario, quienes comúnmente prestan servicios de almacenamiento, transporte y venta del maíz, promoviendo la seguridad de que se realice la compra sin riesgos de perder el producto.

El maíz, mayoritariamente es comercializado en los sitios mismos de producción, utilizando carros recolectores que van de finca en finca, por cada una de las parroquias del cantón Rioverde.

Del mismo modo, otra de las formas de comercialización es llevando el producto a sitios de acopio en localidades cercanas; en este caso, los productores pagan por los servicios de transporte y venden su producción a los acopiadores; los pagos son inmediatos o máximo en cinco días.

Es importante mencionar que en los centros de acopio, la producción entregada pasa por controles básicos de la humedad, la misma que no debe ser mayor al 13% y sus niveles de impurezas deben ser controlados con anterioridad por los agricultores.

Las estrategias de comercialización aplicadas para vender la producción de maíz, cuenta con premisas simples que son detallados en los detalles de producción establecidos por los intermediarios o los centros de acopio.

5.2.2 Participantes en cadena de valor de la producción y comercialización de maíz

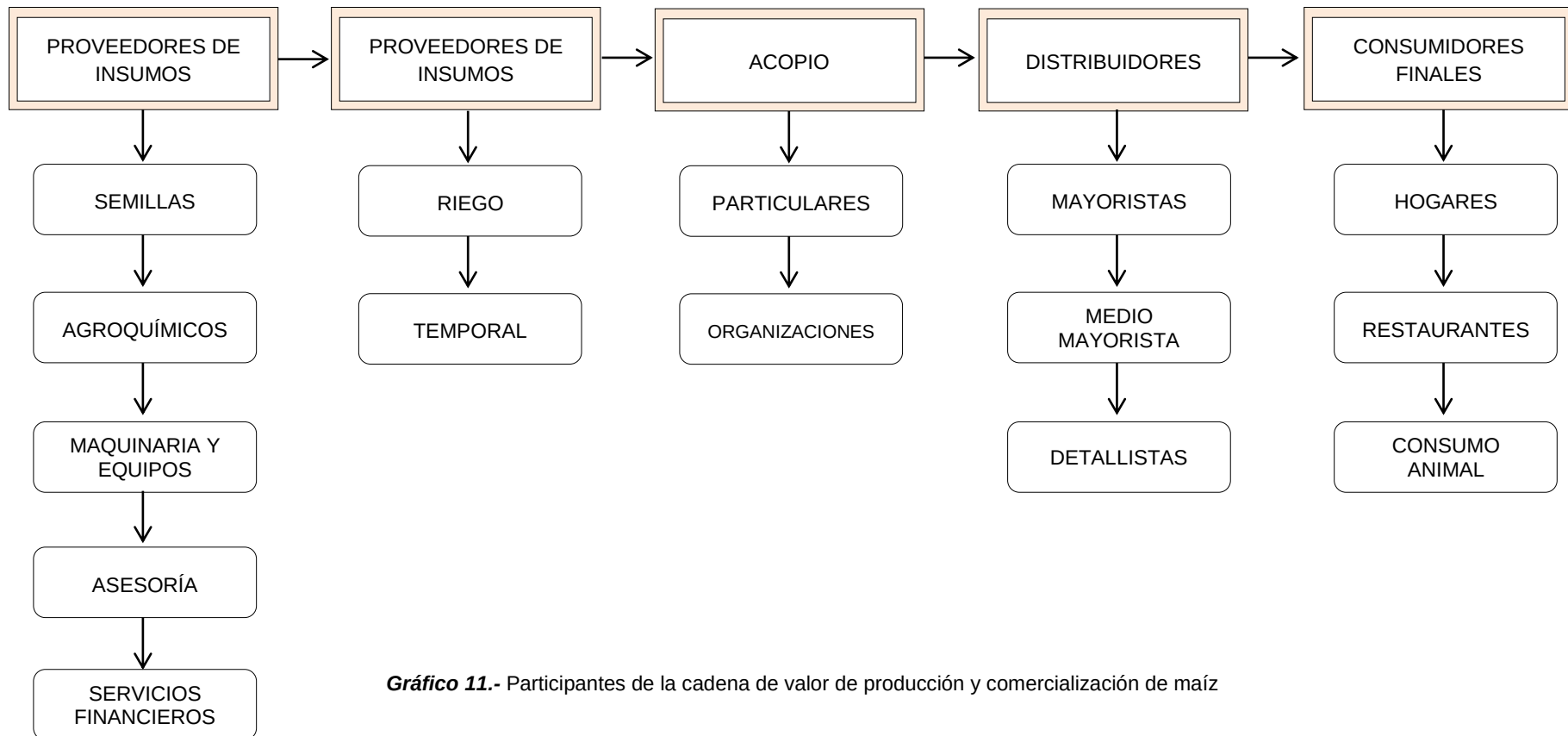


Gráfico 11.- Participantes de la cadena de valor de producción y comercialización de maíz

5.2.3 Objetivos estratégicos, programas y proyectos para comercialización del maíz en el cantón Rioverde

Tabla 5.- Necesidad de estrategias de comercialización

OBJETIVO ESTRATÉGICO	PROGRAMA	NOMBRE DEL PROYECTO	OBJETIVO DEL PROYECTO	RESULTADOS ESPERADOS
Mejorar los procesos inherentes a la comercialización y acceso a mercados para optimizar la cadena de valor del maíz producido por los agricultores del cantón Rioverde	Mercados y comercialización	Investigación de mercados e inteligencia comercial	Determinar una red de información sobre precios y mercados para la cadena de valor.	Incrementar la capacidad de negociación del producto en los diferentes eslabones de la cadena de valor del maíz.
				Desarrollar nuevos productos a partir del maíz.
				Identificar oportunidades comerciales para los diversos productos que surjan de la cadena.
		Formalización de agricultores y comerciantes	Mejorar el proceso de oferta y venta de la producción	Productores y comerciantes registrados
		Aumento de infraestructura para secado y almacenamiento	Lograr altos volúmenes de producción de calidad para comercializar con mayor ventaja	Aumento de la calidad y precio del producto
	Planificación de siembras	Zonificación de áreas de cultivo	Zonificar las áreas de cultivo en función de la demanda existente	Acuerdos de siembras entre productores y entidades públicas
				Capacitación de productores para mejorar sus sembríos
				Identificación de zonas con ventajas competitivas y comparativas para sembrar maíz.
		Orientación a la siembra	Incrementar las superficies de siembra y producción de maíz	Elaborar un plan local de siembra
				Analizar y evaluar el plan planteado

REFERENCIAS

- Anaya, J. (2011). Cadena de Logística Interna . Madrid, España: Ed. Independiente.
- Acosta, Luis Alejandro (2006). *Agrocadenas de Valor y Alianzas Productivas: “Herramientas de Apoyo a la Agricultura Familiar en el Contexto de la Globalización”*.
- Calero, E. s/f. *El cultivo del maíz en el Ecuador*. Guayaquil, Ecuador
- Convenio interinstitucional entre el MAGAP y el GAD de Rioverde.
- Leyes y normas de comercialización.
- Morejón, Miryam (2010) *Diseño de estrategias para la comercialización de maíz duro en el cantón Ventanas*.
- Normas de calidad para la producción de maíz.
- Plan de desarrollo orgánico territorial del Cantón Rioverde.
- Porter, Michael (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*.
- Rojas, P. y sepúlveda, S. (1999). *El Reto de la Competitividad Agrícola*.
- Terranova (1995). *Canales de comercialización*. Monografía de la Universidad Técnica de Quevedo. Canales de comercialización.
- Hobbs, J.E (2000). *Against All Odds: Explaining the Exporting Success of the Danish Pork Co-operatives*, Centre for the Study of Cooperatives, University of Saskatchewan.

- Campero, G (1999). *La toma de decisiones de cultivadores de maíz en los Llanos Occidentales relativa al clima y otros factores*. FONAIAP BID. Caracas.
- García, Robertina (1995). *Metodología para Elaborar Perfiles de Competitividad del Sector Agroalimentario*. Documento de Trabajo. IICA. Proyecto Multinacional.
- Hernández Sampieri, Roberto. *Metodología de la Investigación*. México. McGraw-Hill. 2da. Edición.
- IICA (1999). *Análisis del Sistema Producción y Consumo de Hortalizas en Panamá*. Red Colaborativa de Investigación y Desarrollo de las Hortalizas para América Central, Panamá y República Dominicana.
- Faiguenbaum, H y Kogan, M (2000). *“Técnicas de producción de maíz”*. Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Infoagro s/f. (2007). *El cultivo de maíz. Características morfológicas, botánicas y desarrollo vegetativo*.
- Mendieta, M (2009). *Cultivo y Producción de Maíz*. Ediciones Ripalme. Lima – Perú.
- Ramírez, C. (2007). *Evaluación de cuatro densidades poblacionales de híbridos de maíz (Zea mays L), introducidos de Brasil, sembrados en la zona de Quevedo durante la época lluviosa del año 2006*.
- Sánchez Lozano, Alfonso (2003). *El plan de negocios del emprendedor*. 3ra. Edición. México. McGraw-Hill.
- Sapag Chain, José Manuel (2000). *Preparación y evaluación de proyectos*. 4ta. Edición. McGraw-Hill.
- Villavicencio, Paul y Zambrano, José Luis (2009). *Guía para la producción de maíz amarillo duro en la zona central del litoral ecuatoriano*.

- Morejón Loor Miryam Martis, Pita Gordillo Priscila Janeth (2010). *Estrategias De Mercado Para La Comercialización De Maíz Duro En El Cantón Ventanas, Provincia De Los Ríos.*
- Hellin Jon, Meijer Madelon (2006). *Lineamiento para el análisis de cadena.*
- Carvajal, L. (18 de 01 de 2013). *lizardo-carvajal.com. Obtenido de <http://www.lizardo-carvajal.com/el-metodo-deductivo-de-investigacion/>*
- Hernández, N. A. (14 de 11 de 2016). *aniorte-nic.net. Obtenido de http://www.aniorte-nic.net/apunt_metod_investigac4_6.htm*
- Shuttleworth, M. (2016). *explorable. Obtenido de <https://explorable.com/es/disenio-de-investigacion-descriptiva?gid=1606>*

ANEXOS

ENCUESTA REALIZADA A PRODUCTORES DEL CANTÓN RIOVERDE



Estimado (a) Señor, solicito a usted de la manera más cordial, nos ayude respondiendo al siguiente cuestionario, el mismo que se realiza en aras de analizar la cadena de valor del proceso de comercialización del maíz en el cantón Rioverde.

1.- ¿Cuántas hectáreas utiliza usted para la producción de maíz?

De una a cinco Ha ☐

De cinco a diez Ha ☐

Más de diez Ha ☐

2.- En promedio, ¿cuántas toneladas de maíz cosecha por cada hectárea sembrada?

☐

De una a cinco Tm ☐

De cinco a diez Tm ☐

Más de diez Tm

3.- ¿Qué tipo de problemas se presentan en su actividad productiva?

Problemas en la producción ☐

Dificultad en el transporte ☐

Desventajas en la comercialización ☐

4.- ¿Ha recibido apoyo de entidades públicas o privadas para optimizar sus procesos de producción y comercialización?

Siempre ☐

A veces ☐

Casi nunca ☐

5.- ¿Qué tipo de ayuda le gustaría recibir de parte de entidades públicas o privadas para mejorar su producción?

Asesoría en producción ☐

Créditos productivos ☐

Asesoría en comercialización ☐

6.- ¿En qué condiciones físicas presenta el maíz al momento de la venta?

Seco y limpio ☐

Húmedo y con impurezas ☐

Procesado ☐

7.- ¿A qué lugar distribuye la producción del maíz?

Mayoristas ☐

Minoristas ☐

Otros compradores ☐

8.- ¿Cuál de los factores considera usted que afecta en la comercialización del maíz de las parroquias del Cantón Rioverde?

Inestabilidad en los precios ☐

Sobreproducción de calidad ☐

Difícil acceso a mercados ☐

9.- ¿Aplica algún tipo de estrategia en los procesos de comercialización de su producción de maíz?

Sí ☐

No ☐

10.- ¿Considera usted que se debería implementar estrategias para la comercialización del maíz?

Sí ☐

No ☐

11.- ¿Cuál de las estrategias considera usted que se deben de aplicar en la comercialización del maíz?

Control y fijación de precios ☐

Acceso a nuevos mercados ☐

Posibilidades de exportación ☐

12.- ¿Cómo califica los niveles de utilidad derivados de su producción de maíz?

Rentable ☐

Casualmente rentable ☐

Medianamente rentable ☐

GRACIAS POR SU ATENCIÓN Y COLABORACIÓN
ING. LUZ VILLAVINCENCIO VILLACRES

ENTREVISTA A FUNCIONARIOS DEL GAD MUNICIPAL DE RIOVERDE



Estimado (a) Señor, solicito a usted de la manera más cordial, nos ayude respondiendo al siguiente cuestionario, el mismo que se realiza en aras de analizar la cadena de valor del proceso de comercialización del maíz en el cantón Rioverde.

1.- ¿Cuál es la productividad por cada hectárea de maíz sembrada bajo los parámetros técnicos exigidos por el MAGAP?

2.- ¿Qué productividad promedio por hectárea existe en la siembra de maíz en los agricultores del cantón Rioverde?

3.- ¿Qué tipos de riesgos se pueden generar al momento de la producción del maíz? ¿Existe algún plan de contingencia?

4.- ¿Cuál es el porcentaje de desperdicio que genera la producción del maíz, y que hacen con él?

5.- ¿La producción del maíz tiene los estándares de calidad para su comercialización?

6.- ¿Cuál es el costo de producción por hectárea de este producto?

7.- ¿Qué se piensa hacer con la producción de maíz luego de la cosecha?

8.- ¿Cuál sería su necesidad o requerimiento para la comercialización del maíz?

9.- ¿Cuál es el modelo de gestión que se aplicaran en los convenios tripartitos?

GRACIAS POR SU ATENCIÓN Y COLABORACIÓN
ING. LUZ VILLAVINCENCIO VILLACRES