



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA FINANZAS

**“PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS MEDIANTE
LA VALORACIÓN FINANCIERA DE LOS SISTEMAS
PRODUCTIVOS DE LOS PEQUEÑOS AGRICULTORES DE LA
PARROQUIA PUNGALÁ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA:

ELSA REBECA MISHQUI PAS

Riobamba- Ecuador

2022



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA FINANZAS

**“PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS MEDIANTE
LA VALORACIÓN FINANCIERA DE LOS SISTEMAS
PRODUCTIVOS DE LOS PEQUEÑOS AGRICULTORES DE LA
PARROQUIA PUNGALÁ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA: ELSA REBECA MISHQUI PAS

DIRECTOR: Ing. VÍCTOR OSWALDO CEVALLOS VIQUE

Riobamba- Ecuador

2022

©2022, Elsa Rebeca Mishqui Pas

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho del Autor.

Yo, ELSA REBECA MISHQUI PAS, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados según la norma APA edición vigente a la fecha.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 21 de enero del 2022



Elsa Rebeca Mishqui Pas

C.C: 060596361-0

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

El tribunal de titulación certifica que: El trabajo de titulación: Tipo: Trabajo de investigación, **PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS MEDIANTE LA VALORACIÓN FINANCIERA DE LOS SISTEMAS PRODUCTIVOS DE LOS PEQUEÑOS AGRICULTORES DE LA PARROQUIA PUNGALÁ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**, realizado por la señorita: **ELSA REBECA MISHQUI PAS**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del trabajo de titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

FIRMA

FECHA

Ing. Ángel Gerardo Castelo Salazar
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

21/01/2022

Ing. Víctor Oswaldo Cevallos Vique
**DIRECTOR DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN**

21/01/2022

Ing. Olga Maritza Rodríguez Ulcuango
MIEMBRO DE TRIBUNAL

21/01/2022

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación está dedicado para:

Mis padres quienes con su infinito amor, paciencia y esfuerzo me han ayudado a cumplir con cada meta propuesta a lo largo de mi vida, inculcándome valores de respeto, responsabilidad, esfuerzo, valentía y sobre todo fe en Dios.

Mis hermanos por todo su apoyo incondicional y confiar en mis capacidades y habilidades, y acompañarme en los momentos de tristeza y felicidad, motivándome con cada palabra, haciéndome participe de sus locuras y ocurrencias, permitiéndome ser parte de ustedes.

A mi abuelito y abuelitas, a mis tíos, a mis tías, a mis primos y primas, a toda la familia en general, quienes me enseñaron a no rendirme, a seguir adelante ante todas las adversidades, por las grandes enseñanzas que me han dado a lo largo de este proceso, y porque sé que he estado presente en cada una de sus oraciones, fe y buena voluntad, que me honran.

Y finalmente para mis amigos, quienes me extendieron la mano en los momentos difíciles, me apoyaron y me brindaron su amistad con infinito amor.

Elsa Rebeca Mishqui Pas

AGRADECIMIENTO

“Clama a mí, y te responderé, y te enseñaré cosas grandes y ocultas que tu no conoces”

Jeremías 33:3

Agradezco en primer lugar a Dios por darme salud y vida permitiéndome así llegar al final de uno de mis sueños más anhelados.

A mis padres, por su amor, trabajo y sacrificio durante todos estos años, quienes me han hecho sentir orgullosa de ser su hija, gracias por el apoyo incondicional que me brindaron cada día durante este proceso siendo el pilar fundamental para ser la persona que hoy soy.

A mis hermanos, hermana y sobrino por acompañarme con su interés en mis asuntos en todo momento, gracias por su gran amor, confianza y apoyo siendo mi guía y pilar para cada paso que he dado.

A toda mi familia quienes me apoyaron en cada paso que di para la culminación del trabajo que he realizado, en especial doy gracias a todos los habitantes de la Parroquia Pungalá, por colaborar con la información necesaria y datos adicionales para el correcto desarrollo y finalización del trabajo de titulación.

A mis amigas y amigos por estar presentes en mis alegrías y tristezas compartiendo los mejores momentos de la vida educativa, pero, sobre todo, gracias por la gran y preciosa amistad que me brindaron, por sus divertidas y motivadoras historias, y por las experiencias de vida compartida, lo cual hicieron que creciera en sabiduría y conocimientos.

Agradezco a mi querida institución, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por abrirme las puertas a la oportunidad de ser parte de la gran y acogedora familia Politécnica, que mediante la enseñanza magistral compartida por sus excelentes catedráticos me formaron como persona e hicieron que crezca mi sabiduría, agradezco infinitamente a todos mis maestros de la Carrera de Finanzas, y a mis queridas tutoras de tesis, quienes con su gran paciencia y buena voluntad me han guiado en la elaboración del presente trabajo.

Elsa Rebeca Mishqui Pas

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	.xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xv
ÍNDICE DE FIGURAS	xvi
ÍNDICE DE ANEXOS	xvii
RESUMEN	xviii
ABSTRACT	xix
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1	MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	3
1.1	Planteamiento del problema.....	3
1.2	Formulación del Problema	4
1.3	Sistematización del problema.....	4
1.3.1	<i>Sistematización Espacial</i>	4
1.4	Objetivos	5
1.4.1	<i>Objetivo General</i>	5
1.4.2	<i>Objetivos Específicos</i>	5
1.5	Justificación	5
1.5.1	<i>Justificación Teórica</i>	5
1.5.2	<i>Justificación Metodológica</i>	6
1.5.3	<i>Justificación Práctica Social</i>	6
1.6	Antecedentes de investigación.....	6
1.7	Marco teórico.....	9
1.7.1	<i>Antecedentes históricos</i>	9
1.7.1.1	<i>Localización</i>	9
1.7.1.2	<i>Origen</i>	10
1.7.1.3	<i>Cultura</i>	10
1.7.1.4	<i>Tradición</i>	10

1.7.2	Base legal	11
1.7.2.1	Proceso administrativo	11
1.7.2.2	Funciones del GADPR Pungalá	12
1.7.2.3	Competencias del GADPR Pungalá.....	13
1.7.3	Planificación	14
1.7.4	Estrategia	14
1.7.5	Planificación estratégica	15
1.7.5.1	Importancia de una planificación estratégica.....	16
1.7.5.2	Principios de la planificación estratégica.....	16
1.7.5.3	Tipos de planificación.....	18
1.7.5.4	Fases de elaboración de un plan estratégico	18
1.7.5.5	Niveles del entorno	19
1.7.5.6	Elementos orientadores	21
1.7.5.7	Misión.....	22
1.7.5.8	Visión.....	22
1.7.5.9	Valores corporativos	22
1.7.5.10	Objetivos estratégicos	22
1.7.6	Análisis FODA.....	23
1.7.6.1	Matrices de evaluación	24
1.7.7	Análisis del mercado.....	27
1.7.8	Estudio de mercado.....	28
1.7.8.1	Objetivos del Estudio de Mercado	28
1.7.8.2	Portafolio de productos o servicios	29
1.7.8.3	Importancia del portafolio de productos o servicios.....	29
1.7.8.4	Análisis de la oferta.....	29
1.7.8.5	Determinantes de la oferta	30
1.7.8.6	Análisis de la demanda.....	30
1.7.8.7	Determinantes de la demanda	30
1.7.8.8	Tipos de demanda.....	31
1.7.8.9	Demanda independiente	31
1.7.8.10	Demanda dependiente	32

1.7.8.11	<i>Relación entre oferta y demanda</i>	32
1.7.9	<i>Sistemas productivos agrícolas</i>	33
1.7.9.1	<i>Indicadores de producción agrícola</i>	33
1.7.9.2	<i>Técnicas de producción agrícola</i>	34
1.7.9.3	<i>Riesgos en el sector agrícola</i>	34
1.7.9.4	<i>Análisis financiero ante riesgos naturales</i>	36
1.7.9.5	<i>Impulsos agrícolas</i>	37
1.7.9.6	<i>Alternativas de producción</i>	38
1.8	Marco conceptual	38
1.9	Interrogantes de Estudio	40
1.9.1	<i>Idea a Defender</i>	40
1.9.1.1	<i>Variables</i>	40

CAPÍTULO II

2	MARCO METODOLÓGICO	41
2.1	Enfoque de investigación	41
2.1.1	<i>Enfoque cualitativo</i>	41
2.1.2	<i>Enfoque cuantitativo</i>	41
2.2	Nivel de investigación	42
2.2.1	<i>Investigación exploratorio</i>	42
2.2.2	<i>Investigación descriptiva</i>	42
2.2.3	<i>Investigación correlacional</i>	42
2.2.4	<i>Investigación explicativa</i>	42
2.3	Diseño de investigación	43
2.4	Tipo de estudio	43
2.5	Población y muestra	44
2.5.1	<i>Población</i>	44
2.5.2	<i>Muestra</i>	45
2.5.3	<i>Técnica de muestreo</i>	46
2.5.4	<i>Población de los Comerciantes EP-EMMPA</i>	46
2.5.5	<i>Muestra</i>	47

2.5.6	<i>Técnica de muestreo para la población de Comerciantes</i>	48
2.6	Métodos, técnicas e instrumentos	48
2.6.1	Métodos	48
2.6.1.1	<i>Métodos teóricos</i>	48
2.6.1.2	<i>Métodos empíricos</i>	49
2.6.2	Técnicas	49
2.6.3	Instrumentos	49

CAPÍTULO III

3	MARCO DE RESULTADOS, DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	51
3.1	Resultados y discusión de resultados	51
3.1.1	<i>Análisis e interpretación de resultados encuesta aplicada a los Productores de la parroquia Pungalá</i>	51
3.1.2	<i>Análisis e interpretación de resultados encuesta aplicada a los Comerciantes del EP-EMMPA</i>	66
3.1.3	<i>Análisis e interpretación de resultados de la entrevista realizada al sr. Efraín Allaica presidente del GADPR de Pungalá</i>	73
3.1.4	<i>Entrevista al señor Francisco Guashpa presidente de la asociación de productores de papa certificada de Puruhay</i>	77
3.2	Comprobación de las Interrogantes de estudio - Idea a defender	79
3.3	Propuesta	80
3.3.1	Título	80
3.3.2	Introducción	80
3.3.2.1	<i>Sector agrícola</i>	80
3.3.2.2	<i>Misión propuesta</i>	81
3.3.2.3	<i>¿Qué hace la organización?</i>	81
3.3.2.4	<i>¿Para qué lo hace?</i>	81
3.3.2.5	<i>¿Con qué lo hace?</i>	81
3.3.2.6	<i>¿Cómo lo hace?</i>	81
3.3.2.7	<i>¿Con cuáles criterios se rige?</i>	82

3.4	Evolución del entorno empresarial.....	83
3.4.1	<i>Determinación de los factores estratégicos externos</i>	88
3.4.1.1	<i>Matriz de prioridades.....</i>	88
3.4.1.2	<i>Perfil estratégico externo (Likert).....</i>	89
3.4.1.3	<i>Capacidades</i>	90
3.4.2	<i>Análisis interno</i>	91
3.4.3	<i>Determinación de los factores estratégicos internos</i>	94
3.4.3.1	<i>Matriz de prioridades.....</i>	94
3.4.3.2	<i>Perfil estratégico interno (Likert).....</i>	95
3.4.3.3	<i>Capacidades</i>	96
3.4.4	<i>Pronosticación</i>	97
3.5	Formulación estratégica	99
3.5.1	<i>Visión.....</i>	99
3.5.2	<i>El problema y la solución estratégicos generales</i>	99
3.5.3	<i>Uso de la matriz FODA para diseñar el problema y la solución estratégicos generalI06</i>	
3.6	Diseño de los objetivos	108
3.6.1	<i>Derivación de los objetivos</i>	108
3.6.1.1	<i>Objetivo general.....</i>	108
3.6.1.2	<i>Objetivos específicos:.....</i>	108
3.6.1.3	<i>Metas propuestas:.....</i>	108
3.7	Diseño de las estrategias	109
3.7.1	<i>Alternativas estratégicas</i>	109
3.7.2	<i>Procedimiento de la calificación para la evaluación de las estrategias.....</i>	114
3.8	Presentación de una idea de proyecto incorporada a un plan estratégico empresarial.....	117
3.8.1	<i>Antecedentes.....</i>	117
3.8.2	<i>Denominación del proyecto</i>	117
3.8.3	<i>Problema que se enfrenta con el proyecto en el marco del plan estratégico</i>	118
3.8.4	<i>Políticas empresariales</i>	119
3.8.4.1	<i>Políticas expresas o implícitas.....</i>	119
3.8.5	<i>Programa para la implementación del plan estratégico.....</i>	119

3.9	Soporte de la estrategia.....	124
3.9.1	<i>Bostón Consulting (BCG) o matriz de crecimiento – cuota mercado</i>	125
3.9.1.1	<i>La tasa de crecimiento del mercado (indicador del atractivo).....</i>	125
3.9.1.2	<i>Cuota de mercado relativa al competidor más peligroso (indicador competitividad mantenida).....</i>	125
3.9.1.3	<i>Hipótesis básicas de la matriz BCG.....</i>	126
3.9.2	<i>Elementos que intervienen en el gráfico de la matriz BCG</i>	129
3.9.3	<i>Tipología de las unidades estratégicas de negocios.....</i>	130
3.9.4	<i>Ejecución del desarrollo de la planificación estratégica.....</i>	131
3.9.4.1	<i>Impacto del desarrollo de una planificación financiera para los pequeños agricultores de la parroquia Pungalá.....</i>	131
3.9.4.2	<i>Alineamiento estratégico</i>	132
3.9.4.3	<i>Implementación estratégica</i>	135
3.9.4.4	<i>Estimación presupuestal para la ejecución de las estrategias para el GADPR Pungalá.</i>	
	139	
3.9.4.5	<i>Cronograma de la ejecución de la planificación estratégica.....</i>	140
3.9.5	<i>Jerarquía en la formulación de estrategias</i>	141
3.9.5.1	<i>Estrategia Corporativa</i>	141
3.9.5.2	<i>Funciones en la formulación de estrategias y áreas de principal influencia.....</i>	141
3.9.5.3	<i>Estrategia de Negocio.....</i>	142
3.9.5.4	<i>Funciones en la formulación de estrategias</i>	142
3.9.5.5	<i>Estrategias operativas.....</i>	142
3.9.5.6	<i>Funciones en la formulación de estrategias operativas.....</i>	143
3.9.6	<i>Principios que rigen a la creación de la planificación de estrategias para los pequeños agricultores de la parroquia Pungalá.</i>	143
	CONCLUSIONES.....	144
	RECOMENDACIONES.....	145
	BIBLIOGRAFIA	
	ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1-1:	Tipos de Riesgo en el Sector Agropecuario.....	35
TABLA 2-2:	Agricultores de la Parroquia Pungalá	44
TABLA 3-2:	Comerciantes de la EP-EMMPA	46
TABLA 4-3:	Productos que se Siembra con Frecuencia.....	51
TABLA 5-3:	Mercados.....	53
TABLA 6-3:	Características de Productos para la Venta.....	54
TABLA 7-3:	Frecuencia de Cosechas	55
TABLA 8-3:	Planificación de Cultivos	56
TABLA 9-3:	Ingreso por la Actividad Agrícola	57
TABLA 10-3:	Transporte para la Comercialización de Productos Agrícolas	58
TABLA 11-3:	Pago por el Transporte de Productos Agrícolas.....	59
TABLA 12-3:	Medio de Financiamiento	60
TABLA 13-3:	Entidades del Estado que brindan ayuda	61
TABLA 14-3:	Precio justo en la actual comercialización de productos agrícolas	63
TABLA 15-3:	Estructura de producción para la parroquia	64
TABLA 16-3:	Planificación para comercialización de productos agrícolas	65
TABLA 17-3:	Parroquias productoras	66
TABLA 18-3:	Presentación habitual	67
TABLA 19-3:	Adquisición de productos	68
TABLA 20-3:	Características del producto adquirido	69
TABLA 21-3:	Frecuencia de venta	70
TABLA 22-3:	Características de los productos para la adquisición.....	71
TABLA 23-3:	Factores claves del Macro-Entorno	83
TABLA 24-3:	Factores claves del Micro-Entorno	86
TABLA 25-3:	Matriz de prioridades	88
TABLA 26-3:	Perfil Estratégico Externo.....	89
TABLA 27-3:	Capacidades	90
TABLA 28-3:	Análisis Interno.....	91
TABLA 29-3:	Matriz De Prioridades Internas	94

TABLA 30-3:	Perfil Estratégico Interno	95
TABLA 31-3:	Capacidades Internas	96
TABLA 32-3:	Pronosticación.....	97
TABLA 33-3:	Análisis ADFO	99
TABLA 34-3:	Matriz FODA.....	102
TABLA 35-3:	Calificación de Factores Estratégicos	107
TABLA 36-3:	Alternativas Estratégicas.....	109
TABLA 37-3:	Criterios de Evaluación Estratégica	115
TABLA 38-3:	Programa de Implantación Estratégico-Parte A.....	121
TABLA 39-3:	Programa de Implantación Estratégico-Parte B	122
TABLA 40-3:	Programa de Implantación Estratégica-Parte C	123
TABLA 41-3:	Matriz de Crecimiento y cuota de mercado	128
TABLA 42-3:	Tipologías de la Matriz BCG.....	130
TABLA 43-3:	Lineamientos Estratégicos	132
TABLA 44-3:	Definición de Acciones.....	135
TABLA 45-3:	Implementación de nuevos planes de capacitación	136
TABLA 46-3:	Incrementar posicionamiento en el mercado	137
TABLA 47-3:	Implementación de una Planificación Estratégica para los Pequeños Agricultores de la Parroquia de Pungalá.	138
TABLA 48-3:	Estimación Presupuestal	139
TABLA 49-3:	Cronograma de Ejecución Estratégica	140

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRAFICO 1-3:	Productos que siembra con frecuencia	52
GRAFICO 2-3:	Mercados de venta	53
GRAFICO 3-3:	Características de los productos para la venta	54
GRAFICO 4-3:	Frecuencia de cosechas.....	55
GRAFICO 5-3:	Planificación de cultivos.....	56
GRAFICO 6-3:	Ingreso por actividad agrícola	57
GRAFICO 7-3:	Transporte para la comercialización de productos agrícolas	59
GRAFICO 8-3:	Pago por el transporte de productos agrícolas	60
GRAFICO 9-3:	Medio de financiamiento	61
GRAFICO 10-3:	Entidades del estado que brindan ayuda	62
GRAFICO 11-3:	Precio justo en la actual comercialización de productos agrícolas	63
GRAFICO 12-3:	Estructura de Producción para la Parroquia.....	64
GRAFICO 13-3:	Planificación para comercialización de Productos Agrícolas.....	65
GRAFICO 14-3:	Parroquias Productoras	67
GRAFICO 15-3:	Presentación habitual	68
GRAFICO 16-3:	Adquisición de productos	69
GRAFICO 17-3:	Características del producto adquirido	70
GRAFICO 18-3:	Frecuencia de venta	71
GRAFICO 19-3:	Características de los productos para la adquisición	72

ÍNDICE DE FIGURA

FIGURA 1- 1:	Mapa de asentamientos humanos de la Parroquia Pungalá	9
FIGURA 2-1:	Competencia del GADPR Pungalá.....	14
FIGURA 3-1:	Fases del Plan Estratégico.....	19
FIGURA 4-1:	Fases del Plan Estratégico.....	21
FIGURA 5-1:	Análisis FODA	23
FIGURA 6-1:	Balanced SCORE-CARD	24
FIGURA 7-1:	Mapa Estratégico	25
FIGURA 8-1:	Análisis PEST.....	25
FIGURA 9-1:	Análisis Porter de las Cinco Fuerzas	26
FIGURA 10-1:	Análisis VRIO	27
FIGURA 11-1:	Equilibrio de mercado.....	33
FIGURA 12-3:	Soporte de la estrategia	124
FIGURA 13-3:	Matriz BCG	129

ÍNDICE DE ANEXOS

- ANEXO A:** Carta de auspicio154
- ANEXO B:** Carta de auspicio del GADPR Pungalá
- ANEXO C:** Certificado del SRI del GADPR
- ANEXO D:** Reverso de RUC del GADPR Pungalá
- ANEXO E:** Estructura organizacional del GADPR
- ANEXO F:** Aplicación de encuestas a los comerciantes
- ANEXO G:** Recorrido a comunidades
- ANEXO H:** Aplicación de encuestas a los productora de hortalizas
- ANEXO I:** Aplicación de encuestas a productora de maíz y/o choclo
- ANEXO J:** Aplicación de encuestas a productor de ajos
- ANEXO K:** Aplicación de encuestas a productor de papa
- ANEXO L:** Siembra de alcachofas
- ANEXO M:** Siembra de habas
- ANEXO N:** Sistema de riego
- ANEXO O:** Rutas de transporte

RESUMEN

El presente trabajo de titulación tuvo como objetivo desarrollar una Planificación estratégica para la comercialización de productos agrícolas mediante la valoración financiera de los sistemas productivos de los pequeños agricultores de la parroquia Pungalá, de la provincia de Chimborazo, durante el periodo comprendido entre abril-septiembre del 2021, con miras hacia la óptima toma de decisiones que incremente las utilidades del productor minimizando el monto de los altos costos de inversión; los factores que intervinieron para el correcto desarrollo de este proyecto fueron determinados mediante el enfoque de investigación cualitativo, cuantitativo y de campo aplicando métodos exploratorios, el cual determino un diseño investigativo no experimental por lo que los resultados obtenidos no serán alterados, cambiados o modificados por el autor, esta información fue recabada mediante la aplicación de encuestas a los productores agrícolas de la parroquia y comerciantes del EP-EMMPA, con el fin de determinar los aspectos internos y externos que componen a este sector productivo, el resultado de la recopilación de la información y recolección de datos fue analizado e interpretado, dando como resultado que la mayoría de la parroquia tiene sectores de producción estancados, por factores de abandono de tierra resultado de la migración e intereses por la oportunidades en las ciudades, bajo conocimiento e implementación de técnicas y herramientas agrarias actuales, abandono de las diferentes instituciones u organizaciones de apoyo y fomento productivo agrícola, entre otros; por los cuales el correcto desarrollo e implementación de un plan estratégico en el sector productivo agrícola, mediante cooperación con los miembros encargados parroquiales, incrementaría la producción generando variedad de productos con calidad, incremento de fuentes de trabajo, interés de inversionistas en este sector y el desarrollo económico, social y cultural de quienes conforma la parroquia Pungalá.

Palabras clave: <PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA>, <DESARROLLO LOCAL>, <ECONOMÍA>, <RENTABILIDAD>, <PRODUCCIÓN AGRÍCOLA>, <COMERCIALIZACIÓN>



Firmado electrónicamente por:
**JHONATAN RODRIGO
PAREÑO UQUILLAS**



04-03-2022


0391-DBRA-UTP-2022

ABSTRACT

The objective of this study was to develop a strategic plan to commercialize agricultural products through the financial valuation of productive systems of small farmers from Pungalá parish, located in the province of Chimborazo, during the period April-September 2021, with a view to optimal decision-making that increases producer profits by minimizing the amount of high investment costs. The factors that intervened in the correct development of this project were determined through the qualitative, quantitative and field research approach applying exploratory methods, which determined a non-experimental research design so that the results obtained will not be altered, changed or modified by the author. This information was collected through the application of surveys to agricultural producers of the parish and merchants of the EP-EMMPA in order to determine internal and external aspects that make up this productive sector. The result of the compilation of the Information and data collection was analyzed and interpreted, resulting in the majority of the parish having stagnant production sectors, due to land abandonment factors resulting from migration and interest in opportunities, a limited knowledge and implementation of techniques and current agricultural tools, abandonment of the different entities, institutions or organizations that support and promote agricultural production, among others, for which the correct development and implementation of a strategic plan in the agricultural productive sector, through cooperation with the members in charge of the parish, would increase production generating a variety of quality products, increasing jobs, interest of investors in this sector and the economic, social and cultural development of those who belong to the Pungalá parish.

Keywords: <STRATEGIC PLANNING>, <LOCAL DEVELOPMENT>, <ECONOMY>, <PROFITABILITY>, <AGRICULTURAL PRODUCTION>, <MARKETING>

LUIS
FERNANDO
BARRIGA FRAY



Firmado digitalmente
por LUIS FERNANDO
BARRIGA FRAY
Fecha: 2022.03.17
16:28:58 -05'00'

INTRODUCCIÓN

Una planificación estratégica es de gran relevancia dentro de las grandes organizaciones quienes tienen miras hacia el éxito, puesto que este importante hecho les permite analizar las mejores alternativas encontradas con estudios previos, para el momento de la toma de decisiones los cuales parten de las diferentes perspectivas sociales, culturales y financieras de la empresa y su relación con el entorno en el que se desempeña la organización con el propósito de conseguir los objetivos planteados y las metas estructuradas en un inicio.

Desarrollar una Planificación estratégica para la comercialización de productos agrícolas mediante la valoración financiera de los sistemas productivos de los pequeños agricultores de la parroquia Pungalá, provincia de Chimborazo, es muy importante ya que, en la actualidad, el sector agrícola se ve mermado ante la falta de apoyo de grandes instituciones los mismo que guíen y especifiquen las mejores opciones agrarias, por otro lado, se ve afectado hoy por hoy, por las constantes migraciones fuera del país y también dentro del territorio nacional como lo es el traslado del campo a la ciudad y su abandono de las grandes, medianas y pequeñas extensiones de terreno que se tiene en el sector rural. Además, el gran recorte presupuestal que ha tenido los diferentes GADs Parroquiales, por los fuertes problemas económicos que se han ido desarrollando durante los últimos años en el país, han afectado enormemente al óptimo desarrollo del sector productivo agrícola, dando cavidad al abandono de la tierra.

Promover una agricultura sostenible que sea capaz de garantizar la satisfacción de las grandes necesidades alimentarias y de desarrollo económico sectorial, que incentive el crecimiento de la rentabilidad, el cuidado del medio ambiente y la equidad social y económica, manteniendo el buen desarrollo del plan nacional del buen vivir dentro de los parámetros de legitimidad y equidad social.

De la misma manera, el desarrollo de una planificación estratégica en el sector agrícola es importante para mantener viva las prácticas de producción que mantiene a los diferentes Estados y pueblos, con los recursos necesarios para alimentarse, a más de permitir el buen desarrollo económico, por el cual, los beneficiarios directos serán principalmente los pequeños productores de la parroquia de Pungalá de la provincia de Chimborazo por lo cual se espera tener un gran alcance mediante la implementación

de nuevas estrategias productivas entre los productores del sector y las autoridades competentes a cargo de la actual admiración de la Parroquia.

Como primer antecedente investigativo se tomó en cuenta el tema “planificación estratégica para una empresa agropecuaria de (Cervantes, 2011) con el objetivo de que el sector agropecuario tenga una dirección, guía a largo plazo y pueda seguir con el desarrollo normal, rentable y sustentable dentro de sus actividades. Por otro lado, se tuvo como referencia investigativa el libro “La elaboración del plan estratégico y su implantación a través del cuadro de mando integral” escrita por (Martínez Pedrós & Milla Gutiérrez, 2005), el cual nos define las diversas conceptualizaciones y ayuda para el óptimo desarrollo de los temas que se tratara para un buen desarrollo de planificación estratégica. Además, se obtuvo otras fuentes bibliográficas tanto de proyectos investigativos como de libros, los cuales se ira detallando a medida que avance los temas definidos dentro de este trabajo de investigación.

La metodología que se utilizó para determinar los diferentes factores a estudiar fueron los enfoques de investigación cualitativa y cuantitativa ya que los datos encontrados no representarán solo la manera descriptiva, sino que también se lo realizara mediante valoraciones numéricas, recopiladas por el nivel de investigación exploratorio lo cual ayudo a formar los diferentes puntos de vista para luego ser analizadas, mediante un diseño investigativo no experimental en el cual la información obtenida no será alterada o cambiada por el investigador; el tipo de estudio fue de campo con la implementación de técnicas como las encuestas a productores y comerciantes y entrevistas a los representantes de las organizaciones importantes de la parroquia.

El presente trabajo de titulación cuenta con tres capítulos, mismos que han permitido llegar a los resultados obtenidos, los cuales son desarrollados a continuación:

CAPÍTULO I

1 Marco Teórico Referencial

1.1 Planteamiento del problema

La agricultura a pesar de su importancia económica en el mercado interno y de exportación de los países del mundo, es en gran parte rezagada, más aún con el lento crecimiento productivo y las fluctuaciones anuales de producción alimenticia y en su gran mayoría por los cambios drásticos en los métodos y técnicas de cultivo creados por los distintos habitantes que llevan sus hábitos y culturas de un país a otro. En añadidura (Nandrade, 2017) menciona que “el impulso al desarrollo de Japón y otros países fue gracias al excedente de la agricultura”.

En el Ecuador la agricultura desempeña un papel crucial en la economía del país; puesto que, es la columna vertebral de nuestro sistema económico; de acuerdo a una investigación realizada por la universidad de Ibarra, de la carrera de Ingeniería Agropecuaria (Nandrade, 2017) define que la agricultura “no sólo provee alimentos y materias primas, sino también oportunidades de empleo a toda la población, haciendo que el desarrollo del sector agrícola se dirija hacia el superávit comercial.”. Pues, para que el país se desarrolle, sus habitantes estarán dedicadas a actividades como la minería, la manufactura y otros sectores tanto agrícolas como no agrícolas. Lo cual hace que mientras se desarrolla la agricultura, la producción se amplía y el excedente comercial se expanda, creando la posibilidad de vender nuestros productos a otros países.

En la Provincia de Chimborazo, gran número de productores se dedican a la agricultura, y por el desconocimiento de tiempos adecuados de siembra y expendio al momento de llevarlos al mercado, en el cual suelen tener excedente de oferentes y poca demanda o viceversa, sumado el poco conocimiento financiero en cuanto a inversión y nuevas formas de producción, específicamente en los habitantes de la Parroquia Pungalá, Cantón Riobamba, impide la generación de una mejor rentabilidad, que reduzca gastos y genere mayores ingresos que posibiliten el crecimiento del sector agrícola y económico en la zona.

1.2 Formulación del Problema

Es necesario conocer si en la actualidad los pequeños agricultores de la Parroquia Pungalá conocen acerca de una planificación estratégica, revisando de qué manera incurre este proyecto en los habitantes y autoridades de la parroquia para la óptima y oportuna toma de decisiones en cuanto a inversión y el cumplimiento de los principios del buen vivir. Por lo cual se consideró formular el siguiente problema:

¿Cuál es la incidencia de la inversión y las diferentes alternativas que se pueden implementar con una planificación estratégica para la comercialización de productos agrícolas mediante la valoración financiera de los sistemas productivos de los pequeños agricultores de la Parroquia Pungalá, Provincia de Chimborazo?

1.3 Sistematización del problema

Esta problemática se desarrollará entre las diferentes comunidades de la parroquia de Pungalá, y sus mecanismos de valoración financiera de los sistemas productivos agrícolas mediante la implementación de un plan estratégico para la comercialización efectiva generando mayores utilidades y reduciendo costos de inversión.

Área: Administrativa

Campo: Finanzas

Aspecto: Planeación estratégica

1.3.1 Sistematización Espacial

Parroquia: Pungalá

Cantón: Riobamba

Provincia: Chimborazo

Delimitación del tiempo: Período Académico abril-septiembre 2021

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Desarrollar una Planificación estratégica para la comercialización de productos agrícolas mediante la valoración financiera de los sistemas productivos de los pequeños agricultores de la parroquia Pungalá, provincia de Chimborazo, hacia la óptima toma de decisiones que incremente las utilidades del productor minimizando el monto de los altos costos de inversión.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Determinar los mercados de mayor actividad económica para la comercialización de productos agrícolas valorando financieramente los diferentes sistemas de producción mediante un diagnóstico de comercio y transporte utilizados en los productos agrícolas de la Parroquia.
- Evaluar y documentar el desarrollo de la planificación estratégica, para el impulso de la agricultura en los pequeños productores, mediante la comparación de la producción con ayuda de los distintos elementos que componen un plan estratégico.
- Identificar las mejores estrategias de planificación con un proceso metodológico que ayude al incremento de las utilidades, limitando una máxima inversión en la producción.
- Presentar las mejores alternativas para la implementación de la planificación estratégica para la comercialización de productos agrícolas en los productores de la Parroquia Pungalá.

1.5 Justificación

La presente investigación se justifica mediante los siguientes aspectos:

1.5.1 Justificación Teórica

Es imprescindible contar con una planificación estratégica que ayude a los pequeños agricultores a generar mayor rentabilidad en sus hogares e incrementar la economía de la provincia y del país, mediante la identificación de los diferentes problemas de inversión, implementando estrategias

orientadas a mejorar la calidad productiva para desarrollar competitividad en el mercado, generando valores extras en los precios de los productos ofertados frente a la competencia.

1.5.2 Justificación Metodológica

De acuerdo con la definición del (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2019) “los agricultores son importantes para la población como la tenencia de agua o sol, pues ellos son quienes proveen productos de calidad para una sana alimentación, con el cultivo de productos que se usan para la exportación, convirtiéndose en una fuente de ingreso de divisas para la economía ecuatoriana”. Por lo que se ve reflejada la gran necesidad de incrementar interés en este sector, mediante diversas estrategias sobre todo de planificación y transporte ayudando al crecimiento de cada familia agrícola.

1.5.3 Justificación Práctica Social

Este trabajo de investigación se basa en la necesidad de mejorar la productividad de los múltiples agricultores de la zona referida. El resultado de la investigación basada en la planificación estratégica para la comercialización de productos agrícolas, permitirá elaborar estrategias concretas para mejorar la calidad de productos de manera sustancial y así lograr un impacto en los habitantes de las diferentes comunidades mediante el incremento del valor en la comercialización de los productos agrícolas resultantes.

1.6 Antecedentes de investigación

De acuerdo con el escritor Luciano (Martinez, 1992) quien habla en su libro titulado “El empleo rural en el Ecuador”, que, en el Ecuador, por la gran diversidad de la estructura agraria debido a la presencia climática, ecológica, social y cultural es preciso realizar análisis regionales más precisos. Un claro ejemplo de este proceso es la medición del empleo hecho en función del proceso de producción en la agricultura, haciendo que la actual situación de pobreza entre los agricultores con escasos recursos en tenencia de territorios, indica que la agricultura y ganadería no es suficiente para manifestar el empleo entre los sectores más pauperizados de la parte rural.

Por ello, la agricultura puede ser definida como el conjunto de actividades que transforman el medio natural con la finalidad de producir alimentos y materias primas útiles para el hombre y la mujer,

llamados tradicionalmente como producción primaria, ello hace relación a que se limita a la conducción de un proceso biológico, sin ninguna transformación posterior de alimentos o materias primas a que ella da lugar, que no fuese meramente artesanal. Obviamente dichos límites han tendido a desaparecer, conforme la agricultura se integra, tanto hacia delante como hacia atrás con la aparición de la industria y los servicios.

En relación a los antecedentes investigativos y estudios previos que guardan relación con el problema de investigación se detallan los siguientes:

Título: Planificación estratégica para una empresa agropecuaria (Cervantes, 2011).

Autor: Agustina Belén Cervantes

Universidad: Universidad Empresarial Siglo 21

La realización de una Planificación Estratégica en un establecimiento agropecuario “establecimiento Don Emilio”, tiene el objetivo de que este centro tenga una dirección, guía de acción a largo plazo, con lo cual se pueda seguir desarrollando con regularidad, renta y sustentabilidad sus actividades, aportando así su porcentaje de renta al crecimiento económico del país. Por otro lado, las principales debilidades que explican la situación antes planteada, fue a causa de la ausencia de los sistemas de información, los problemas de organización, la falta de planificación a largo plazo, la inexistencia de las economías de escala, las inestables estrategias de comercialización, con una deficiente capacitación del personal y un nivel bajo del poder de negociación con los clientes y los proveedores (Cervantes, 2011).

Título: Plan estratégico para el gobierno autónomo descentralizado de la parroquia Guanando, cantón guano, provincia de Chimborazo (Méndez Gutiérrez, 2017).

Autor: Bayron Biteli Méndez Gutiérrez

Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

El trabajo de investigación fue desarrollado en unos de los cantones de la parroquia de Chimborazo, el cual se desarrolló en un enfoque investigativo de desarrollo local con participación ciudadana, para lo cual se realizó un análisis FODA el cual permitió el estudio de los procesos a ejecutarse en la entidad, determinando que la entidad al necesitar de un plan estratégico, los miembros del GAD tendían a planear proyectos que no eran examinados en el Plan Operativo Anual de la institución,

afectando así a la optimización de recursos y realización oportuna de obras, por lo cual se recomendó considerar la puesta en marcha inmediata del plan estratégico, el cual permitiría una toma de decisiones congruentes a favor de la parroquia (Méndez Gutiérrez, 2017).

Título: Plan de negocios para la comercialización de productos agrícolas en la asociación “San Pedro de Licto” Parroquia Licto, cantón Riobamba (Santana Guevara, 2020).

Autores: Santana Guevara, Carolina Beatriz

Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

Desarrolla un plan de negocios para la comercialización de productos agrícolas en la asociación “San Pedro de Licto” en la parroquia Licto, cantón Riobamba con miras hacia la mejora de los niveles de competitividad comercial de la asociación más representativa de la parroquia, a través de un análisis interno y externo, con la utilización de técnicas y herramientas que permitan conocer la situación de la asociación para implementar nuevas líneas de negocios con aquellos productos agrícolas que cultivan los miembros de la asociación y de la parroquia en general (Santana Guevara, 2020).

Título: La elaboración del plan estratégico y su implantación a través del cuadro de mando integral (Martínez Pedrós & Milla Gutiérrez, 2005).

Autores: Martínez Pedros Daniel y Milla Gutiérrez Artemio

Editorial: Díaz de Santos

El presente libro describe conceptos valiosos sobre los aspectos que conlleva realizar una planificación estratégica, en el mismo se detallan como realizarlo y con qué herramientas hacerlo, por lo cual describe también ejemplos prácticos en cuanto a los métodos de análisis y creación de misión, visión, estrategias, valores corporativos, entre otros, creando matrices de evaluación de desempeños como es el FODA, PEST, con la aplicación de indicadores del entorno como lo son el factor económico, político, tecnológico y social, que ayudan a analizar a la competencia mediante el modelo de las cinco fuerzas de Porter, lo cual es indispensable en la correcta elaboración de una planificación estratégica que ayude al medio en el cual se desarrolló y quiere aplicarse la investigación y estudios a realizar (Martínez Pedrós & Milla Gutiérrez, 2005).

1.7 Marco teórico

1.7.1 Antecedentes históricos

1.7.1.1 Localización

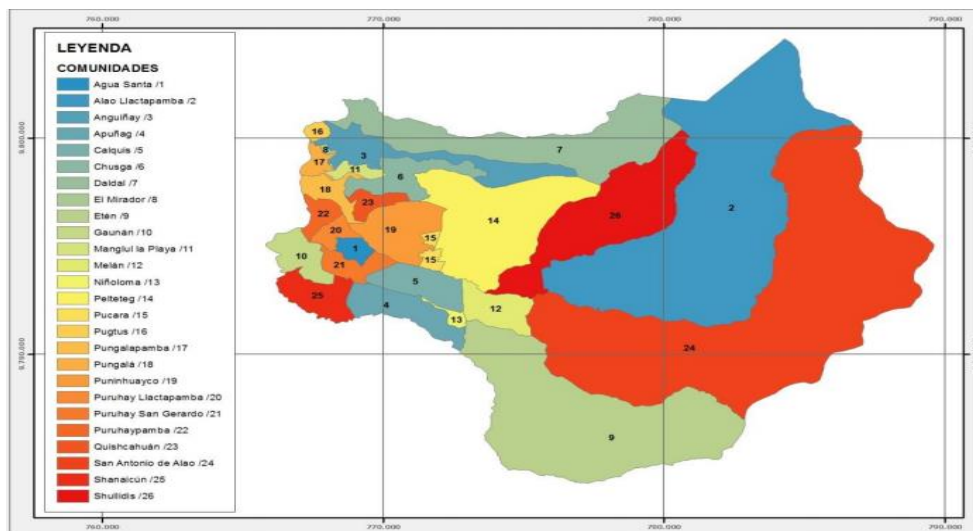


FIGURA 1- 1: MAPA DE ASENTAMIENTOS HUMANOS DE LA PARROQUIA PUNGALÁ

Realizado por: Mishqui, E. 2021

La parroquia de Pungalá, perteneciente al cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, de acuerdo a un portal de la (EP-EMMPA, 2017), en el que se describe el plan de desarrollo cantonal, la parroquia fue creada el 29 de mayo de 1861, se encuentra situado al Sur Oriental del Cantón Riobamba, específicamente en el Noreste de la Provincia de Chimborazo, entre los 78 o 30' y 78 o 35' de longitud Occidental, y 1o 45'-1 o 35' de latitud Sur. La parroquia Pungalá y sus veinte y seis comunidades, poseen una superficie aproximada de 264,65 Km² (26.465,09 Ha) y una altitud promedio de 2.880 m.s.n.m. De acuerdo con la información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, la extensión total de la parroquia es representada por el 26% del área perteneciente al Cantón Riobamba. Sus límites son al Norte con el Cantón Chambo, al Sur con el Cantón Guamote y su parroquia Cebadas, al Este con la provincia de Morona Santiago y al Oeste con la parroquia Licto (GADPR PUNGALÁ, pág. 12).

1.7.1.2 Origen

Según la ley de división territorial Pungalá fue creada como parroquia rural del cantón Riobamba el 29 de mayo de 1861 en la presidencia del doctor Gabriel García Moreno.

El nombre de Pungalá se origina de dos palabras en quichua:

Pungu = puerta.

Gala = Grandeza, riqueza,

Dando como significado “Puerta a la riqueza o a la grandeza” haciendo honor a sus tierras fértiles.

1.7.1.3 Cultura

La población mayoritaria está conformada por indígenas Puruhá, utilizando el idioma nativo Quichua para comunicarse mientras que la población mestiza utiliza el idioma Castellano. Conservan varios valores entre los cuales se destaca la solidaridad y fraternidad, mismo que se observan día a día en las actividades que realizan los moradores, puesto que trabajan en mingas para solucionar los problemas parroquiales. Por otro lado, la vestimenta que utilizan son prendas confeccionadas de la lana de sus ovejas y llamas, aunque en los últimos años estos hayan cambiado por prendas confeccionados con hilos de orlón, los mismos que comprenden en el caso de los varones, pantalones, camisas, sombrero de paño y ponchos de lana, en el caso de las mujeres utilizan anaco, bayeta, blusa de colores, y sombrero de paño, además de acompañarlos por accesorios como aretes de plata y huashcas de corales. La mayoría de los residentes de esta parroquia practican la religión católica, mientras que su otra parte de la población parroquial es evangélica, pero que entre ellos conservan fraternas relaciones (EP-EMMPA, pág. 37).

1.7.1.4 Tradición

Entre las tradiciones culturales Pungalá se caracteriza por ser una parroquia muy festiva, la población católica venera a San Miguel Arcángel cada 29 de septiembre, y conmemoran a la Santísima Virgen de la Peña cada 8 de octubre. A partir del mes de agosto hasta el mes de octubre, se realizan eventos religiosos en el Santuario de la Virgen de la Peña, como por ejemplo: las romerías con la participación de todos los devotos de toda la provincia, además festejan el carnaval, la navidad, el año nuevo, y destacan innumerables corridas de toros y rodeos populares en la plaza central de la parroquia y sus

comunidades, a la cual asisten muchas personas dentro y fuera de la provincia, siendo considerado para el sector turístico como una gran atracción para pasarla en familia y con amigos (EP-EMMPA, pág. 37).

1.7.2 Base legal

El Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Pungalá (GADPR PUNGALÁ, 2015) que fue construido de manera participativa en el año 2011, tuvo un horizonte de planificación de diez años, por lo cual éste instrumento aún sigue sirviendo de base para el proceso de investigación que se está desarrollando durante el año 2021. Al contar también con un plan plurianual de ejecución de acciones y de inversiones, éstos instrumentos servirán en la etapa de propuesta para ajustar los diferentes Programas y Proyectos en función de los logros ya conseguidos durante el periodo 2012-2014, una vez que entrara en vigencia el PDOT (GADPR PUNGALÁ, pág. 167).

Por otro lado, el Gobierno Parroquial de Pungalá se rige de acuerdo con él (Código Orgánico Territorial, 2012), mediante sus reglamentos inscritos en el Art. 66.- Junta parroquial rural, y su Art. 67.- de las atribuciones de la junta parroquial rural, también emitidos en la Constitución de la República del Ecuador 2008, Arts. 255-267. Por lo cual, se puede deducir que la información agregada en las siguientes páginas será verídica y de fuentes confiables.

1.7.2.1 Proceso administrativo

El proceso administrativo tiene la siguiente jerarquía de acuerdo a la estructura orgánica desarrollado por el GADP de Pungalá:

De acuerdo al portal del GAD Parroquial de Pungalá 2019-2023 (ADMPUNGALA, 2020) esta zona tiene una población de 7.597 habitantes distribuidos en sus distintas comunidades, entre las cuales se mencionan las 10 cabeceras comunales más grandes que son: Daldal, Anguiñay, Cabecera Parroquial, Quishcaguan, Pungalapamba, Punguayco, Pucara, Peltetec, Shullidis, Chusga, entre otros (COPAE, 2020). Con la finalidad de realizar el levantamiento de la información y desarrollo de la investigación en las diferentes comunidades, las mismas que serán de gran ayuda para la fiabilidad del tema

propuesto y demostrar la eficiencia del trabajo realizado, las cuales serán sujetas a cambios de acuerdo al número de muestras y campos de estudio recorrido para el análisis y verificación de datos.

“El Gobierno Parroquial de Pungalá, se encuentra ubicado en las calles Oriente y Noriega (Frente a la Plaza Central) de la parroquia, avalado con RUC: 0660826440001, y Acuerdo Ministerial N.-193; esta organización conjuntamente con el presidente parroquial y sus colaboradores es el máximo órgano administrativo de gestión, cogestión y ejecución de la parroquia, pues se dedica a desarrollar planes, programas y proyectos encaminados a mejorar la calidad de vida en los aspectos como: Biofísico (medio Ambiente), Social Cultural, Económico Productivo, Asentamiento Humano, Movilidad, Energía y Conectividad, Político Institucional. A la vez, se basan en un manejo transparente y asentado en la identidad local. Utilizando la comunicación y la participación como ejes transversales de la planificación, vinculando el quehacer del Gobierno Parroquial, la cabecera parroquial, las comunidades y la población en general” (ADMPUNGALA, 2020).

1.7.2.2 Funciones del GADPR Pungalá

De acuerdo con un informe de la (Contraloría General del Estado, 2014) determina que, de acuerdo con lo previsto en el reglamento de Gestión Organizacional por Procesos del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Pungalá, se encuentra establecidas las siguientes funciones y competencias del GADPR Pungalá:

- a. “Promover el desarrollo sustentable de su circunscripción territorial parroquial para garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas parroquiales, en el marco de sus competencias constitucionales y legados;
- b. Diseñar e impulsar políticas de promoción y construcción de equidad e inclusión en su territorio, en el marco de sus competencias constitucionales y legales;
- c. Implementar un sistema de participación ciudadana para el ejercicio de los derechos y avanzar en la gestión democrática de la acción parroquial;
- d. Elaborar el plan parroquial rural de desarrollo; el de ordenamiento territorial y las políticas públicas; ejecutar las acciones de ámbito parroquial que se deriven de sus competencias, de manera coordinada con la planificación cantonal y provincial; y, realizar en forma permanente el seguimiento y rendición de cuentas sobre el cumplimiento de las metas establecidas;
- e. Ejecutar las competencias exclusivas y concurrentes reconocida por la Constitución y la ley;

- f. Vigilar la ejecución de obras y la calidad de los servicios públicos y propiciar la organización de la ciudadanía en la parroquia;
- g. Fomentar la inversión y el desarrollo económico especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como la agricultura, ganadería, artesanía y turismo, entre otros, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados;
- h. Articular a los actores de la economía popular y solidaria a la provisión de bienes y servicios públicos,
- i. Promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad;
- j. Prestar los servicios públicos que les sean expresamente delegados o descentralizados con criterios de calidad, eficacia y eficiencia; y observando los principios de universalidad, accesibilidad, regularidad y continuidad previstos en la Constitución;
- k. Promover los sistemas de protección integral a los grupos de atención prioritaria para garantizar los derechos consagrados en la Constitución, en el marco de sus competencias;
- l. Promover y coordinar la colaboración de los moradores de su circunscripción territorial en mingas o cualquier otra forma de participación social, para la realización de obras de interés comunitario;
- m. Coordinar con la Policía Nacional, la sociedad y otros organismos lo relacionado con la seguridad ciudadana, en el ámbito de sus competencias” (Contraloría General del Estado, pág. 5).

1.7.2.3 Competencias del GADPR Pungalá

Desde la aprobación de la Constitución del año 2008 y del Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización (COOTAD), los Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales Rurales (GADPR' s) tienen ocho competencias exclusivas, cuya gestión también puede ser ejercida de manera concurrente con otros niveles de gobierno posibilitando la articulación entre estos actores (Contraloría General del Estado, pág. 6).

En el siguiente esquema se representan las competencias que en la Constitución (Art. 267) y la COOTAD (Art. 65), se asignan a los GADPR's a nivel nacional (Contraloría General del Estado, pág. 6):

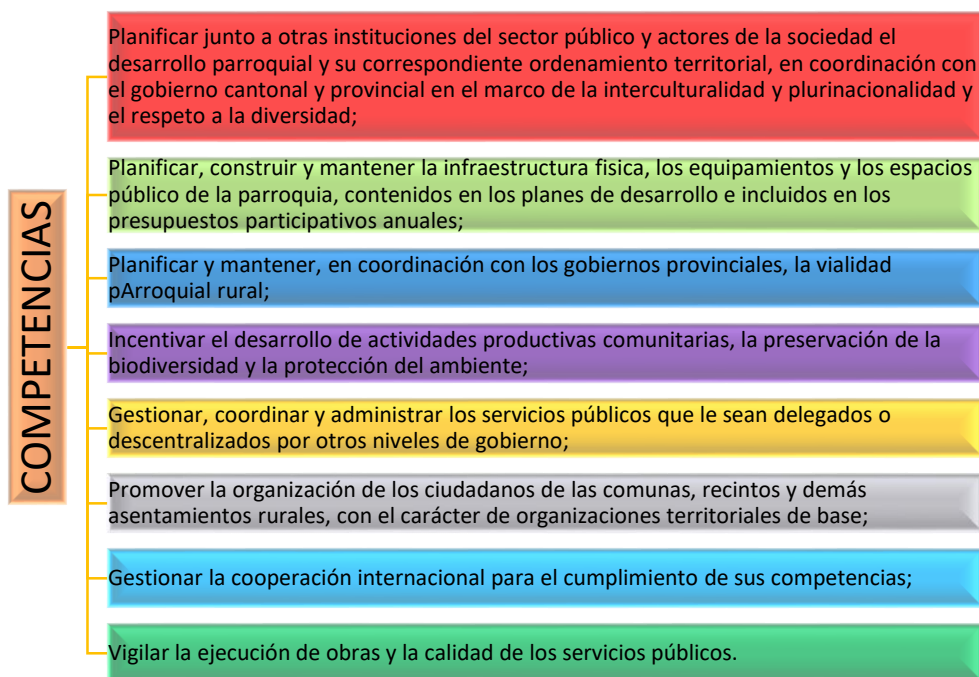


FIGURA 2-1: COMPETENCIA DEL GADPR PUNGALÁ

Realizado por: Mishqui, E. 2021

1.7.3 Planificación

De acuerdo al significado que otorga la (REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, 2020) planificación es un plan general, metódicamente organizado y frecuentemente de gran amplitud, para la obtención de un objetivo determinado, tal como el desarrollo armónico de una ciudad, el desarrollo económico, la investigación científica, el funcionamiento de una industria, entre otros.

De acuerdo con otros autores la planificación es la definición de los procedimientos y estrategias a seguir para alcanzar ciertos objetivos, metas y planes trazados, ya sean estos a corto, mediano o largo plazo, anticipándose a eventos futuros que reduzcan posibles amenazas e impulsen el desarrollo de oportunidades positivas para quienes la quieren desarrollar.

1.7.4 Estrategia

Por otro lado, (Martínez Pedrós & Milla Gutiérrez, 2005, pág. 5) Manifiestan que las diferentes generaciones de líderes empresariales han considerado el desarrollo de una buena estrategia como el

factor diferenciador del éxito. Lo que debe conseguirse mediante una estrategia es una aclaración sobre cómo van a alcanzarse los objetivos propuestos previamente, a más de tener en cuenta la posición de la competencia. Por lo que las estrategias son maneras de llegar a alcanzar las metas u objetivos propuestos, las cuales varían de acuerdo al tipo de organización a la cual se dirige, siendo estas corporativas, militares, educativas o de recreación, entre otros, que se puede llegar a implementar en el vivir diario de la sociedad en general.

De acuerdo al portal (SIGNIFICADOS, 2018) la estrategia percibe un plan para dirigir un propósito, ajustada por una serie de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones y a lograr los mejores resultados posibles, encaminada a alcanzar un objetivo siguiendo una modelo de actuación, dicho en otras palabras, se constituye en una serie de formas con medidas concretas para conseguir uno o varios objetivos.

1.7.5 Planificación estratégica

De acuerdo con el publicista (Roncancio, 2018) la Planeación Estratégica es una instrumento de gestión que permite constituir el quehacer y el camino que deben recorrer las organizaciones para alcanzar las metas pronosticadas, teniendo en cuenta los cambios y demandas que impone el entorno, precisándolos como una herramienta primordial para la toma de decisiones organizacionales. De manera que, la Planeación Estratégica es un ejercicio de enunciación y establecimiento de objetivos, fundamentalmente, la de los planes de acción que conducirán a alcanzar los diferentes objetivos propuestos. Esto no quiere decir que eliminara riesgos, tampoco que, es un instrumento de pronóstico sobre las disposiciones y eventos que sucederán en la organización, puesto que solo los equilibra, y proporciona instrumentos para una mejor toma de decisiones actuales que afectan el futuro organizacional.

Para el escritor (Fernandez Romero, 2004) en su libro titulado “Dirección y planificación estratégica en empresas y organizaciones”, publicado en Madrid, nos describe a la planificación estratégica (Corporate Planning), como probable denominación de origen británico, a la denominación “corporativa” como un uso para expresar el carácter integral y holístico de la planificación estratégica, a fin de sensibilizar sobre la necesidad de que los planes de aquellas unidades de las áreas funcionales en planes de marketing, planes de recursos humanos, y planes de desarrollo de nuevos productos, estuviesen agregados a un plan general de la corporación (Fernandez Romero, pág. 25).

1.7.5.1 Importancia de una planificación estratégica

La perspectiva a largo plazo u horizonte es lo que las organizaciones necesitan saber en un momento específico del futuro para desempeñar la visión, misión y estrategias. Pues, de acuerdo con el escritor (Tito Huamaní, 2003), una planificación estratégica es un proceso eficiente y suficientemente flexible que permite y exige modificaciones en los métodos, a fin de responder a las cambiantes circunstancias. Por otro lado, la Planificación Estratégica es importante porque ofrece a las organizaciones diversas ventajas como:

- ✓ Obligar a ejecutivos a ver a la planificación desde un macro de perspectivas, marcando objetivos centrales, para que cada acción tomada se aproxime cada vez más a las metas trazadas.
- ✓ Mantener la orientación en el futuro y el presente.
- ✓ Reforzar los principios alcanzados en la visión, misión y estrategias.
- ✓ Fomentar la proyección y la información interdisciplinaria.
- ✓ Asignar prioridades en el destino de los recursos.
- ✓ Mejorar el trabajo de la organización mediante la orientación, proveyendo la acción innovadora de dirección y liderazgo, desafiando los principales problemas, confrontando el cambio en el entorno, mientras detalla las oportunidades y las amenazas.
- ✓ Realizar una gestión eficiente, librando recursos humanos y materiales, ampliando la eficiencia productiva, calidad de vida y trabajo para todos los miembros, mediante la mejora de los niveles de productividad, que llevan al logro de la rentabilidad.
- ✓ Favorecer a la Dirección y coordinación organizacional consolidando esfuerzos y expectativas colectivas, con la optimización de los procesos en las distintas Áreas y departamentos.
- ✓ Contribuir a la creación y redefinición de valores corporativos, que se traducen en trabajo en equipo, responsabilidad con la organización, calidad en el servicio, desarrollo humano en relación al crecimiento personal y profesional, así como para la innovación y creatividad, comunicación, liderazgo, entre otros (Tito Huamaní, 2003).

1.7.5.2 Principios de la planificación estratégica

A la vez, (Fernandez Romero, pág. 35) Predice que para que una planificación sea eficaz, a partir de las consideraciones anteriores, los mejores principios son los siguientes:

- El principio de la flexibilidad y actualización: Todo plan puede y debe ser actualizado cada vez que las circunstancias del entorno o la voluntad de la organización modifiquen las hipótesis básicas en las que se sustenta el plan.
- El principio de la participación: En el proceso de planificación deben participar, todos los directivos, es recomendable que el proceso de participación se abra al mayor número de niveles posible. Primero, porque el que participa, se compromete; segundo, porque se pueden recoger ideas valiosas de muy diversas fuerzas; tercero, porque al personal se le motiva; y cuarto, porque al personal se le forma.
- El principio del compromiso de la Dirección: No hay plan si la alta Dirección no está convencida de la necesidad y posibilidad de planificar, si no se implica y no se compromete.
- El principio del deslizamiento: Un plan no puede hacerse cada cuatro años para un periodo de cuatro años. Al segundo o tercer año no sirve de nada porque las hipótesis de partida han cambiado. Un plan hay que hacerlo cada año para los cuatro años siguientes, modificando lo que haya que modificar del plan anterior.
- El principio de la gestión: El plan tiene que ser un documento vivo, un documento que se consulte cada vez que se tenga que tomar una decisión importante, se conozca una información del mercado trascendente, o cambie la dirección.
- El principio de la globalidad: Un plan tiene que ser global: incluyendo los planes a corto plazo, los planes de las diversas unidades, los planes de formación, los planes comerciales, los planes financieros, sin que nada permanezca al margen del plan estratégico.
- El principio de la programación: Un plan estratégico precisa ineludiblemente ir seguido de unos programas y planes de acción, de unos presupuestos, de unos sistemas de información, control y seguimiento. Es decir, el plan estratégico tiene sentido si se integra en una dirección estratégica (Fernandez Romero, pág. 36).
- El principio del control: El plan tiene que ser controlado. Es decir, hay que completar todas las fases del control: un término de comparación (el propio plan), una medida de las realizaciones (que nos ofrecen los sistemas de control económico y los Cuadros de Mando Integrales), un cálculo de las desviaciones, un análisis de estas desviaciones, y unas acciones correctivas para tratar de alcanzar los planes, o para modificarlos.
- El principio de la transparencia: Ciertas estrategias que figuran en el plan tienen que ser reservadas, podrían ser utilizadas por la competencia en su favor. Pero la mayor parte de las informaciones del plan pueden ser divulgadas. Ello contribuye a mejorar la imagen de la empresa,

y refuerza los esfuerzos que las empresas están haciendo ahora para aplicar los principios del “buen gobierno corporativo”.

- El principio del status del planificador: Si la empresa, por su dimensión, tiene que tener un Departamento de Planificación, es un principio básico que el planificador tenga el status, las cualidades, y las funciones que le corresponden, y a las que haremos referencia en su lugar.
- El principio del plan y el control unidos: El que planifica, controla. Puede ser que esto sea una contradicción de la conocida pregunta latina: “Qui custodiat custodes”, “Quién guardará al guardián”. Pero para controlar hay que conocer a fondo lo que ha de controlar, y eso lo sabe el que hace el plan. Crear dos unidades independientes en el organigrama, una para el plan, otra para el control, es una fuente de perturbaciones (Fernandez Romero, pág. 37).

1.7.5.3 Tipos de planificación

El autor (Münch Galindo, 2008), en su libro revela que un marco de referencia para desarrollar un plan, de acuerdo con un nivel jerárquico en el que se realice, con el ámbito de la organización que abarque y con el periodo de tiempo que comprenda, la planeación puede ser la siguiente:

- Estratégica. – la desarrollan los altos directivos quienes establecen planes generales a mediano y largo plazo hacia toda la empresa, fijando el rumbo de la organización, así como la obtención, el uso y la disposición de los medios necesarios para alcanzar la misión y la visión de la organización.
- Táctica o funcional. - son planes más específicos, elaborados en cada uno de los departamentos o áreas de la empresa, subordinados a los planes estratégicos; sus responsables son los jefes o gerentes de cada área de la organización y puede ser a mediano y/o corto plazo.
- Operativa. – esta es a corto plazo, se diseña y se rige de acuerdo con la planeación táctica, realizados en niveles de sección u operación, sirve para formular y asignar resultados y actividades específicas a ejecutarlos en los últimos niveles de la empresa, determinando las actividades a desarrollar por parte del personal.

1.7.5.4 Fases de elaboración de un plan estratégico

En la elaboración de un plan estratégico podemos distinguir tres etapas fundamentales:

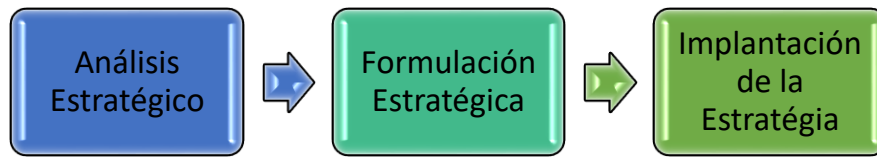


FIGURA 3-1: FASES DEL PLAN ESTRATÉGICO (Martínez Pedrós & Milla Gutiérrez, 2005)

Elaborado por: Mishqui E. 2021

1.7.5.5 Niveles del entorno

Análisis estratégico

La labor previa debe ser ejecutada con el propósito de formular y establecer eficazmente las estrategias, con un completo análisis interno y externo, que conste de los siguientes pasos:

Analizando los propósitos y los objetivos organizativos. – con la misión, visión y objetivos estratégicos de una empresa, formando una jerarquía de metas que se alinean desde extensos reconocimientos de propósitos y elementos para la ventaja competitiva.

Analizar el entorno. – con una vigilancia e inspección del entorno, así como analizar los competidores, comprobando oportunidades y amenazas en el entorno.

El entorno general: consta de segmentos políticos, económicos tecnológicos y sociales, en el cual se producen tendencias y eventos clave, con impactos dramáticos para la empresa.

El entorno sectorial o competitivo: es más cercana a la empresa, formada por competidores y organizaciones que amenazan el éxito de los productos y/o servicios de la sociedad.

- a. Análisis interno. – asiste la identificación de fortalezas y debilidades que pueden establecer el éxito de una empresa en un sector, analizando fortalezas y relaciones entre

las cadenas de valor de una empresa como descubriendo fuentes potenciales de ventaja competitiva para la organización.

- b. La valoración de activos intangibles de la empresa. – es el conocimiento de los trabajadores como otros activos intelectuales intangibles son cada vez mas importantes como generadores de ventajas competitivas y de creación de riqueza en la economía actual, además del capital humano, se evalúa el grado de creación de redes y relaciones entre empleados, clientes, proveedores y aliados (Fases del Plan Estratégico, 2005, pág. 14).

Formulación estratégica

De la misma manera, esta se desarrolla en varios niveles:

- a. Estrategias corporativas. – se centra en la cartera de negocios de la empresa.
- b. Estrategia competitiva a nivel de unidad de negocio. – es el desarrollo de las bases para lograr una ventaja competitiva, con liderazgo en costes y/o diferenciación, implicando un sector de actividad con un alcance amplio.
- c. Estrategias operativas. –identifica las fuentes de ventaja competitiva, con el propósito de identificar aquellas actividades de la empresa que aporten ventajas competitivas potenciales, aprovechando aquellas oportunidades.

Implantación de la estrategia

Este procedimiento quiere asegurar que la cualquier organización tenga adecuados controles estratégicos y diseños organizativos, creando medios eficaces para coordinar e integrar actividades, con sus proveedores, clientes y socios aliados.

- a. Consigue control eficaz de la estrategia. – con una información que vigile y examine el entorno, con respuestas eficaces a las amenazas y oportunidades a través del cuadro de mando integral lo que asegura una adecuada implantación de la estrategia.
- b. Crea diseños eficaces. – las empresas deben tener estructuras y diseños organizativos que sean coherentes para alcanzar el éxito y triunfar.

- c. Crea organizaciones inteligente y ética. – establecen una dirección, diseñan la organización y desarrollan compromiso con la excelencia y el comportamiento ético, creando una empresa aprendedora que permita la organización del talento individual y colectivo de la organización.
- d. Fomenta el aprendizaje corporativo y crea nuevas estrategias. - buscan nuevas formas de renovar la organización, mediante el surgimiento del comportamiento emprendedor autónomo de los líderes (Martínez Pedrós & Milla Gutiérrez, pág. 15).

En el siguiente esquema se encuentran las fases detalladas del plan estratégico:



FIGURA 4-1: FASES DEL PLAN ESTRATÉGICO (Martínez Pedrós & Milla Gutiérrez, 2005, pág. 13)

Elaborado por: Mishqui E. 2021

1.7.5.6 Elementos orientadores

Los elementos orientadores son aquéllos indicadores que permiten conocer la intencionalidad de las acciones. En otras palabras, estos elementos responden el para qué y el cómo debe ser, cada acción a realizar para la formulación del trabajo investigativo, permitiendo mantener los objetivos y políticas del Plan Nacional del Buen Vivir, los cuales son la misión, visión, valores corporativos y objetivos estratégicos.

1.7.5.7 Misión

Todo aquello que define la razón de existir de una entidad, su quehacer y su área de actuación, se conoce con el nombre de misión. La misma que debe esclarecer cuál es la finalidad de la empresa, cuál será su producción, para quienes se destina el producto, y finalmente, que reacción esperamos de los consumidores respecto a nuestros productos (Mometolo Treviño, pág. 7).

1.7.5.8 Visión

La visión no es nada más que esto; la fotografía del futuro de nuestra empresa en el presente (Mometolo Treviño, pág. 8).

1.7.5.9 Valores corporativos

Para (Martínez Pedrós & Milla Gutiérrez, 2005) los valores corporativos son los ideales y principios colectivos que guían las reflexiones y actuaciones de un individuo o un grupo de individuos, siendo ejes de conducta empresarial, siendo relacionados íntimamente con los propósitos de la misma. Por lo tanto, constituye la identidad corporativa orientando la política de la empresa hacia los diferentes grupos de referencia.

1.7.5.10 Objetivos estratégicos

Los objetivos estratégicos se utilizan para hacer operativa la declaración de misión, ayudando a proporcionar dirección hacia los objetivos más altos de la jerarquía de las metas, la visión y la misión. Si un objetivo pierde especificidad o mensurabilidad, no será útil ya que no hay manera de determinar si está ayudando a la organización a avanzar hacia la misión y visión organizativa, para dar beneficios como concretar y conservar recursos valiosos en la organización para trabajar conjuntamente de manera apropiada, también ayuda a motivar e inspirar a los trabajadores, ayudaran también a resolver conflictos entre los diferentes integrantes de la organización, mediante la mejora de la equidad e imparcialidad en las asignaciones de recompensas (Martínez Pedrós & Milla Gutiérrez, pág. 32).

Los respectivos análisis se los hacen a partir de una serie de matrices, las mismas que se muestran a continuación, en la cual se utilizarán solo dos de ellas, ya que las restantes matrices son solo de ejemplo.

1.7.6 Análisis FODA

Para (Roncancio, 2018) menciona que el análisis FODA o conocido como análisis SWOT en inglés (Strengths, weaknesses, opportunities, threats), lo cual es una herramienta de análisis de una organización definiendo características internas como debilidades y fortalezas y sus características externas definiendo amenazas y oportunidades, reconociendo la situación real en la que se encuentra una organización y ayudando a plantear la estrategia futura.

Mientras que (Münch Galindo, pág. 24) mediante el análisis de las fortalezas, y debilidades, oportunidades y amenazas, también conocido como análisis FODA o DOFA, y en inglés SWOT, es posible lograr una de las finalidades básicas del proceso de planeación, convertir amenazas en oportunidades y debilidades en fortalezas. Este es la primera matriz que se utilizara en la estructuración de la planificación estratégica.

	POSITIVOS	NEGATIVOS
INTERNOS	F Fortalezas	D Debilidades
EXTERNOS	O Oportunidades	A Amenazas

FIGURA 5-1: ANÁLISIS FODA (Roncancio, 2018)

1.7.6.1 Matrices de evaluación

- **Balanced Scorecard:** El Cuadro de Mando Integral al ser una metodología de Planeación Estratégica que permite evaluar el movimiento de una organización a partir de cuatro perspectivas claves como la financiera, del cliente, de procesos y la perspectiva de aprendizaje y crecimiento, organiza la Planeación Estratégica en términos de objetivos, guías e iniciativas (Roncancio, 2018). Este será la segunda matriz que se realizará en función de alcanzar mejores resultados para el desarrollo de la planificación estratégica planteada.

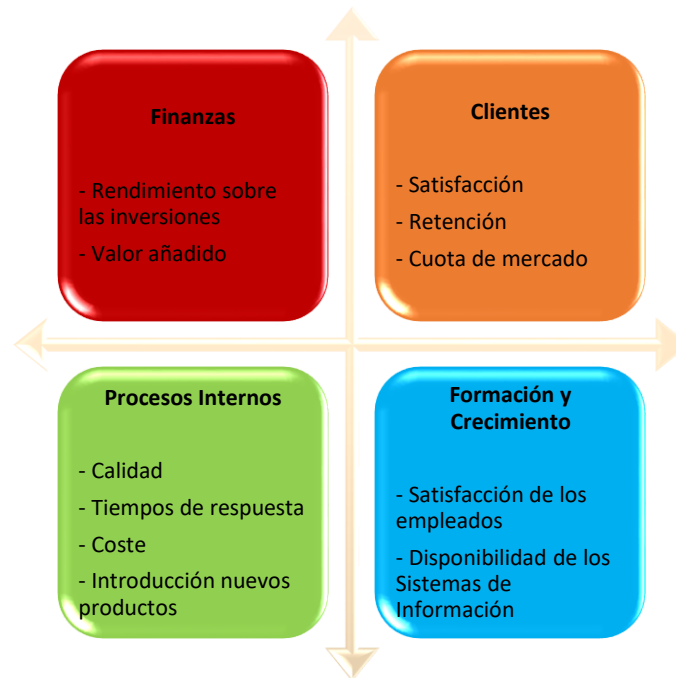


FIGURA 6-1: BALANCED SCORE-CARD (Roncancio, 2018)

- **Mapa Estratégico:** Es diseñada para comunicar el plan estratégico a toda la organización, en forma de resumen, este ofrece la posibilidad de notificar la Planeación Estratégica desde lo gerencial hacia todo el equipo, por medio de un formato fácil de aprender y entender (Roncancio, 2018).

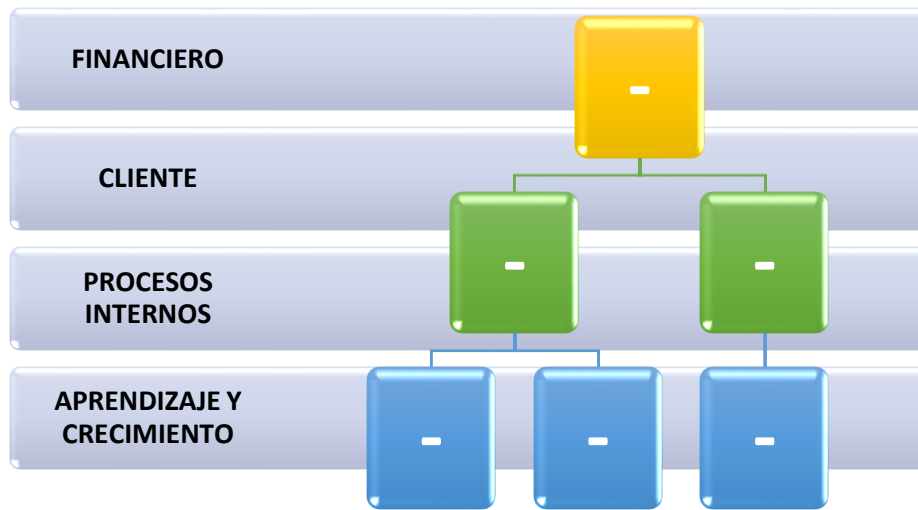


FIGURA 7-1: MAPA ESTRATÉGICO (Roncancio, 2018)

Elaborado por: Mishqui E. 2021

- **Análisis PEST:** Este análisis de Política, economía, sociocultural, tecnológica quiere analizar el entorno industrial o empresarial de una organización a partir de cuatro factores, que determina cómo afecta el entorno de la organización.

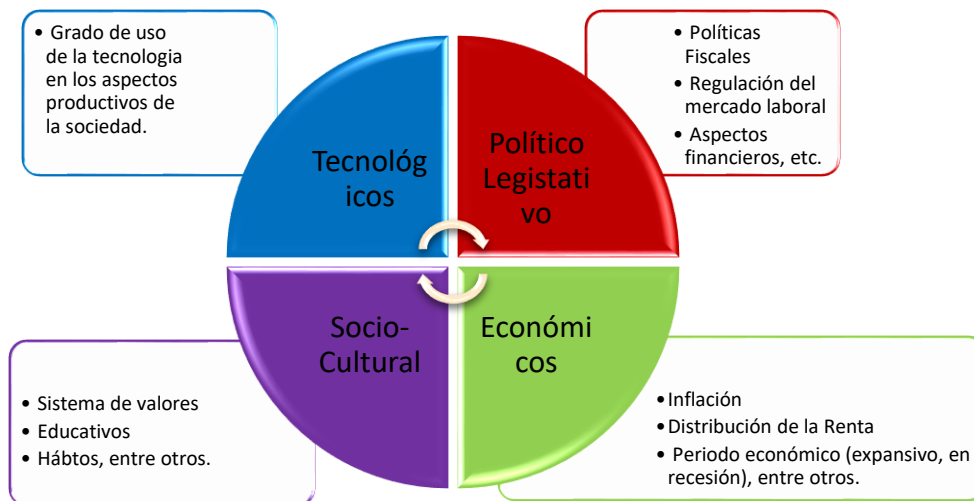


FIGURA 8-1: ANÁLISIS PEST (Roncancio, 2018)

Elaborado por: Mishqui E. 2021

- **Análisis Porter de las cinco fuerzas:** Establece un marco para evaluar el nivel de competitividad dentro de una industria, desarrollando estrategias de negocio, mediante:

- El poder de negociación de compradores o clientes (F1)
- El poder de negociación de proveedores o vendedores (F2)
- La amenaza de nuevos competidores entrantes (F3)
- La amenaza de productos sustitutos (F4)
- La rivalidad entre competidores (F5) (Roncancio, 2018).



FIGURA 9-1: ANÁLISIS PORTER DE LAS CINCO FUERZAS (Roncancio, 2018)

Elaborado por: Mishqui E. 2021

- **Análisis de capacidades VRIO:** identifica con qué armas competir, cuáles desarrollar y cuáles son críticas, en otras palabras, esta tiene como finalidad proporcionar una ventaja competitiva en el mercado a las organizaciones, enlistando los recursos de una organización para competir en el mercado y se va puntuando hasta qué punto son de valor (V), raros (R), Inimitables (I) y anclados en la organización (O) (Roncancio, 2018).



FIGURA 10-1: ANÁLISIS VRIO

Elaborado por: (Roncancio, 2018)

1.7.7 Análisis del mercado

Para el portal (Innovamedia, 2020) este análisis es una recopilación de datos sobre clientes, competidores, y el mercado en el que se quiere trabajar; mediante el análisis de los datos se sacan otras informaciones sobre las tendencias del mercado, posicionamiento, del producto, tasa de éxito en el lanzamiento de un nuevo producto en el mercado, creando un plan de negocios personalizado para cada mercado y segmento que ayude a tomar diversas decisiones, de inversión en productos, recopilación de información para conocer el perfil del público objetivo conociendo datos demográficos, contrariedades o insuficiencias, cómo buscar productos y servicios y por qué elegir a la competencia, entre otros factores. De esta manera se puede definir un precio exacto de venta, y desarrollar un ciclo de vida del producto, que garantice el retorno de la inversión.

En tanto, para el portal (IONOS, 2019) el análisis de mercado se centra en el análisis temporal de un mercado específico; su objetivo es identificar las principales características de un mercado y determinar la estructura del mercado en un momento determinado. Siendo una parte de la investigación de mercado y un componente importante de un plan de negocios, las empresas de nueva creación documentan su idea de negocio por escrito, además, se examina sistemáticamente un determinado mercado para, con ayuda de los resultados obtenidos, identificar las oportunidades y los riesgos que presenta.

1.7.8 Estudio de mercado

De acuerdo con el escritor (Miranda, 2003) El estudio de mercado es la recopilación y análisis de los antecedentes que permiten determinar la conveniencia o no de ofrecer un bien o servicio para atender una necesidad, además es conveniente tener una noción amplia del mercado incluyendo todo el entorno que rodea a la empresa: consumidores, usuarios, proveedores competidores y limitaciones de tipo político, legal, económico o social.

El estudio de mercado se ve mermado por varios pasos a seguir los cuales son: definir el o los objetivos de las investigaciones que se desarrollaran, seguido por analizar las diferentes ofertas encontradas y las condiciones de la competencia, para luego determinar la demanda insatisfecha, el cual permitirá el desarrollo de las múltiples estrategias de mercado, que dará paso para interpretar e informar los resultados obtenidos mediante las diversas fuentes de investigación. Con la finalidad de presentar datos reales para las correctas tomas de decisiones con respecto a la comercialización de los diferentes productos agrícolas de pequeños productores.

1.7.8.1 Objetivos del Estudio de Mercado

- Analizar el mercado de las materias primas y demás insumos indispensables para el proceso productivo.
- Estudiar el mercado competidor, es decir todas aquellas personas y entidades que forman parte del sector productivo al cual se va a investigar.
- Comprender las características del medio externo que pueden influir en el desempeño del proyecto.
- Conocer los diferentes efectos que pueden tener los factores económicos, socioculturales, demográficos, tecnológicos, competitivos, y político legal del macro-entorno, sobre las actividades que se vayan a desarrollar en el futuro.
- Caracterizar al usuario o consumidor potencial del producto mediante una segmentación del mercado.
- Delimitar las áreas geográficas que vayan a ser atendidos por la investigación.
- Estimar el comportamiento futuro de la demanda y de la oferta de bienes y servicios investigados.

- Planificar las estrategias de comercialización más adecuadas a la naturaleza del bien y servicio de la investigación y a las características del usuario y consumidor.
- Definir las características generales del bien que se ofrecerá.
- Determinar la cantidad de bienes provenientes de los sectores investigados que los consumidores estén dispuestos a adquirir.
- Estimar los precios de consumo de acuerdo a los productos ofertados por los pequeños productores del sector investigado.
- Describir el canal de distribución más adecuado, que es la ruta que toma el producto al pasar del productor hacia el consumidor.

1.7.8.2 Portafolio de productos o servicios

El portal web (Digitalist Hub, 2018) en una publicación realizada, titulada “Por qué debemos contar con un portafolio de productos y/o servicios”, lo definen como un documento que contiene información fundamental sobre la organización de la que se vaya a y tratar, como historia de la empresa y sus objetivos, productos o servicios ofrecidos, las garantías, los proveedores, los clientes de la empresa y otros datos importantes para ahorrar tiempo y evitar malentendidos.

1.7.8.3 Importancia del portafolio de productos o servicios

De acuerdo a estudios previos, es muy importancia contar con un portafolio de productos y servicios ya que se consigue:

- Dar a conocer a los clientes o potenciales clientes cuál es el trabajo que realiza la organización.
- Con un portafolio completo y de calidad, se determina aquellos bienes o servicios dispuestos para la venta.
- Demuestra que los bienes y servicios ofertados son de calidad, formando un interés directo, llamando la atención del cliente, ayudando al incremento del reconocimiento y de la capacidad organizacional.

1.7.8.4 Análisis de la oferta

En un extracto de la revista Ra Ximhai, volumen 4 (2008) de los conceptos definidos por (Jesús Mora , Salcido Vega, & Zamorano Armenta) describe que: la oferta es la cantidad de bienes, productos o

servicios que los propietarios están dispuestos a entregar en un precio determinado, en un momento específico para su consumo, misma que se rige por factores como el precio del capital y la mano de obra, que al mezclarse de manera óptima funciona correctamente, y que se encuentra expresado gráficamente, por la curva de la oferta, siendo la pendiente de la curva el que determina el crecimiento o la disminución de la oferta frente al incremento o la reducción del valor del producto, creando una elasticidad en la curva.

1.7.8.5 Determinantes de la oferta

Los factores determinantes dentro de una línea de investigación de la oferta son:

- El precio del producto en el mercado
- Los costos de aquellos factores necesarios para la producción
- El tamaño del mercado o volumen de la demanda
- Número de competidores
- Intromisión en el mercado por el Estado
- Inversión fija y número de trabajadores
- Número de bienes producidos (pág. 299).

1.7.8.6 Análisis de la demanda

Es el número de producción y calidad de bienes, productos o servicios que pueden ser obtenidos de acuerdo a los costos establecidos por el consumidor en el mercado, expresado gráficamente mediante la curva de la demanda, los cuales fluctúan en el incremento o reducción de la demanda ante el aumento o disminución del precio del producto, generando una elasticidad dicha curva (pág. 299).

1.7.8.7 Determinantes de la demanda

Estos factores se componen de la siguiente manera:

- Elástica, definitiva cuando la elasticidad de la demanda es mayor a uno, para que la variación de la cantidad demandada sea porcentualmente superior a la del precio.
- Inelástica se da cuando la elasticidad de la demanda es menor que uno, en el cual la variación de la cantidad demandada será porcentualmente inferior a la del precio.

- Elasticidad unitaria se da cuando la elasticidad de la demanda es igual a uno, para que la variación de la cantidad demandada sea porcentualmente igual a la del precio (Jesús Mora , Salcido Vega, & Zamorano Armenta, pág. 299).

1.7.8.8 Tipos de demanda

La autora (Cruz Fernández, 2018) en su libro titulado “Planificación y gestión de la demanda”, propone cuatro tipos de demanda presentes en todas las empresas como la agregada, demanda desagregada, la demanda independiente y la demanda dependiente, que afectan directamente a la producción. La demanda es la exigencia, petición o solicitud de un producto o servicio, en la que las demandas agregada y desagregada en la empresa están condicionadas con los tipos de productos que se incluyen en su análisis. Mientras que la demanda agregada incluye diferentes tipos de productos para su cálculo y análisis, la demanda desagregada solo incluye productos de un solo tipo (Cruz Fernández, pág. 53).

1.7.8.9 Demanda independiente

Este tipo de demanda es completamente independiente y se halla al margen de la toma de decisiones de la empresa, es decir, no está condicionada por la empresa, sino por factores que escapan directamente a su control, sujeta al cliente o consumidor y su comportamiento de compra, aunque puede ser influenciado por la empresa, nunca será controlado por completo, ya que el cliente tiene la última palabra, analizándola desde su comportamiento, su estacionalidad, su tendencia y su variación (Cruz Fernández, pág. 54).

La demanda independiente puede tener comportamientos que son:

- **Constantes:** dentro de este tipo de demanda independiente constante podemos encontrar la simple, móvil, ponderada y exponencial.
- **Con tendencia:** dentro de este tipo de demanda independiente con tendencia, pueden encontrarse con tendencia lineal, exponencial, logarítmica o polinómica.
- ✓ **Lineal:** esta tendencia consiste en una línea recta sobre la que se distribuyen los datos de la demanda.
- ✓ **Exponencial:** esta tendencia es una línea curva sobre la que se distribuyen aumentando o disminuyendo en proporciones cada vez mayores de la demanda.

- ✓ Logarítmica: esta tendencia es una línea curva sobre la que se distribuyen y tienden a distribuirse los datos de la demanda de forma muy estable, siendo el resultado de esta positiva o negativa (Cruz Fernández, pág. 55).

1.7.8.10 Demanda dependiente

Este tipo de demanda que afecta a la producción de la empresa sí es controlable por la empresa, por lo que en su cálculo intervienen la política de la empresa en relación a las materias primas, producción final, previsiones de consumo, etc. Es, por tanto, una demanda independiente del cliente, controlado por las previsiones y política productiva de la empresa. Un cálculo basado en previsiones debe estar muy bien definido y planificado, ya que consiste en adelantarse a los resultados reales. La demanda dependiente puede tener un comportamiento:

- Casual: es un tipo de demanda constante que se basa en previsiones, ya que es una demanda que es pronosticada. Y
- Fijo: es un tipo de demanda constante que se basa en cálculos no en previsiones (Cruz Fernández, pág. 56).

1.7.8.11 Relación entre oferta y demanda

Al ser la oferta y la demanda la interacción en el mercado entre los consumidores y los productores, congruentes con los precios y el número de ventas realizadas, generan un punto de equilibrio eficaz para las dos partes, ayudando a la formación del mercado libre y competitivo.

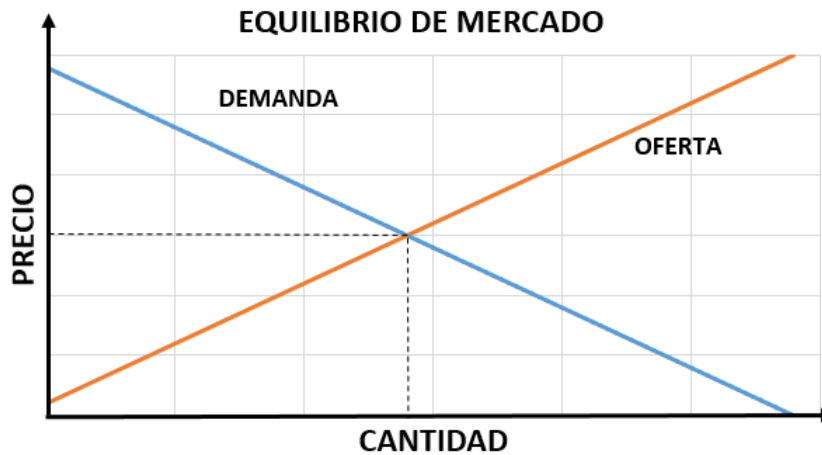


FIGURA 11-1: EQUILIBRIO DE MERCADO (IONOS, 2015)

Elaborado por: Mishqui E. 2021

1.7.9 *Sistemas productivos agrícolas*

De acuerdo con el autor (Vargas Cueva, 2017) este sistema se define como “el conjunto de técnicas, mano de obra, tenencia de la tierra y organización de la población para producir uno o más productos agrícolas, siendo sistemas complejos y dinámicos, influenciados por el medio rural externo como mercados, infraestructuras y programas.

1.7.9.1 *Indicadores de producción agrícola*

- **Tenencia de tierra.** - Es la relación entre personas o grupos de personas con la tierra, involucrando a un conjunto de normas determinadas por las sociedades, para definir de qué manera pueden conceder dentro de las sociedades los derechos de pertenencia el cual determinará quién la puede utilizar, con qué recursos, el tiempo y las circunstancias.
- **Usufructo del agua.** - Es la relación existente entre las personas con el agua, involucrando un conjunto de normas establecidas por las sociedades, definiendo la manera que pueden asignarse dentro de las sociedades los derechos de dotación, quiénes se pueden beneficiar, tiempo y circunstancias.
- **Producción agrícola.** – Es el conocimiento puestos en práctica por los agricultores, siendo la producción agrícola referente de acuerdo con el tipo de productos y beneficios que pueda generar,

llevando a planificar y controlar las actividades para quienes la ejerzan, como los ciclos de la naturaleza, tipos de productos a cultivar, los factores climáticos y otros.

- **Formas de trabajo.** - Permite conocer el conjunto de actividades realizadas por una persona o grupo de personas con el objetivo de alcanzar una meta, la producción de bienes y/o servicios.
- **Comercialización.** - Permite observar el proceso con el que el agricultor destina su bien agrícola para la venta, mediante una transacción monetaria o el intercambio por otros bienes (Vargas Cueva, págs. 16-17).

1.7.9.2 Técnicas de producción agrícola

La (FAO, 2014) en una publicación titulada “Producción de Cultivos-Manual de Usuario” escrita por diversos autores a través de la Evaluación Rápida BEFS (BEFS RA) en un equipo técnico integrado por más de veinte autores, indicaron que las técnicas de producción agrícola se da de la siguiente manera:

- **Intensificación:** Referente al incremento de la producción anual, por un aumento en el rendimiento del cultivo el cual es derivado a partir del uso de mejoras en las prácticas agrícolas y/o el aumento de los insumos (por ejemplo, fertilizantes, pesticidas, maquinaria y otros).
- **Cambio de cultivos:** Es el incremento de la producción anual, dado por el aumento en el área de producción de los cultivos examinados, por la expansión sobre tierras que actualmente se encuentran destinadas a la producción de otros cultivos, lo que disminuye la zona de producción de los cultivos actuales.
- **Extensificación:** Se da con el incremento de la producción anual, con el aumento del área de producción de los cultivos estudiados relacionada con la implementación de la producción agrícola en nuevas tierras, y el cambio en el uso del suelo, mediante la utilización de tierras cultivables ociosas o la transformación de suelo en tierras de cultivo, haciendo que la conversión de tierras sean clasificadas como cultivos permanentes, pastizales, praderas y pastos, bosques, entre otros (FAO, 2014).

1.7.9.3 Riesgos en el sector agrícola

De acuerdo una recopilación de las diversas publicaciones realizadas por la (NIOSH, 2017), la agricultura se encuentra entre las industrias más peligrosas para el ser humano, puesto que la siembra en la tierra es una de las pocas industrias donde las familias comparten las actividades laborales y viven en el sitio donde trabajan, lo cual permite el riesgo de sufrir lesiones, enfermedades o muerte, asociados con el uso de productos químicos y la exposición prolongada al sol y demás percances sufridos a diario por los agricultores.

Por otro lado, un artículo escrito por (Basualdo, Berterretche, & Vila, 2015) titulado “Inventario y características principales de los mapas de riesgos para la agricultura disponibles en los países de América Latina y el Caribe”, especifica brevemente los principales tipos de riesgos vinculados al sector agrícola, el cual se encuentra representado a continuación:

TABLA 1-1: TIPOS DE RIESGO EN EL SECTOR AGROPECUARIO

Tipos de riesgos vinculados al sector agropecuario	EJEMPLOS
Climático	Sequía, déficit hídrico, olas de calor, olas de frío, granizo, heladas, vientos fuertes, tornados, tormentas, ciclones.
Geofísico	Sismos, volcanes.
Ambiental	Disponibilidad, aptitud y estado de los recursos naturales, biodiversidad, exposición a contaminantes.
Productivo	Tamaño de la explotación, uso del suelo, nivel tecnológico, uso de riego.
Social	Bienestar general de las personas, educación, equidad social, seguridad, salud, actitud frente al cambio.
Físico	Infraestructura vial, energía eléctrica, agua potable, vivienda.
De mercado	Precios, costos, valor de la tierra.

Económico	Grado de endeudamiento, acceso a crédito, seguros, diversificación, acceso a mercados y proveedores.
Sanitario	Eventos controlables o no por los productores que pueden originar problemas sanitarios en cultivos y animales, bienestar sanitario de la población, acceso a servicios de salud, calidad de la atención médica.
Del marco legal o político	Cambios en la normativa que pueden incidir en los resultados de las empresas agropecuarias, acceso a la tierra, apoyo a productores frente a eventos extremos, acceso al crédito, gestión del riesgo.

Fuente: (Basualdo, Berterretche, & Vila, 2015)

Realizado por: Mishqui E. 2021

1.7.9.4 Análisis financiero ante riesgos naturales

En un informe titulado “Planificación y protección financiera para sobrevivir los desastres” escrito por (Keipi & Tyson , 2002), en el cual Kari Keipi quien es especialista senior en recursos naturales en la División de Medio Ambiente del Departamento de Desarrollo Sostenible, y Justin Tyson quien es consultor, detallan que los desastres naturales han sido siempre un elemento más del ambiente natural y humano de los países de América Latina y el Caribe y continuarán teniendo un impacto significativo en el desarrollo de la región. La experiencia ha demostrado que las economías de los países en desarrollo, como los de la región, son más vulnerables a las pérdidas y sufren mayores fatalidades que aquellos con una economía desarrollada. Es necesario establecer mecanismos efectivos de gestión de riesgos para mejorar las condiciones de desarrollo sostenible en la región. A pesar de que no es posible prevenir los desastres naturales, existe la posibilidad de reducir la vulnerabilidad de las poblaciones por medio de la gestión de riesgos. El Plan de Acción del BID para la reducción de riesgos de desastres de 2000 presentó recomendaciones en dos importantes áreas: (i) la planificación, con el propósito de identificar y reducir los riesgos por medio de la incorporación de la prevención y medidas de mitigación en planes y programas de desarrollo; y, (ii) la protección financiera, mediante la transferencia de riesgos a otros o su distribución en el tiempo.

Por otro lado, (Cardona A, 2009) en colaboración con otros autores, en su libro titulado “ La Gestión Financiera del Riesgo de Desastres” manifiesta que, la protección financiera dentro del ámbito de la actividad comercial, bancos y Ministerios de Economía y Finanzas, conocidos como Risk Management al proceso de planeamiento y aplicación de medidas económicas y financieras se orientan a disuadir o reducir los desequilibrios y efectos adversos de las situaciones que pueden afectar la seguridad económica, productiva y de activos, que involucra cinco pasos como:

- Identificar y examinar el peligro y la debilidad económica o fiscal con la evaluación del riesgo,
- Reconocer la posibilidad de alternativas y técnicas para disminuir riesgos,
- Elegir la mejor estrategia factible,
- Efectuar la estrategia escogida; y
- Proporcionar seguimiento a su ejecución.

Estos pasos son muy similares a lo que se conoce en general como “gestión del riesgo de los desastres”, pero descifrada desde una perspectiva económica, identificando y analizando las exposiciones de pérdida, examinando las posibilidades de transferencia y retención del riesgo, llevando a cabo las transacciones que eso implica y estando atentos a los cambios o ajustes que deben realizarse.

1.7.9.5 Impulsos agrícolas

De acuerdo con el portal de noticias de convenios comerciales (Noticias UNE, 2018) Fomentar la mejora de la calidad de los productos y equipos utilizados en los sectores agrícola y forestal para contribuir a una mayor transparencia del mercado y racionalidad en el uso de los medios de producción, en beneficio del agricultor. Es el principal objetivo del convenio de colaboración que firmo el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (MAPAMA) y la Asociación Española de Normalización, UNE. Llevando a cabo acciones que destaquen el desarrollo de un programa de normalización en el ámbito de los medios de producción agrícola, en particular la maquinaria y equipos agrícola y forestal y los fertilizantes, enmiendas, sustratos de cultivo y bioestimulantes. Los encargados de firmar este convenio fueron, Carlos Cabanas, Secretario General de Agricultura y Alimentación del MAPAMA, y Javier García, Director General de UNE.

1.7.9.6 *Alternativas de producción*

Uno de los principales problemas que enfrentan los productores en el país, es que se dedican al monocultivo, sin tener otras alternativas para enfrentarse cuando llega una sequía, una helada o una plaga que acaba con su cosecha. Este fenómeno hace que el progreso en las zonas rurales sea lento y que las familias campesinas no logren superar las crisis económicas por los préstamos que adquieren para iniciar el cultivo y las responsabilidades que con ello tienen todos los meses.

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, (FAO, 2016), mencionan que la dependencia excesiva de una gama reducida de productos, expone a los agricultores a los cambios climáticos, plagas y enfermedades, y a las fluctuaciones de los precios; conduce a fluctuaciones en los ingresos agrícolas y del Gobierno; favorece a la pérdida ambiental, debido a que no se benefician de las complementariedades entre la ganadería y la agricultura, los mismos que tienen efectos negativos en la salud y la alimentación.

1.8 **Marco conceptual**

Planificación estratégica: De acuerdo con la definición de (Quiroa, 2020) “planificación estratégica es la herramienta utilizada por las empresas como un proceso sistemático que permite el desarrollo y la implementación de planes, con el propósito de alcanzar los objetivos que se han propuesto”.

Comercialización: La organización de la (Oficina Internacional del Trabajo, 2016, pág. 15) refiere que “la comercialización es la presentación de bienes o servicios a los clientes, mediante promociones atractivas que aumenten las ventas, definiendo las necesidades del cliente e desarrollando su competitividad con el fin de tener ganancias”.

Valoración financiera: (Meza Orosco, 2017) define que “es un proceso financiero, conociendo la inversión inicial y las ganancias netas deseadas, su propósito es medir la rentabilidad de un proyecto de inversión, identificando, valorando y comparando los costos y beneficios agrupados a determinadas opciones” con el propósito de ayudar en la toma de decisiones que destaquen las prioridades del proceso financiero avalando el recobro de la inversión.

Producción agrícola: De acuerdo con (Ramírez Ramírez, 2011) “se definen como el control de las unidades económicas para uso y disfrute de los factores de producción para la innovación y adquisición de un bien propuesto al consumo propio y venta satisfaciendo necesidades”.

Portafolio de productos: Según la definición de (Lazo Tinoco, 2016) este “es un instrumento escrito que permite comunicar profesionalmente metodologías y programaciones importantes de negocios, mediante la constitución de un programa integral de bienes y servicio para los clientes”.

Capacidad organizacional: Para (Dávila, 2013, pág. 15) se constituyen por entidades socialmente edificadas que simbolizan grupo colectivo que corrigen problemas, desarrollándose en el tiempo a través de un proceso de enseñanza, mientras que la forma diferente y privilegiado de adoptar y asignar recursos es una práctica de alto nivel que vinculado con el proceso de asignación y mezcla de insumos, ofrece a la gerencia las alternativas de decisión para producir salidas.

Gestión de riesgo empresarial: Por otro lado, (Gonzalez Garcia, 2017) menciona que “este proceso trata con los riesgos antes de que se conviertan en problemas, siendo proactivos en vez que reactivos, que incluyen la planificación de la forma en la que se van a gestionar los riesgos, identificar, documentar y analizar conflictos, planificar cómo revolverlos, para implementar los planes para supervisarlos”.

Desequilibrios financieros: (García & Lorenzo , 2013) define qué el desequilibrio financiero es la discordancia entre los ingresos y los egresos públicos dentro de un plazo determinado. Resultando positivos y/o negativos, también logran ser transitorios o estructurales, en el que si los gastos estatales superan a los ingresos, produciéndose un déficit si ese desequilibrio no es de corto plazo.

Filosofía empresarial: Establece las reglas de conducta por las que debe regirse la organización, puesto que traduce los valores corporativos de la empresa a descripciones más concretas de cómo aplicar los valores corporativos en la gestión de la organización, sirve para orientar la política de la empresa hacia los diferentes grupos de referencia (Martínez Pedrós & Milla Gutiérrez, pág. 24).

Balanced Scorecard: Para (Isootols Excellence, 2015) es conocida como una herramienta de gestión que admite efectuar la táctica de una empresa empezando con una serie de medidas, admitiendo un control permanente sobre todos los factores de la organización, relacionando los objetivos con acciones concretas. Desde 1992, año en el que Rober Kaplan y David Norton empezaron a divulgar este sistema ha sido reconocido considerablemente el cual fue utilizado por organizaciones de todo el mundo, sobre todo en EE.UU, Europa y Asia.

Inversión fija: De acuerdo con (Guerrero Beltrán & Ordoñez Mendoza, 2012) las inversiones fijas al ser recursos tangibles y no tangibles necesarios para la realización de proyectos, pertenece a la cantidad de dinero disponible para construir totalmente una planta de proceso, con sus servicios auxiliares y ubicarla en situación de poder producir, es básicamente la suma del valor de todos los activos de una organización siendo estas tangibles o intangibles.

Déficit hídrico: El portal (Glosario de Riego, 2021) determina que el déficit hídrico es la decadencia de la reserva hídrica en el suelo lo cual es fundamental en un campo de riego en un determinado tiempo. Más aún si el contenido hídrico afecta de manera negativa la producción cultivada, debido a la mala administración de este recurso indispensable para las siembras.

1.9 Interrogantes de Estudio

1.9.1 *Idea a Defender*

Una adecuada planificación estratégica ayudará a los pequeños productores de la Parroquia Pungalá en el incremento de la comercialización de productos agrícolas, el cual permitirá mejorar el desarrollo de las diferentes actividades de producción y transporte hacia los diferentes mercados potenciales de la ciudad para la venta y distribución comercial, en condiciones óptimas y eficientes, garantizando el crecimiento económico y expansión de la actividad agrícola en la zona.

1.9.1.1 *Variables*

Variable independiente

Planificación estratégica

Variable dependiente

Comercialización de productos agrícolas de los pequeños agricultores de la parroquia Pungalá.

CAPÍTULO II

2 Marco metodológico

2.1 Enfoque de investigación

La investigación toma los siguientes enfoques:

2.1.1 *Enfoque cualitativo*

El presente trabajo se desarrolló de manera cualitativa ya que se recogió y evaluó datos no estandarizados, mediante la utilización de un número determinado de muestras, las mismas que fueron implementados con el fin de obtener comprensión de los diferentes criterios de decisión para el desarrollo de las estrategias de planificación, además, considerando un enfoque de estudio expresivo, la información por los medios aplicados, permitieron describir datos que ayuden a la comprensión de la solución del problema, en la cual se incluyen aspectos, temas, puntos de referencia, resaltando la calidad de los productos agrícolas, de acuerdo con los métodos de producción, usos y beneficios de las diversas variables de la técnica utilizada para la misma, la cual se puede analizar al compararlo con otros productos semejantes al momento de la comercialización, la misma que dependerá de la percepción social y cultural de la zona de muestreo.

2.1.2 *Enfoque cuantitativo*

Por otro lado, se consideró oportuno la aplicación de variables de manera cuantitativa ya que al obtener la información se procedió a realizar un análisis numérico mediante la utilización de campos estadísticos, como son el número de producción, las misma que fueron cuantificadas y presentadas en valoraciones financieras tanto de inversión y montos de utilidades ganadas a partir de la actividad agrícola, también se obtuvo los diferentes montos financieros insertos en la actividad que realizan los pequeños productores de la parroquia, los volúmenes de ventas y se verifico el porcentaje de transportes utilizados para la comercialización de los productos agrícolas de la zona en estudio.

2.2 Nivel de investigación

Los niveles de investigación utilizados para el desarrollo del trabajo investigativo fueron los siguientes:

2.2.1 Investigación exploratorio

Según el autor (Sabino, 2008) el nivel de investigación exploratoria intentan proporcionar con una visión general y próxima de los objetos de estudio. Por ello fue preciso aplicar este tipo de investigación ya que así se pudo obtener la familiaridad con el tema tratado, a causa de que no hay suficientes estudios previos y resulta difícil reconocer el comportamiento del sector agrícola en la Parroquia.

2.2.2 Investigación descriptiva

Los autores (Tamayo & Tamayo, 2002), definen que la investigación descriptiva comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la composición de los fenómenos, por ello fue menester implementar la descripción detallada de cada proceso realizado en la obtención de la información para el trabajo de investigación que se desarrolló.

2.2.3 Investigación correlacional

Este tipo de nivel investigativo trata de aclarar aquellas relaciones existentes entre las variables más significativas, por ello, se usó los coeficientes de correlación, en el cual se incluyeron indicadores de análisis de información sobre grados, intensidad, dirección, y las debidas fluctuaciones que se encuentre relacionadas entre los datos e información obtenida en el trabajo de investigación.

2.2.4 Investigación explicativa

Para este método de investigación (Arias, 2012), menciona que se debe buscar la razón de los hechos estableciendo relaciones causa-efecto; por ello se tomaron los resultados de la aplicación de los instrumentos de investigación los mismos que fueron interpretados para dar a conocer la realidad de los hechos por la cual se hace el estudio.

2.3 Diseño de investigación

El diseño de la investigación es el no experimental, puesto que no se constituyó ninguna situación nueva, sino que se observaron situaciones ya existentes, ya que sus fenómenos y acontecimientos son tal cual se determinen de acuerdo a la técnica de investigación utilizados, los mismos que no serán manipulados o alterados por el investigador, para proceder a analizarlos y llegar a las mejores conclusiones.

2.4 Tipo de estudio

Los tipos de estudios son varios, los mismos que se desarrollan de acuerdo a la necesidad del tema de investigación, por lo cual se tomó las siguientes:

- **De campo.** - Se realizó el levantamiento de la información entre las diferentes comunidades de la parroquia, porque es el lugar en el que surgió el problema y con los representantes del caso, que fueron los propios productores agrícolas de la parroquia, lo que ha permitido obtener información verídica y realizar el trabajo de mejor manera.
- **Bibliográfica- Documental.** – Para el correcto desarrollo de la investigación se ha utilizado conocimientos previos de investigaciones existentes en libros, revistas, páginas de internet y otros medios de información importantes.
- **Descriptiva.** – Se realizó la observación y cuantificación de las características de más de un grupo, sin implantar relaciones entre sí, llegando a conocer las situaciones de los diferentes productores agrícolas, quienes describieron exactamente las múltiples actividades realizadas y mediante los procesos que los realizan, por lo que la recolección de la información no se limitó en los datos obtenidos, sino que también se pudo tener una predicción e identificación de las relaciones entre las variables puestas a consideración; además se propuso detallar todos los resultados obtenidos, con el objetivo de encontrar las causas del problema y hallar sus respectivas soluciones.

- **Correlacional.** – Se relacionó las variables de estudio como la planificación estratégica, la comercialización de productos agrícolas y la valoración financiera de los mismos.

2.5 Población y muestra

2.5.1 Población

La población con la que se trabajó en la investigación, corresponde a los habitantes de la Parroquia Pungalá con un total de 7.597 personas, por lo cual, para un mejor análisis de investigación, se ha tomado en consideración a la población que trabaja en actividades agrícolas de acuerdo a la información proporcionada por él (GADPR PUNGALÁ, 2015), lo cual se detalla en el siguiente cuadro:

TABLA 2-2: AGRICULTORES DE LA PARROQUIA PUNGALÁ

7597 HABITANTES		
EDAD	PORCENTAJE	POBLACIÓN
20 a 24 años	12.85%	242
25 a 29 años	11.04%	208
30 a 34 años	10.72%	202
35 a 39 años	11.15%	210
40 a 44 años	10.24%	193
45 a 49 años	11.30%	213
50 a 54 años	10.50%	198
55 a 59 años	14.01%	264
60 a 64 años	8.17%	154
TOTAL	99.98%	1884

Fuente: (GADPR PUNGALÁ, 2015, pág. 39)

Elaborado por: Mishqui, E (2021)

2.5.2 Muestra

Sabiendo que se debe de determinar un cierto número de la población para quienes vaya dirigida las encuestas, de acuerdo con él (GADPR PUNGALÁ, 2015), tanto para hombres como para mujeres en la Parroquia Rural de Pungalá, la principal actividad productiva está ligada con la agricultura y la ganadería. De esta manera el 73,11% de la población masculina y el 82,08% de la población femenina se dedican a estas actividades. Por lo cual se aplicará la fórmula de la muestra para una población finita, debido a que se conoce cuantos productores se tiene en la parroquia, la cual se desarrolla a continuación:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2(N-1)+Z^2 pq}$$

Donde:

n = Número de la muestra

N = Población de estudio 1884

Z = Nivel de confianza, de 95% equivalente a 1.96

e = Error aceptable 0.05

p = Probabilidad de éxito 0.5

q = Probabilidad de fracaso 0.5

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)(1884)}{(0.05)^2(1884-1)+(1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{1809.3936}{4.7075 + 0.9604}$$

$$n = \frac{1809.3936}{5.6679}$$

n = 319.2352723

n = 319 personas a encuestar

2.5.3 *Técnica de muestreo*

Muestreo no probabilístico – muestreo casual o incidental: (Ñauñay Quito, 2010, pág. 21) nos dice que esta técnica de muestreo se trata de un proceso en el que el investigador realiza una selección directa e intencionadamente a los individuos de la población. El caso más frecuente de este procedimiento es el de utilizar como muestra a los individuos que se tienen de fácil acceso.

Por ello, una vez aplicada la formula se obtuvo un total de 319 persona productoras a encuestar, ya que se cuenta con una extensión de 27 comunidades a los cuales tomaría tiempo y recursos para acceder a ellos, dando lugar a implementar la técnica antes mencionada.

2.5.4 *Población de los Comerciantes EP-EMMPA*

De acuerdo con una investigación realizada en la (POCAIP, 2021), existen una total de 998 comerciantes, distribuidos en las diferentes áreas y sectores del mercado, del cual se ha tomado para el siguiente estudio, con el fin de conocer la aceptación de los productos de la parroquia en las áreas de productos agrícolas del mercado mayorista de la ciudad de Riobamba, para lo cual se tuvo la siguiente distribución.

TABLA 3-2: COMERCIANTES DE LA EP-EMMPA

998 Comerciantes EP-EMMPA		
SECCIÓN	PORCENTAJE	POBLACIÓN
Ajos	5.2%	38
Arvejas y frejol	8.2%	60
Cebolla	11.4%	83

Choclos	11.8%	87
Frutas	14.3%	105
Habas	7.3%	53
Legumbres	5.8%	42
Papas	10.3%	75
Tomate	16.0%	117
Zanahoria y remolacha	5.3%	39
Otros	4.2%	31
TOTAL	99.98%	730

Fuente: (POCAIP, 2021)

Elaborado por: Mishqui, E (2021)

2.5.5 Muestra

Sabiendo que se debe de determinar un cierto número de la población para quienes vaya dirigida las encuestas, de acuerdo con él (POCAIP, 2021). Se determinó que se aplicará la fórmula de la muestra para una población finita, debido a que se conoce cuantos comerciantes se tiene en el Mercado de Productores Agrícolas San Pedro De Riobamba, la cual se desarrolla a continuación:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2(N-1)+Z^2 pq}$$

Donde:

n = Número de la muestra

N = Población de estudio 730

Z = Nivel de confianza, de 95% equivalente a 1.96

e = Error aceptable 0.05

p = Probabilidad de éxito 0.5

q = Probabilidad de fracaso 0.5

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)(730)}{(0.05)^2(730-1)+(1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{701.092}{1.8225 + 0.9604}$$

$$n = \frac{701.092}{2.7829}$$

$$n = 251.9285637$$

$$n = 252 \text{ comerciantes a encuestar}$$

2.5.6 Técnica de muestreo para la población de Comerciantes

Muestreo no probabilístico – muestreo casual o incidental: (Ñauñay Quito, 2010, pág. 21) nos dice que esta técnica de muestreo se trata de un proceso en el que el investigador selección directa e intencionadamente a los individuos de la población. El caso más frecuente de este procedimiento es el de utilizar como muestra a los individuos que se tienen de fácil acceso. Por ello, una vez aplicada la formula se obtuvo un total de 251 comerciantes a encuestar.

2.6 Métodos, técnicas e instrumentos

2.6.1 Métodos

2.6.1.1 Métodos teóricos

- **Analítico.** - Presenta con precisión y claridad la realización de un estudio exhaustivo que descompone la información para llegar a comprender de una mejor manera la procedencia de los resultados de cada pregunta de investigación realizados, fijando la atención en los objetivos planteados.
- **Deductivo.** – Aplicación de la observación como prioridad en la búsqueda de la información para descubrir el porqué de la problemática, mediante premisas y principios generales de investigación

para luego llegar a una conclusión específica y coordinada con el trabajo de investigación, puesto que va de lo general a lo particular.

2.6.1.2 *Métodos empíricos*

- **Recolección de información.-** Para (Navarro, 2021), este modelo se fundamenta con la utilización de diversos métodos e herramientas con el fin de obtener todo conocimiento sobre el objetivo que concierna lograr, para lo cual se ha capturado la información que se requiere, llevando a cabo el estudio con datos precisos para el correcto procesamiento de la interpretación del resultado al final de la investigación.

2.6.2 *Técnicas*

- **Encuestas.** – Esta es una técnica que utiliza un conjunto de preguntas, los cuales se los realizo a los productores de la parroquia Pungalá y a los comerciantes del EP-EMMPA de acuerdo al número de muestra que se calculó anteriormente, con lo cual se espera reunir los datos suficientes para detectar la mejor estrategia de planificación para la comercialización de los productos agrícolas del sector de investigación.
- **Entrevistas.** – Se utilizó esta técnica ya que es un instrumento técnico de gran utilidad en la investigación cualitativa, porque al recabar datos, mediante la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el Presidente de la Junta Parroquial y el presidente de la Asociación de productores de papa certificada de la comunidad de Puruhay, se obtuvo respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto en el trabajo investigativo.
- **Investigación virtual.** –Para el correcto desarrollo de la investigación se ha recurrido a la utilización de medios virtuales para visitar los distintos sitios de repositorios, bibliotecas virtuales, revistas, libros, entre otros, que ayuden a esclarecer las interrogantes que surgen en relación a la elaboración del trabajo investigativo.

2.6.3 *Instrumentos*

- **Fichas y documentos electrónicos:** La utilización de este tipo de instrumento fue necesario, porque gracias a ello, se pudo determinar de una manera más sencilla investigaciones anteriores

relacionados con el tema, como fuente de apoyo para buscar información y estructurar de una manera más segura los múltiples significados y conceptos para el desarrollo de tema planteado.

Cuestionario: Las preguntas elaboradas fueron realizadas de acuerdo a los requerimientos del desarrollo del marco propositivo, con preguntas acordes a la realidad de los encuestados, de manera que los resultados ayuden a la rápida y precisa obtención de las diferentes estrategias a implementar para los productores agrícolas.

CAPÍTULO III

3 Marco de resultados, discusión de los resultados

3.1 Resultados y discusión de resultados

Aquí se presenta los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los pequeños productores agrícolas de la parroquia Pungalá, con los siguientes datos informativos:

3.1.1 Análisis e interpretación de resultados encuesta aplicada a los Productores de la parroquia Pungalá

TABLA 4-3: PRODUCTOS QUE SE SIEMBRA CON FRECUENCIA

Pregunta 1. ¿Qué producto siembra con frecuencia?		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Papas	95	23%
Frejol	33	8%
Maíz/choclo	48	12%
Arveja	22	5%
Cebolla blanca	15	4%
Cebolla colorada	34	8%
Col	13	3%
Coliflor	5	1%
Brócoli	8	2%
Zanahoria	11	3%
Cebada	27	7%
Chochos	5	1%
Ajos	8	2%
Mora	5	1%
Frutilla	6	1%
Tomate de árbol	10	2%
Tomate de riñón	11	3%
Mel loco	12	3%
Ocas	9	2%
Alcachofa	3	1%
Habas	31	7%
Otro	4	1%
	415	100%
TOTAL	319	

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

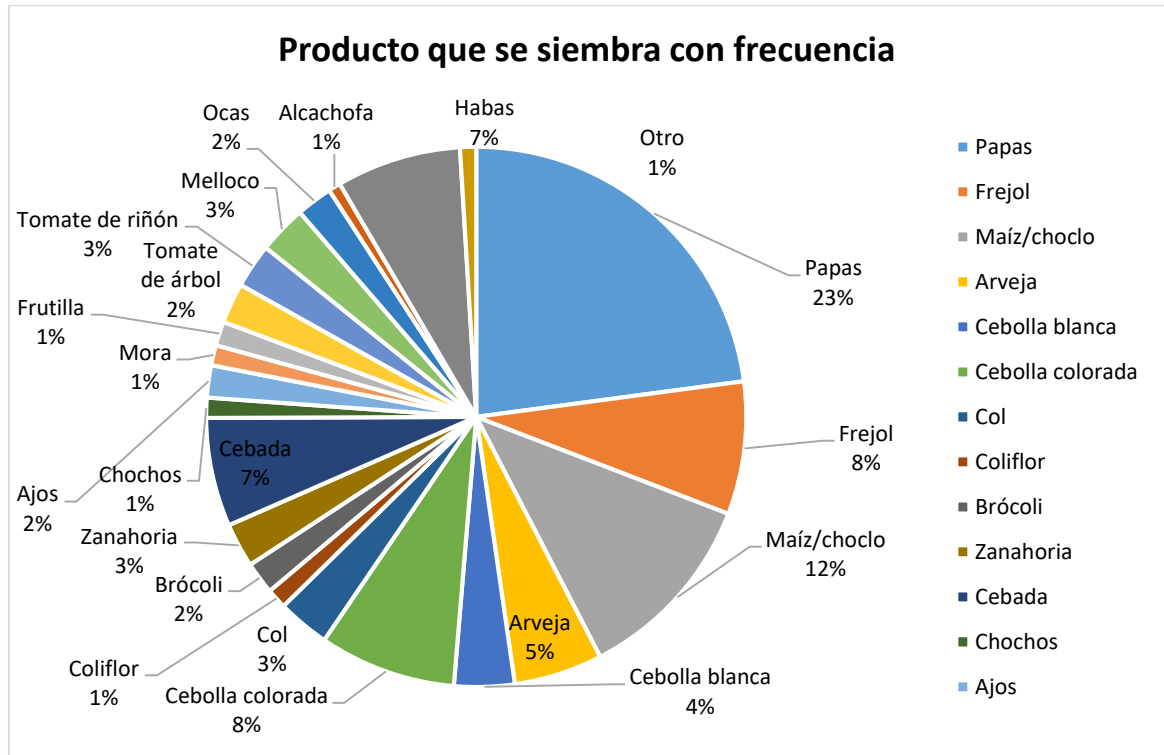


GRAFICO 1-3: PRODUCTOS QUE SIEMBRA CON FRECUENCIA

Realizado por: Mishqui E. 2021

Análisis: Los productos que se siembran con frecuencia en la parroquia Pungalá son: papas en un 23%, seguido del 12% por quienes siembran maíz o choclo, 8% de frejol y cebolla colorada, 7% de habas y cebada, 5% de alverja, 4% de cebolla blanca, 3% de melloco, tomate de riñón, col y zanahoria, 2% de ocas, tomate de árbol, ajos, brócoli, y por último en el 1% la alcachofa, frutilla, mora, chochos, coliflor y otros productos agrícolas. Demostrando que en la Parroquia Pungalá existe tierras fértiles para la siembra de los distintos productos alimenticios.

Interpretación: En base a los resultados de esta primera pregunta se pudo determinar que las grandes extensiones de tierras de la parroquia Pungalá son fértiles por lo cual se puede producir la mayoría de los productos alimenticios como lo son los tubérculos, en el que de acuerdo al 23% son paperos seguidos del 12% quienes cultivan maíz o choclo, por otro lado, se pudo determinar claramente que también se da la producción de hortalizas y ciertas frutas; además por comentarios de los encuestados,

se pudo saber también que hay muchas extensiones de tierras que estuvieron y están sin utilizar, las mismas que hoy por hoy, en un porcentaje reducido, las han vuelto a trabajar y han obtenido de ellos excelentes productos.

TABLA 5-3: MERCADOS

Pregunta 2. ¿A quién vende sus productos agrícolas?		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Mercados mayoristas	129	40%
Comerciantes	89	28%
Otros mercados intermediarios	29	9%
Consumidor final	72	23%
TOTAL	319	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

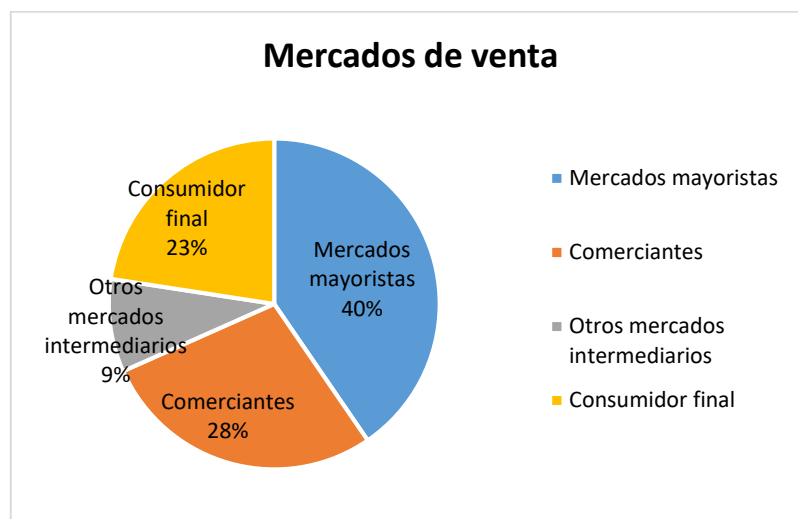


GRAFICO 2-3: MERCADOS DE VENTA

Realizado por: Mishqui E. 2021

Análisis: Los productores de la parroquia Pungalá, vende sus productos agrícolas en un 40% en el mercado mayorista, el 28% venden a los comerciantes, mientras que el 23% venden a los consumidores finales y el 9% venden en otros mercados intermediarios. Dando como resultado los diferentes sectores de ventas dispuestos para los productores.

Interpretación: En base a los resultados de la segunda pregunta, se pudo determinar que la mayoría de los productores venden en el Mercado Mayorista de la Ciudad de Riobamba, pero que también en

porcentajes más pequeños, los productores de esta parroquia mantienen otros sectores de ventas ya específicos, por lo cual es necesario incentivar el incremento de la competitividad para ganar mejor posicionamiento dentro de estos sectores de comercialización.

TABLA 6-3: CARACTERÍSTICAS DE PRODUCTOS PARA LA VENTA

Pregunta 3. ¿Qué características cree que es la más importante para que sus clientes adquieran sus productos?		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Precio	65	20%
Calidad	116	36%
Cantidad	51	16%
Sabor	43	13%
Provisión permanente	24	8%
Tamaño de los productos	20	6%
TOTAL	319	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

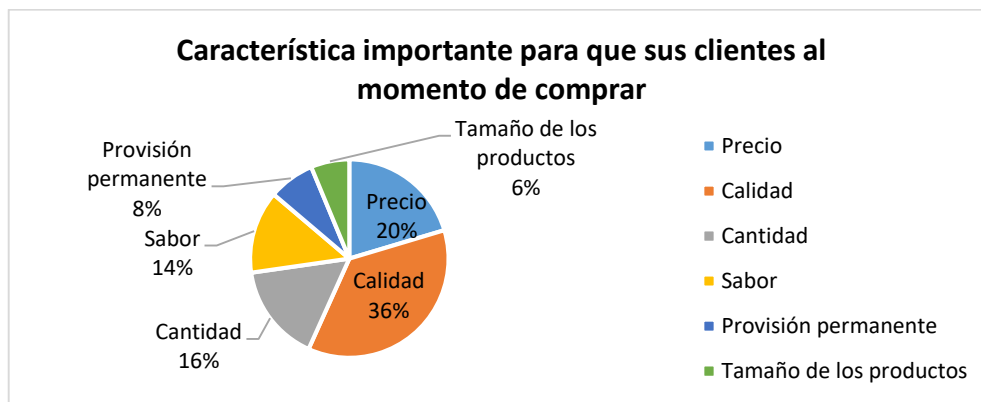


GRAFICO 3-3: CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS PARA LA VENTA

Realizado por: Mishqui, E. 2021

Análisis: Las características que creen que es la más importante para que los clientes adquieran los productos agrícolas de la parroquia Pungalá en un 36% es por la calidad, el 20% lo compran por el precio, el 16% por el tamaño, el 14% por el sabor, el 8% por la provisión permanente de productos, y un 6% por el tamaño de los productos. Por lo cual se visualiza que los productos de la parroquia con de muy buena calidad, por la cual sus clientes la adquieren con mayor frecuencia.

Interpretación: Los resultados obtenidos en la tercera pregunta, ayudo a determinar que la calidad de los productos de la parroquia Pungalá debe ser elevada, por ello los productores se enfocan en cultivar productos con menos químicos y más abonos orgánicos como lo son las heces de los animales (gallinas, borregos, cuyes, conejos) o los propios desperdicios de los alimentos, que bajo procesos de mezcla y conservación se vuelven aptos para la utilización como abono en los terrenos para los sembradíos en general.

TABLA 7-3: FRECUENCIA DE COSECHAS

Pregunta 4. ¿Con qué frecuencia cosecha sus productos?		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Semestral	107	34%
Trimestral	78	24%
Cuatrimestral	53	17%
Mensual	30	9%
Anual	51	16%
TOTAL	319	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

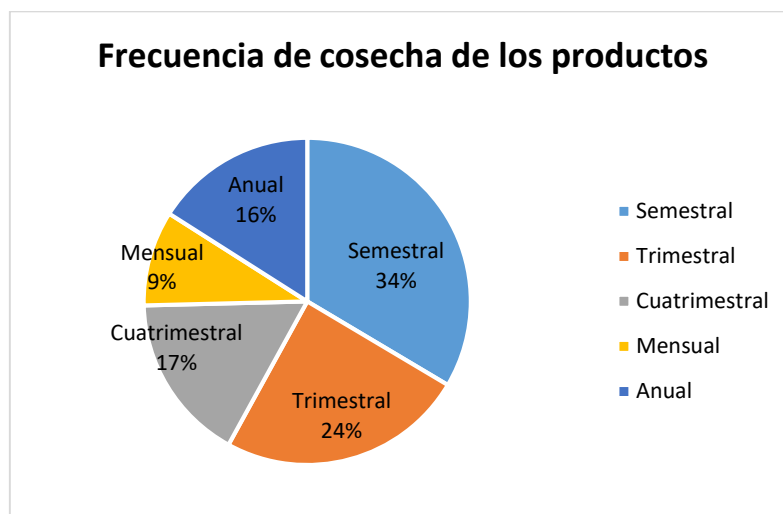


GRAFICO 4-3: FRECUENCIA DE COSECHAS

Realizado por: Mishqui E. 2021

Análisis: El tiempo de cosecha de los productos sembrados en la parroquia tiene una frecuencia del 34% semestral, 24% trimestral, 17% cuatrimestral, 16% anual y un 9% mensual, por lo tanto, estas

frecuencias demuestran que los productos sembrados mínimo tienen una productividad a los tres meses.

Interpretación: De acuerdo a los resultados obtenidos en la cuarta pregunta, se determinó que los productores de la parroquia Pungalá deben esperar ciertos periodos de tiempo para obtener sus productos, por lo cual es necesario implementar una variedad de productos para la siembra, el mismo que reduciría esos vacíos que dejan los lapsos de tiempos para la cosecha de sus alimentos, incrementando la gama de productos y la disponibilidad para la venta de los mismos.

TABLA 8-3: PLANIFICACIÓN DE CULTIVOS

Pregunta 5. ¿Cómo planifica sus cultivos?		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Calendarios de siembras	86	27%
Calendarios de suministros	81	25%
Fichas técnicas de cultivo	17	5%
Esquema de ciclo fenológico de cultivos	13	4%
Manuales de cultivo	3	1%
Ninguno	119	37%
TOTAL	319	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

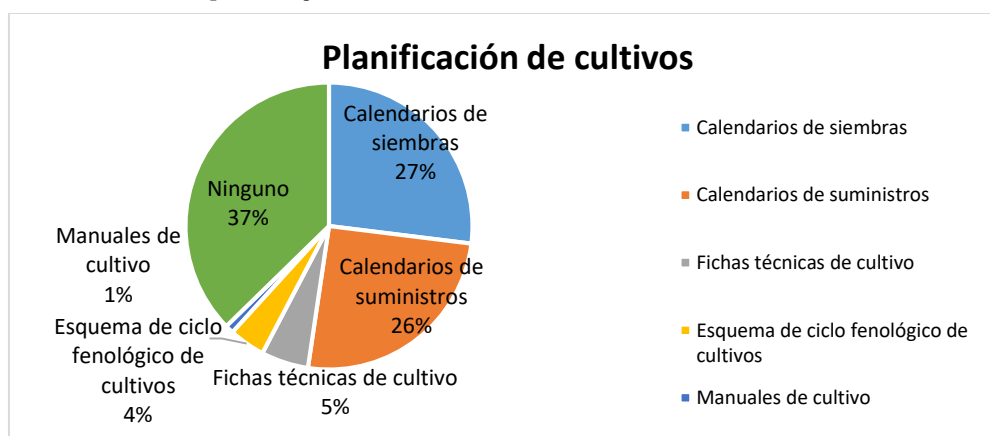


GRAFICO 5-3: PLANIFICACIÓN DE CULTIVOS

Realizado por: Mishqui E. 2021

Análisis: Los productores agrícolas de la parroquia Pungalá en un porcentaje del 37% no tienen ninguna planificación de cultivos, el 27% cuentan con calendario de siembras, el 26% cuentan con calendario de suministros, el 5% cuenta con fichas técnicas de cultivo, el 4% tienen esquema de ciclo fenológico de cultivos y un 1% utiliza el manual de cultivos, por lo cual se puede deducir que los productores de la parroquia Pungalá tienen algunas bases de tecnificación que se deben fortalecer.

Interpretación: En base a la quinta pregunta, se observa que cierta parte de los productores de la parroquia Pungalá no cuentan con una planificación para sus cultivos, pero también otro porcentaje de productores muestran que, si tienen técnicas de cultivos, los mismos que han ayudado a mejorar su productividad, por ello es necesario implementar los programas de planificación que aumente la producción de los diferentes alimentos a cultivarse en el sector.

TABLA 9-3: INGRESO POR LA ACTIVIDAD AGRÍCOLA

Pregunta 6. ¿Cuál es el ingreso que recibe por su actividad?		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$100	115	36%
De \$101-\$200	94	29%
De \$201-\$300	56	18%
De \$301-\$400	28	9%
De \$401 a \$500	16	5%
Más de \$501	10	3%
TOTAL	319	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

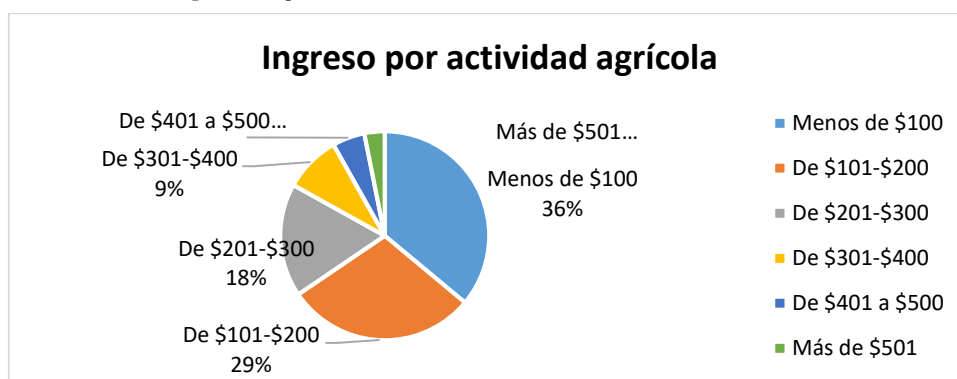


GRAFICO 6-3: INGRESO POR ACTIVIDAD AGRÍCOLA

Realizado por: Mishqui E. 2021

Análisis: El ingreso por la actividad agrícola a la cual se dedican los pequeños productores de la parroquia Pungalá muestra que en un 36% percibe un ingreso de menos \$100 dólares, mientras que el 29% tienen un ingreso de \$101 a \$200, el 18% tienen un ingreso de \$201 a \$300, un 9% con ingresos de \$301 a \$400, un 5% con un ingreso de \$401 a \$500 y un 3% con un ingreso de más de \$501.

Interpretación: De acuerdo a la sexta pregunta, se pudo determinar que los ingresos mensuales por sus actividades están debajo del costo de la canasta básica, por lo que muchos de los productores se han dedicado a otras actividades como el trabajo en la construcción en las ciudades, cuidado de animales para la venta y la producción de la leche, por lo que se requiere una buena estrategia de producción que ayude a maximizar las utilidades y no se pierda el sector productivo agrícola en la parroquia.

TABLA 10-3: TRANSPORTE PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS

Pregunta 7. ¿Qué medio de transporte utiliza para la comercialización de sus productos?		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Carro propio	87	27%
Carro alquilado	190	60%
Animales de carga	13	4%
Ninguno	29	9%
Otros	0	0%
TOTAL	319	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

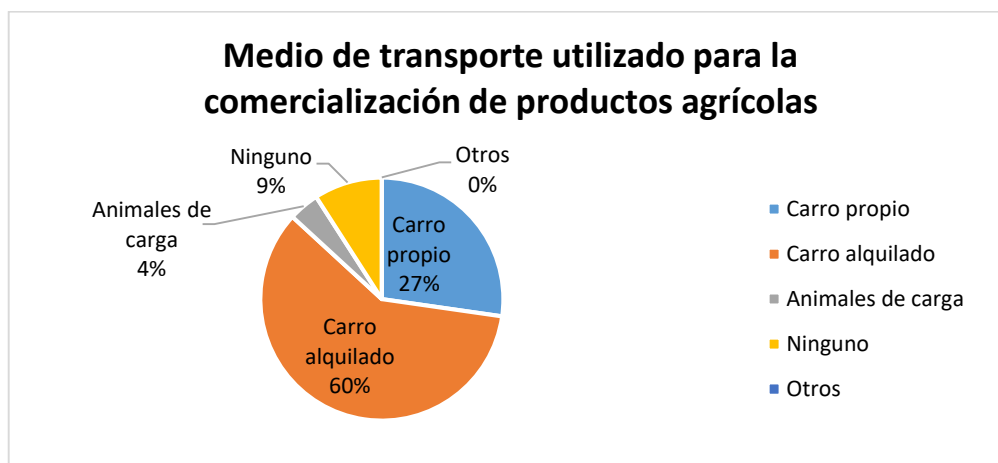


GRAFICO 7-3: TRANSPORTE PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS

Realizado por: Mishqui E. 2021

Análisis: El medio de transporte que utilizan para la comercialización de los productos agrícolas en un 60% es mediante carro alquilado, un 27% transportan mediante carro propio, un 9% no utiliza ningún medio de movilización y un 4% utilizan animales de carga.

Interpretación: De acuerdo a la séptima pregunta, hemos encontrado que la mayoría de los productores requieren de autos preferentemente camionetas o camiones, los cuales puedan ayudarlos en el traslado de los diferentes alimentos producidos en el sector, para lo cual se necesita vías en óptimas condiciones, ya que ciertas zonas son de difícil acceso por lo que la mayoría de los transportistas no quieren colaborar con los productores de esta parroquia, necesitando urgentemente de un plan que ayude en este sentido a los agricultores, con la finalidad de llegar con sus productos a los diferentes mercados y clientes preferentes.

TABLA 11-3: PAGO POR EL TRANSPORTE DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS

Pregunta 8. ¿Cuál es la cantidad de dinero que paga por el transporte de sus productos?		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$5.00	10	5%
De \$5.01 a \$ 10.00	22	12%
De \$10.01 a \$15.00	29	15%
De \$15.01 a \$20.00	39	21%
Más de \$20.01	61	32%

Ninguno	29	15%
TOTAL	190	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

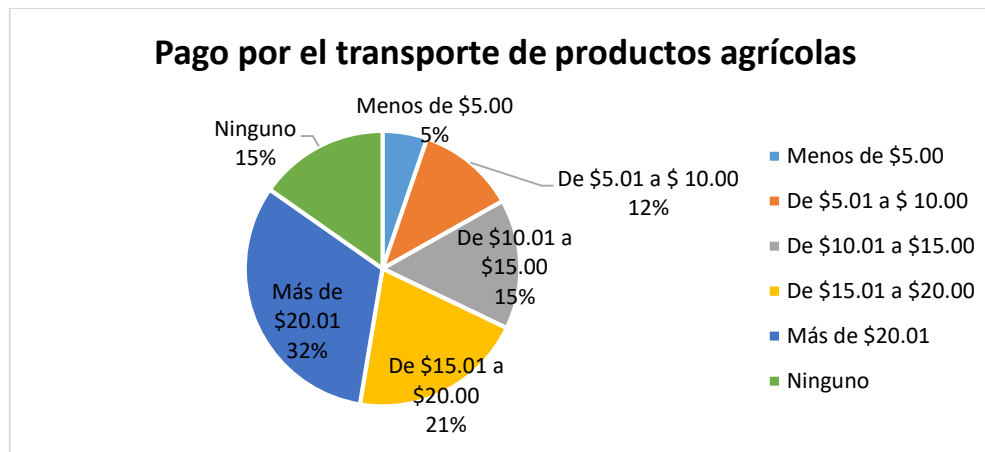


GRAFICO 8-3: PAGO POR EL TRANSPORTE DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS

Realizado por: Mishqui E. 2021

Análisis: La cantidad que pagan los productores por el transporte de sus productos agrícolas hacia sus distintas rutas de venta es, en el 32% quienes pagan más de \$20.01, un 21% que pagan de \$15.01 a \$20.00, un 15% que pagan de \$10.01 a \$15.00, un 15% no paga nada por el transporte de sus productos, un 12% paga de \$5.01 a \$10.00, y un 5% pagan menos de \$5.00 dólares.

Interpretación: De acuerdo a la información tabulada referente a la octava pregunta, se pudo deducir que el pago por el transporte de los productos de la parroquia Pungalá hacia los distintos mercados y clientes potenciales, es costoso y que si la mayoría de los productores obtienen ganancias por debajo de los \$100 dólares, la venta de estos productos a veces no alcanza para el pago del transporte, por lo que se requiere una reducción en los costos de estos.

TABLA 12-3: MEDIO DE FINANCIAMIENTO

Pregunta 9. ¿En caso de necesitar un financiamiento, cual es el medio que más utiliza?		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Ahorros	143	45%
Prestamos en las IFIS	95	30%

Apoyo de entidades del Estado	71	22%
Prestamos informales	10	3%
TOTAL	319	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

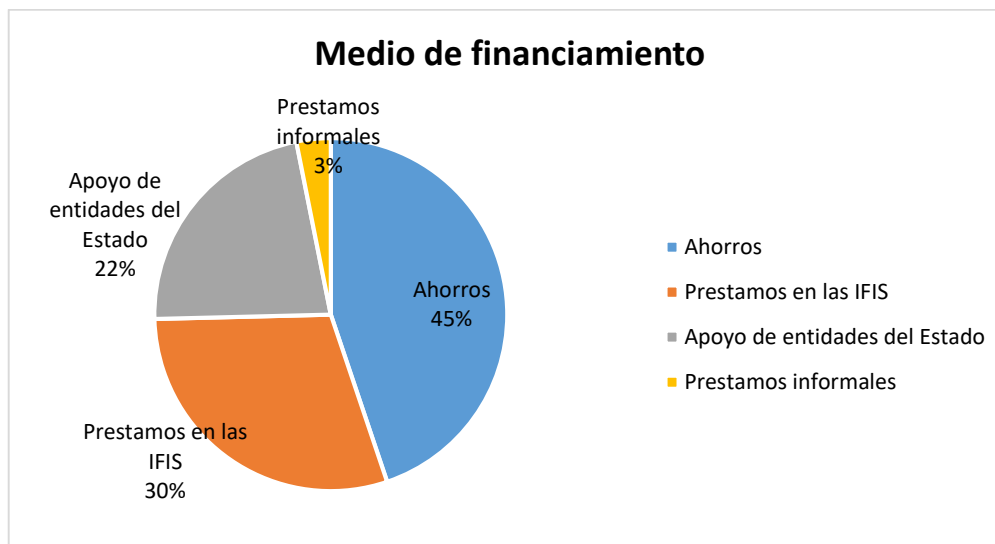


GRAFICO 9-3: MEDIO DE FINANCIAMIENTO

Realizado por: Mishqui E. 2021

Análisis: Los productores encuestados dan a conocer que en caso de necesitar financiamiento el medio que más utilizan son los ahorros con un 45%, un 30% que se financian de los préstamos en las Entidades Financieras, un 22% recibe apoyo de entidades del Estado y un 3% se financian a través de préstamos informales.

Interpretación: En base a los resultados obtenidos, se pudo determinar que los productores agrícolas de la parroquia Pungalá, en su mayoría recurren a sus ahorros, esto debido a que las instituciones financieras solicitan varios requisitos y los montos de interés son altos, y la ganancia que se obtiene no le facilita al pago, por lo cual desean incrementar su producción y generar mayores utilidades con el uso de los recursos propios lo cual ayuden a solventar necesidades.

TABLA 13-3: ENTIDADES DEL ESTADO QUE BRINDAN AYUDA

Pregunta 10. ¿De qué entidades u organizaciones recibe ayuda?		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Agencia Ecuatoriana de Sanidad Agropecuaria (AGROCALIDAD)	22	7%

Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias del Ecuador – INIAP	0	0%
Ministro de Agricultura y Ganadería MAG	15	5%
Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP)	34	11%
Ninguna	248	78%
TOTAL	319	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

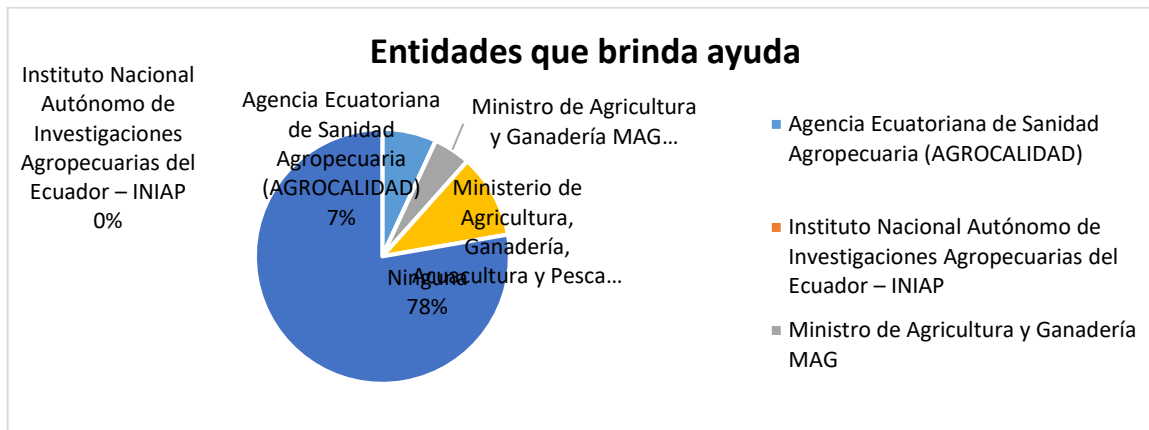


GRAFICO 10-3: ENTIDADES DEL ESTADO QUE BRINDAN AYUDA

Realizado por: Mishqui E. 2021

Análisis: De acuerdo a los datos extraídos, el 78% de los productores no reciben ayuda de alguna entidad u organización gubernamental, mientras que el 10% de estos mismos productores reciben ayuda del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), un 7% de la Agencia Ecuatoriana de Sanidad Agropecuaria (AGROCALIDAD), un 5% del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), y un 0% asegura no recibir ayuda del Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias del Ecuador (INIAP).

Interpretación: De acuerdo con los datos obtenidos, la mayoría de los agricultores en la actualidad no cuentan con apoyo de alguna institución del Estado o no gubernamental, mientras que otros productores si cuentan con ayudas en semilla, datos técnicos de siembras y cosechas, por lo cual se requiere nuevos convenios interinstitucionales que les ayude a las distintas capacitaciones, promoviendo la productividad agrícola.

TABLA 14-3: PRECIO JUSTO EN LA ACTUAL COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS

Pregunta 11. ¿Considera usted, que la actual comercialización de productos agrícolas tiene un precio justo?		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	65	20%
No	254	80%
TOTAL	319	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los pequeños agricultores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021



GRAFICO 11-3: PRECIO JUSTO EN LA ACTUAL COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS

Realizado por: Mishqui E. 2021

Análisis: De acuerdo con los datos obtenidos, el 80% de la población encuestada considera que no se tiene un precio justo en cuanto a la actual comercialización de productos agrícolas, mantenidos en el mercado, considerando que un 20% si cree que el mercado mantiene precios adecuados.

Interpretación: La mayoría de los productores de la parroquia Pungalá consideran que el actual precio del mercado no es justo puesto que los precios tienden a bajar exageradamente, provocando grandes pérdidas para los agricultores, por otro lado, cuando las fluctuaciones suben estas hacen que los productores generen buenos ingresos, por lo cual se espera que el mercado se regule con precios determinados y que eviten más entrada de provincias aledañas con sus productos a los diferentes

mercados de la provincia, esto con el objetivo de incrementar el consumo local provincial, generando mayores crecimientos económicos para todos los chimboracenses.

TABLA 15-3: ESTRUCTURA DE PRODUCCIÓN PARA LA PARROQUIA

Pregunta 12. ¿Estaría de acuerdo con tener una adecuada estructura de producción, que ayude a la maximización de sus utilidades?		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Sí	309	97%
No	10	3%
TOTAL	319	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021



GRAFICO 12-3: ESTRUCTURA DE PRODUCCIÓN PARA LA PARROQUIA

Realizado por: Mishqui E. 2021

Análisis: Los productores encuestados dentro de un rango del 97%, mencionan que, si están de acuerdo con tener una adecuada estructura de producción, que ayude a la maximización de sus utilidades, mientras que el 3% opina que no es una idea alternativa.

Interpretación: Casi el cien por ciento de los productores encuestados consideran que, si sería bueno la implementación de una estructura de producción, lo cual les permita crecer como productores en el sector agrícola, incrementando reconocimiento para la parroquia Pungalá, además se generaría interés por el turismo local, debido a que la parroquia cuenta con extensas zonas de miradores, lagunas, ríos y zonas para caminatas y escaladas de montaña.

TABLA 16-3: PLANIFICACIÓN PARA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS

Pregunta 13. ¿Cree usted que una planificación para la comercialización, ayudaría a la mejora de la competitividad comercial de la parroquia Pungalá?		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	300	94%
No	19	6%
TOTAL	319	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los pequeños agricultores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

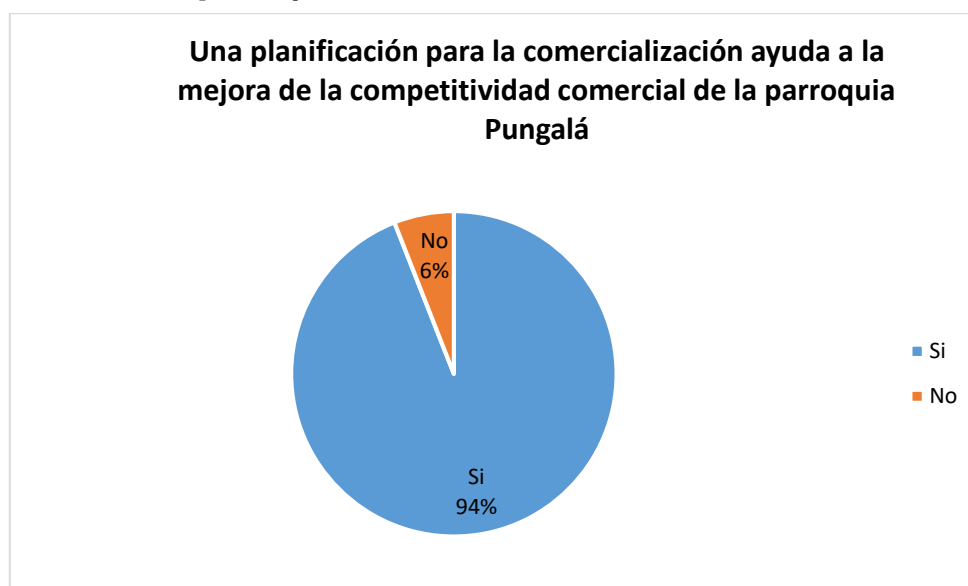


GRAFICO 13-3: PLANIFICACIÓN PARA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS

Realizado por: Mishqui E. 2021

Análisis: Los productores de la parroquia Pungalá en un 94% consideran que una planificación para la comercialización, si ayudaría a la mejora de la competitividad comercial de la Parroquia Pungalá, por otro lado, un 6% de los productores no lo consideran como una ayuda.

Interpretación: De acuerdo con los datos obtenidos en esta pregunta, la mayoría de los productores de la parroquia Pungalá consideran que una planificación para la comercialización de productos agrícolas, si ayudaría a mejorar la competitividad comercial ya que, en la actualidad, el fuerte competidor es la vecina provincia de Tungurahua, por el cual, a la parroquia al tener grandes extensiones de tierras abandonadas deben de aprovechar sus beneficios, y generar más producción de calidad y cantidad.

3.1.2 *Análisis e interpretación de resultados encuesta aplicada a los Comerciantes del EP-EMMPA*

A continuación, se presenta los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los comerciantes del Mercado Mayorista de Productores Riobamba, con los siguientes datos informativos:

TABLA 17-3: PARROQUIAS PRODUCTORAS

Pregunta 1. ¿De qué parroquia compra sus productos con frecuencia?		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Licto	33	13%
Cebadas	16	6%
Guano	20	8%
San Luís	85	34%
Calpi	16	6%
Licán	16	6%
Quimiag	10	4%
Chambo	28	11%
Pungalá	10	4%
Otros	17	7%
TOTAL	251	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

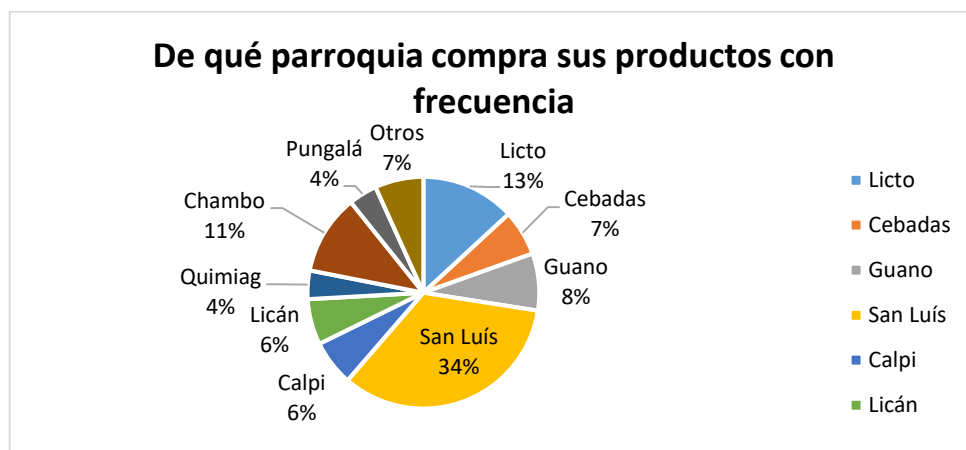


GRAFICO 14-3: PARROQUIAS PRODUCTORAS

Realizado por: Mishqui E. 2021

Análisis: De acuerdo con los comerciantes del Mercado de Productores Agrícolas San Pedro De Riobamba, el 34% de ellos aseguran que sus productos los adquieren de la parroquia de San Luís, un 13% de la parroquia de Licto, el 11% de la parroquia de Chambo, el 8% lo adquieren de Guano, el 7% son de la parroquia de Cebadas y otras provincias del País como de Tungurahua y Loja, el 6% lo adquieren de Calpi y Licán, el 4% adquieren productos de Quimiag y Pungalá.

Interpretación: De acuerdo con los datos obtenidos para esta pregunta, se pudo determinar que la mayoría de los comerciantes adquieren productos agrícolas de las parroquias aledañas de la provincia de Chimborazo, muchos de ellos pronunciaron que esto se debe a que muchos de los productores solo muestran sus productos, pero no comentan de que parte los traen y eso hace que se pierda el conocimiento sobre los valores de los productos de acuerdo a las parroquias, creyendo necesario disponer de un logo o un sello distintivo que refieras a la parroquia Pungalá en los diferentes productos que salgan al mercado.

TABLA 18-3: PRESENTACIÓN HABITUAL

Pregunta 2. ¿En qué presentación se encuentran habitualmente los productos que adquiere con mayor frecuencia?		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Lona/saco	119	47%
Cajas de cartón	46	18%
Cajas de madera	34	14%

Fundas plásticas	21	8%
Atados	16	6%
Sueltos	15	6%
TOTAL	251	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

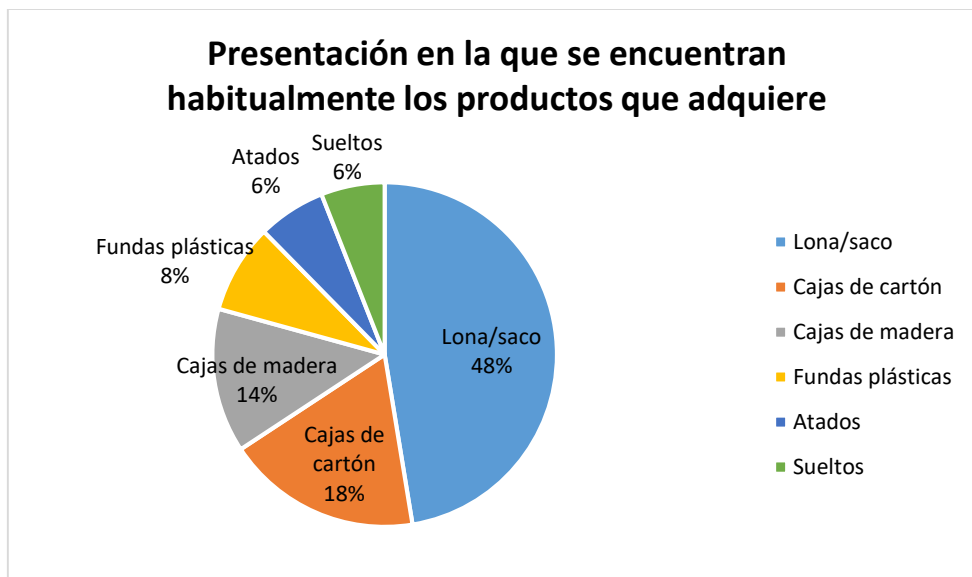


GRAFICO 15-3: PRESENTACIÓN HABITUAL

Realizado por: Mishqui E. 2021

Análisis: La presentación habitual en que los comerciantes adquieren la mayoría de sus productos para la venta, es en el 48% en lonas o sacos, un 18% en cajas de cartón, el 14% lo compran en cajas de madera, el 8% lo encuentran en fundas plásticas, y el 6% lo encuentran por atados o sueltos.

Interpretación: De acuerdo a los datos obtenidos en esta pregunta se pudo determinar que generalmente la mayoría de los productos que los comerciantes adquieren son en lonas, sacos o costales como se los conoce, los mismos que son buenos para mantener a los productos en un mejor estado y estos no se dañen durante el transcurso del viaje hacia el mercado.

TABLA 19-3: ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS

Pregunta 3. ¿Compra usted productos agrícolas de la parroquia Pungalá?		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	121	48%
No	130	52%

TOTAL	251	100%
--------------	------------	-------------

Fuente: Encuestas aplicadas a los pequeños agricultores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

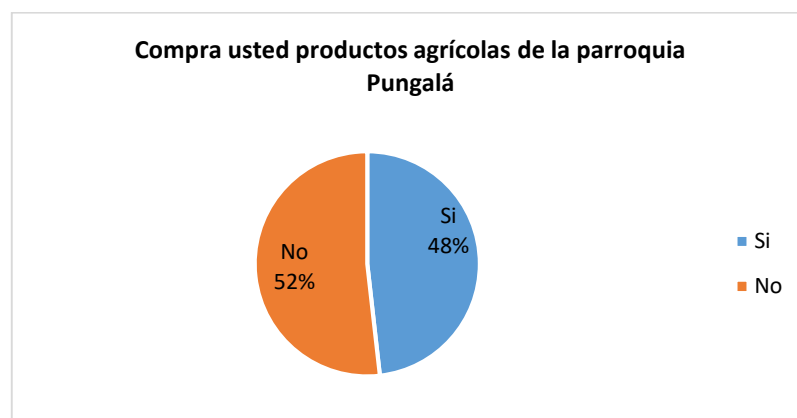


GRAFICO 16-3: ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS

Realizado por: Mishqui E. 2021

Análisis: Los comerciantes del Mercado de Productores Agrícolas San Pedro De Riobamba, dentro de un rango del 52% no han comprado productos provenientes de la Parroquia Pungalá, mientras que el 48% de los encuestados si han comprado los productos de esta Parroquia. Debido la mayoría de ellos, por la falta de información en cuanto a la adquisición de los diferentes productos en todo el mercado.

Interpretación: De acuerdo a los datos extraídos en esta pregunta, se pudo determinar que más de la mitad de los comerciantes encuestados han adquirido productos agrícolas de la parroquia Pungalá, determinando que los productos agrícolas de la parroquia son bien aceptados por los comerciantes, considerando una buena producción.

TABLA 20-3: CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO ADQUIRIDO

Pregunta 4. ¿Por qué a compra productos agrícolas de la parroquia Pungalá?		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Precio	29	24%
Calidad	55	45%
Cantidad	21	17%
Sabor	16	13%
TOTAL	121	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

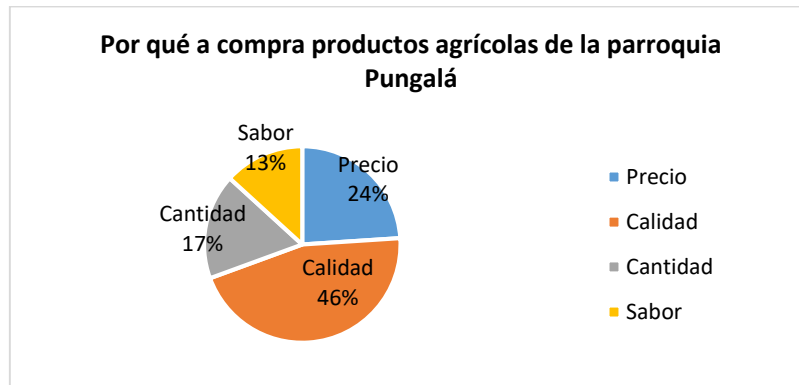


GRAFICO 17-3: CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO ADQUIRIDO

Realizado por: Mishqui E. 2021

Análisis: Los comerciantes del Mercado de Productores Agrícolas San Pedro De Riobamba que han adquirido los productos agrícolas de la Parroquia Pungalá, en un rango del 48% lo compra por la calidad, mientras que el 24% lo adquiere por el precio, el 17% lo compra por la cantidad, y un 13% de los comerciantes lo adquieren por el sabor. Puesto que consideran que los nuevos clientes prefieren productos en buen estado.

Interpretación: De acuerdo con los datos obtenidos en esta pregunta, pudimos determinar que casi el cincuenta por ciento de los clientes del Mercado de Productores Agrícolas San Pedro De Riobamba han adquirido y adquieren productos de la parroquia Pungalá por que tiene una buena calidad, por ellos es necesario generar productos mejorados, que impidan la disminución de costos y permita incrementar la utilidad por las ventas de los mismos.

TABLA 21-3: FRECUENCIA DE VENTA

Pregunta 5. ¿Considera usted que los productores de la Parroquia Pungalá deben venderse con mayor frecuencia?		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	102	84%
No	19	16%
TOTAL	121	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los pequeños agricultores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

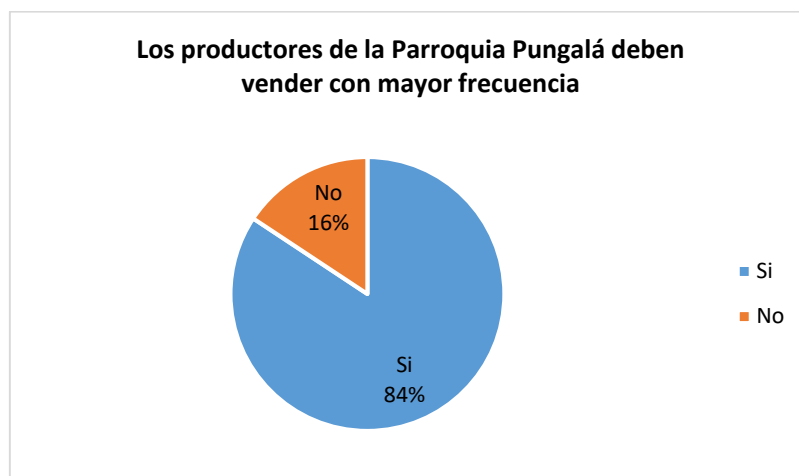


GRAFICO 18-3: FRECUENCIA DE VENTA

Realizado por: Mishqui E. 2021

Análisis: Los comerciantes del Mercado de Productores Agrícolas San Pedro De Riobamba, consideran en un 84% que los productores de la parroquia Pungalá deberían de vender con mayor frecuencia sus productos en este mercado, mientras que el 16% no lo consideran conveniente ya que existen mucha competencia lo cual bajan los precios y con los cuales es difícil competir.

Interpretación: En base a los datos obtenidos en esta pregunta, se pudo determinar que más del 75% de los comerciantes encuestados, creen que los productores de la parroquia Pungalá deberían de vender sus alimentos con mayor frecuencia, pues los comerciantes aseguran que deberían de producir más ya que sus productos son excelentes, y que si tuvieran disponibilidad de productos a cada momento como las parroquias aledañas de Licto y San Luis, estos productos podrían ser competencia para los otros.

TABLA 22-3: CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS PARA LA ADQUISICIÓN

Pregunta 6. ¿De acuerdo con la presentación, cómo le gustaría recibir los productos de la Parroquia Pungalá?		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Productos lavados	15	12%
Productos limpios	12	10%
Productos bien separados/clasificados	20	17%
Productos con peso completo	12	10%

Envasados por porciones	3	2%
Envasadas en fundas	2	2%
Envasadas en sacos	52	43%
Envasadas en cartón	3	2%
Envasados en cajas de madera	2	2%
TOTAL	121	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

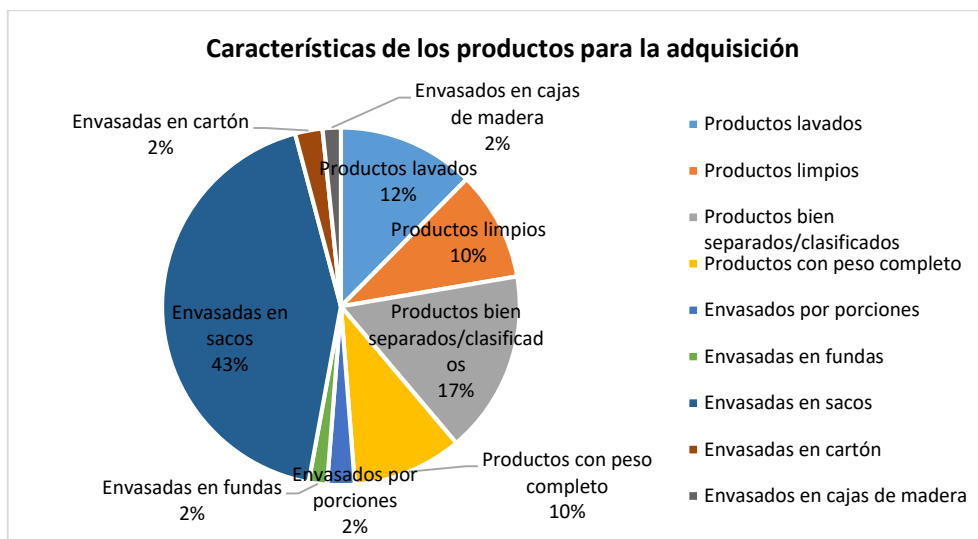


GRAFICO 19-3: CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS PARA LA ADQUISICIÓN

Realizado por: Mishqui E. 2021

Análisis: Los comerciantes encuestados en un 43%, desean adquirir productos embazados en sacos, un 17% prefieren productos bien separados y clasificados, el 12% prefieren productos lavados, mientras que el 10% quieren adquirir productos con peso completo y productos limpios, un 2% de los comerciantes prefieren productos envasados en fundas, envasado por porciones, envasados en cartoneros y/o envasados en cajas de madera.

Interpretación: De acuerdo a la información obtenida a partir de los datos de esta pregunta, se pudo determinar que la mayoría de los encuestados prefieren productos en sacos, lonas o costales. Ya que esto mantiene a los productos más frescos y no se estropean en el traslado de un lado hacia el otro, también porque se puede obtener mayores cantidades de productos en este tipo de empaque.

3.1.3 Análisis e interpretación de resultados de la entrevista realizada al sr. Efraín Allaica presidente del GADPR de Pungalá

A continuación, se presenta las respuestas a las 9 preguntas formuladas para el señor presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Pungalá, que tiene por objetivo denotar y explicar de qué manera el GADPR ayuda a los sectores agrícolas de la parroquia. Los aspectos investigativos son administrativos y de servicio social o cooperaciones.

1. ¿Cómo trabaja el Gobierno Parroquial con los diferentes sistemas de producción económica en las diferentes comunidades?

Respuesta: La parroquia Pungalá tiene organizaciones especiales de papas que se ubican en el sector de Puruhay, y otro que se ubica en la comunidad de Pungalá-pamba, que trabajan específicamente en papas de semilla y especializan la papa para consumo, otra organización con la que se trabaja es en la comunidad de Anguiñay, conocido como la aso Anguiñay la misma que se dedican especialmente con la ganadería y creación del sector turístico, realizando el turismo comunitario, apoyándose en las grandes extensiones de terreno que se tiene en el sector. Otro grupo de trabajo también, se encuentra en la comunidad de Alao, mediante el fomento al turismo, con la ayuda de la asociación Alao-Tambillo, entre otras organizaciones que son partícipes del GAD Parroquial, con los cuales se trabajan de acuerdo a las necesidades presentes en cada comunidad, puesto que el GAD Parroquial no puede obligar a hacer lo que les parece cada organización hace las respectivas gestiones, no solo con el Gobierno Parroquial sino que, también el gobierno parroquial direcciona el trabajo con la dirección de fomento productivo del gobierno provincial quienes ayudan con insumos agropecuarios como para la papa, la leche, cuidado y manejo de los animales, en el que intervienen no solo una sino varias instituciones.

El gobierno parroquial tiene la responsabilidad de direccionar a estas organizaciones de apoyo, y aquellas asociaciones comunitarias que se encuentren con una buena gestión y organización, para poder trabajar, ver resultados y poder direccionar adecuadamente las gestiones que tienen en beneficio de la comunidad en general, ya que unas organizaciones mal estructuradas solo llevan tiempo y recursos en los cuales es preferible no trabajar.

2. ¿El Gobierno Parroquial tiene un plan de apoyo para el sector agrícola?

Respuesta: Dentro de las competencias institucionales se tiene un plan de apoyo al sector agropecuario, el mismo que ha sido abandonado un poco durante estos dos últimos años, por el recorte del presupuesto del estado el cual ha sido a \$90 mil dólares, que ha sido una limitante para trabajar junto a las organizaciones, porque se ha trabajado con estas organizaciones entregando mangueras y tuberías para el sistema de abrevaderos, y canales de riego, que con el recorte del presupuesto a limitado dar resultados a las necesidades de las diferentes comunidades que cada día se incrementa, y se ha encaminado a recurrir a las diferentes gestiones con miras a direccionar a las diferentes instituciones quienes puedan apoyar a las organizaciones.

3. ¿Cuál ha sido el Plan de contingencia para productores de la parroquia durante la Pandemia?

Respuesta: Durante la temporada que actualmente se ha vivido que es por el caso de la Pandemia del Covid-19, se ha tratado de mantener una pequeña feria productiva a nivel interno de la parroquia, en la cual se ha visto que la mayor demanda la acapara el mercado Mayorista de la ciudad de Riobamba; por otro lado, se ha tenido varias reuniones y conversaciones a través de la comisión de la ASO-PRACH, quienes como Pungalá, se determina que el 90% de la parroquia Pungalá se ha convertido en un sector lechero-ganadero, lo que ha limitado la salida de productos en grandes cantidades, por lo cuales muchas organizaciones de papas, tienen ventas directas en semillas y en algunos casos las papas de consumo llegan directo al mercado, por lo cual la parroquia no tienen mucha producción y no tiene un espacio de comercialización en el cual la parroquia demande cada día.

4. ¿Qué otras cooperaciones han realizados con las instituciones de ayuda, podría poner un ejemplo?

Respuesta: Se ha buscado incrementar la demanda de los productos agrícolas con la ayuda del MAGAD, con la implementación de un carnet a los productores, para que todos tengan acceso a los diferentes mercados y más aún que se ha regulado en el mercado mayorista, no se ha podido trabajar un poco más porque nos ha limitado el presupuesto, pero se ha intentado por lo menos cumplir con ciertos requerimientos de este sector productivo.

5. ¿Qué sector es el mejor para la parroquia, el sector agrícola o el sector agropecuario?

Respuesta: Se trabaja más con lo pecuario y ganadero que lo agrícola, puesto que todo lo que corresponde a los animales tiene una mayor rentabilidad, por ello los habitantes de las diferentes comunidades de la parroquia Pungalá, especialmente se ha dedicado más a la ganadería, porque tienen un ingreso seguro en el cual, por el caso de la leche cada 15 días se cobra un monto que es representativa y de suma importancia para cada hogar, Actualmente se ha creado una organización llamada “Fe por la leche”, con alrededor de 600 usuarios, en el cual como sean convertido en los mayores productores de leche, por lo cual también se encuentran preocupados en este momento, por la caída del precio de la leche que se encuentra por menos de \$0.25 centavos. Por lo cual se trata de trabajar en ello, y en los próximos meses se espera que ya se legalice para poder representar a nivel de la provincia la exigencia del precio de la leche.

6. ¿Cómo le ve la productividad agrícola en la parroquia?

Respuesta: En la parroquia Pungalá se ve muy limitada la producción ya que los productos agrícolas, la mayor parte de ellos se da en un tiempo de seis meses, y también el sistema de riego para algunas comunidades no es bueno ya que desfavorece el incremento de la productividad. Por eso, las personas de la parroquia han preferido, muchos de ellos, dejar la agricultura y dedicarse al sistema pecuario.

7. ¿Sabe usted porque ya no se incrementa la productividad de la parroquia, si antes estos sectores fueron mayormente agrícolas que pecuario?

Respuesta: Se conoce que actualmente las tierras se han quedado y se están quedando abandonadas, y las autoridades no han podido y no pueden sostener, puesto que la juventud se está acogiendo a lo que es la migración que de acuerdo al censo la mayor parte de la población de la parroquia se encuentra en las ciudades de Quito y Guayaquil.

Por otro lado, la parroquia ha sufrido cerca del 30% de migración al extranjero, esto se lo conoce por reportes que se envía al gobierno parroquial que hay alrededor de 1500 jóvenes que han salido, puesto que el trabajo agrícola no es un trabajo simple, sino que es pesado y cansado, la juventud actual no está preparado para estos trabajos.

8. ¿Qué les hace falta para evitar estas grandes movilizaciones en la parroquia?

Respuesta: Lo que hace falta en la parroquia es tecnificar estos sectores, por ejemplo, en el sector de Puruhay se necesita una tecnificación del sistema de riego y para ello, se necesita de alrededor de \$10 millones, que a nivel del gobierno parroquial se ha podido contribuir con alrededor de \$2 mil dólares en tuberías, mangueras y otros. Los cuales no son suficientes para cumplir con las necesidades de las diferentes comunidades de la parroquia.

A nivel del sistema educativo, se cree que sería buena la implementación de una materia agrícola de estudio que sea dedicado a la juventud que crece en la parroquia, para tratar con ello, la dispersión de la migración como una opción de economía, sino que también se interesen en incrementar la productividad en el sector, por ello en cada reunión de gobiernos parroquiales, se ha puesto en consideración la implementación de una materia agrícola en la educación sobre todo para los sectores rurales agrícolas y pecuarios, para que tengan por lo menos la idea de cómo trabajar la tierra, evitando que al terminar la educación secundario migren a la ciudad para mejorar el nivel de vida.

A la vez hace falta la incentivación y motivación de parte de los padres a trabajar conjuntamente, porque la parroquia tiene mucha extensión de tierras que están abandonadas y son aptas para la producción agrícola, sino que los nuevos jóvenes no les gusta el trabajo difícil y cansado, sino que prefieren lo limpio y menos forzoso.

9. ¿Considera usted que la realización de una planificación para la comercialización de los productos agrícolas en la parroquia es viable o no?

Respuesta: Es buena la idea de realizar esta planificación, considerando que la parroquia últimamente se ha dedicado al sector pecuario, lo cual se está encaminando a incrementar este sector y el sector turístico. El sector agrícola por los diferentes niveles de la demanda y variación de precios del mercado se han vuelto menos rentables. Sería de gran ayuda incrementar estos planes a través de nuevos emprendimientos en la parroquia, con la ayuda de jóvenes capacitados que ayuden al crecimiento productivo para que pueda surgir nuevamente el interés en este sector agrícola e

incrementar la competitividad, ya que nuestros actuales competidores se encuentran en la provincia de Tungurahua, y se ve muy difícil competir contra ellos.

3.1.4 Entrevista al señor Francisco Guashpa presidente de la asociación de productores de papa certificada de Puruhay.

A continuación, se presenta las respuestas a las 7 preguntas formuladas para el señor presidente de la asociación de productores de papa certificada de la comunidad de Puruhay, que tiene por objetivo denotar y explicar de qué manera trabaja consolidados en el sector agrícola de la parroquia. Los aspectos investigativos son administrativos, de competencias, precios y costos de servicios.

1. ¿Quiénes son la Asociación de Productores Puruhay?

Respuesta: Somos una organización que viene laborando más de siete años, constituida por 14 socios,

2. ¿A qué producción se dedican?

Respuesta: Nos dedicamos a la producción de semilla certificada, con la variedad de papa súper-chola y free roja, con dos variedades de súper free.

3. ¿Cuáles son sus inversiones?

Respuesta: Primero compramos la semilla registrada para obtener semilla certificada, en la misma que la semilla cuesta \$40 dólares, en el cual alrededor de una hectárea de terreno para sembrar, se invierte por lo menos \$4.500 a \$5.000 dólares, de los cuales de acuerdo a la producción por lo mínimo se obtiene una producción de 300 a 400 quintales, y los mismos se venden por ejemplo a \$20 dólares cada quintal por lo cual se obtiene alrededor de \$6.000 a \$7.000 dólares.

Por otro lado, de acuerdo a la producción, su calidad y sus variedades estas se venden hasta \$30 dólares las semillas certificadas.

4. ¿Bajo qué organizaciones se rigen los precios y calidades?

Respuesta: Nosotros nos regimos bajo controles del Ministerio de Agricultura MAG y de la Agencia Ecuatoriana de Sanidad Agropecuaria AGROCALIDAD, ellos controlan las semillas registradas, el terreno tiene que estar bien preparada y de ser posible si la tierra es virgen es mejor, porque se obtiene una mayor calidad en la producción, y no se les puede mezclar con otras variedades de papas, ya que se interrumpe el ciclo de calidad que se quiere tener.

Por otro lado, el Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias del Ecuador INIAP es quien provee semillas genéticamente de calidad, por lo cual nosotros cosechamos buenos productos vendemos a buen precio. Por qué antiguamente, nosotros no sabíamos cómo producir buenas cosechas e introducíamos cualquier tipo de semilla conocida como semilla común la misma que se podía sembrar y cosechar muchas veces, pero no se lograba ninguna rentabilidad.

5. ¿Que debe tener sus productos para alcanzar la calidad requerida para ser semilla certificada?

Respuesta: Debemos tener productos sanos, de buena fisiología y característica de buen brote, para cumplir con la calidad.

6. ¿Cree que es buena la implementación de nuevos profesionales de la rama de finanzas, agricultura, medio ambiente, entre otros, en la ayuda de la productividad de las zonas agrícolas de la parroquia?

Respuesta: En la actualidad muchos jóvenes han dejado el campo por la ciudad e incluso se han ido fuera del país, y con el paso del tiempo va a dejar de haber producción y se verá necesario regresar a la economía agrícola y pecuaria, en la cual las personas preparadas y con conocimientos financieros y agrícolas podrán ayudar a la sostenibilidad de estos sectores incrementando el crecimiento productivo.

7. ¿Cómo le califica usted la implementación de una planificación estratégica para la comercialización de productos agrícola de la parroquia?

Respuesta: Muchas veces se ha hecho planificaciones, pero las personas del campo no siguen un orden, se han dedicado a sembrar a de acuerdo a conocimientos empíricos, lo cual ha imposibilitado el incremento de la comercialización y mantenimiento de precios adecuados en el mercado, pero sería de gran ayuda implementarlos bajo restricciones y usos permanentes de esta planificación para ver resultados que favorezcan a los pequeños productores de nuestra parroquia.

3.2 Comprobación de las Interrogantes de estudio - Idea a defender

Una vez que se ha desarrollado el trabajo de campo y después de sistematizar y analizar toda la información recopilada en las fuentes primarias; a través de la aplicación de las encuestas a 319 productores de la parroquia Pungalá, y a 251 comerciantes del Mercado de Productores Agrícolas San Pedro De Riobamba, una entrevista al señor presidente del DADPR de Pungalá, y al señor presidente de la asociación de papas certificadas de Puruhay, además de los datos obtenidos mediante la observación directa; los resultados más relevantes de las mismas, se los presenta ordenados de acuerdo a los objetivos específicos de la investigación y a la operacionalización de estos de modo que facilite su comprensión e interpretación y el logro del objetivo de la investigación.

Las encuestas y la entrevista utilizadas fueron aplicadas para lograr información acerca de:

- a. Identificar la producción y comercialización de los diferentes productos agrícolas de la Parroquia Pungalá.
- b. Comparar la producción agrícola de los pequeños productores de la Parroquia Pungalá con respecto a otras parroquias.
- c. Analizar la cadena productiva agrícola que más se utiliza en la Parroquia Pungalá.

El trabajo de campo fue realizado en base a una exploración geográfica en las diferentes comunidades de la Parroquia Pungalá, Cantón Riobamba, Provincia Chimborazo. Al mismo tiempo, la información documental brindada por la Junta Parroquial a cargo del señor Efraín Allaica como presidente, fueron de apoyo para la elaboración de una planificación estrategia para la comercialización de productos agrícolas de los pequeños productores.

Los capítulos I y II fueron expuestos con claridad y al detalle en páginas anteriores.

3.3 Propuesta

3.3.1 Título

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS MEDIANTE LA VALORACIÓN FINANCIERA DE LOS SISTEMAS PRODUCTIVOS DE LOS PEQUEÑOS AGRICULTORES DE LA PARROQUIA PUNGALÁ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

3.3.2 Introducción

Para diagnosticar la situación actual de la parroquia y sus productores es necesario identificar aspectos de suma importancia como el entorno, lo que significa que se estudiara como está estructurada en su parte interna y externa. Para empezar un diagnostico situacional sobre el comportamiento del entorno de los productores de la parroquia Pungalá, se debe basar en identificar las ventajas y desventajas que tienen las mismas.

Las actividades que realizan los habitantes de la parroquia Pungalá se encuentran entre los sectores turísticos, sector pecuario y sector agrícola el cual es el punto de estudio de este tema, por lo se detallan los acontecimientos surgidos para los mismos a continuación:

3.3.2.1 Sector agrícola

Dentro del territorio de la Parroquia rural de Pungalá, al igual que en toda la Serranía, el sector productivo se ve reflejado en el cultivo de la papa y el maíz, estos dos productos forman parte de los alimentos básicos de la familia, el excedente de la producción se la destina al mercado, donde la papa mantiene un precio inestable tendiendo constantemente a la baja, de modo que ni siquiera permite recuperar el valor de la inversión, mientras que el maíz seco tiene un precio bajo, y el tierno tiene un mejor precio. Los meses de mayor intensidad en el uso de la mano de obra familiar son al momento de la siembra, labores de deshierba, aporque y cosecha. Los agricultores de Pungalá, incursionan escasamente en la implementación de nuevos cultivos, como la alcachofa; mientras que el haba, la oca, el melloco, la quinua, entre otros, tienden a perderse, lo cual disminuye el valor nutricional de la

dieta familiar, por lo que en los últimos años se ha considerado incrementar el sector de la ganadería, incrementando el movimiento de la economía mediante la venta de leche y quesos, por lo que el sector se ha vuelto en su mayoría agropecuario dejando de lado el sector agrícola (GADPR PUNGALÁ, págs. 79-81).

3.3.2.2 Misión propuesta

Promover la producción agrícola en los habitantes de la parroquia Pungalá, siendo reconocidos a nivel provincial y nacional por sus actividades, en calidad, cantidad y diversidad de productos, así también la pluralidad parroquial, para incrementar el desarrollo económico local del sector agrícola, junto a la integración de personas, tecnología, transferencia de conocimientos y la experiencia de años de trabajo.

3.3.2.3 ¿Qué hace la organización?

Se dedican a la producción de alimentos agrícolas con una diversidad de productos como hortalizas, frutas, tubérculos, granos secos y granos tiernos, entre otros, cuidados mediante procesos empíricos y técnicos, manteniendo el respeto hacia la madre tierra con la utilización de insumos nocivos para el medio ambiente y las personas.

3.3.2.4 ¿Para qué lo hace?

Para elevar el desarrollo económico local del sector agrícola, generando recursos económicos por la venta de los productos que cultivan.

3.3.2.5 ¿Con qué lo hace?

Los productores de la parroquia Pungalá cuentan con recursos humanos, tecnológicos, desarrollo del conocimiento técnico actualizado y conocimientos empíricos para el buen progreso del mismo por los años de trabajo que estas personas llevan en el sector agrícola.

3.3.2.6 ¿Cómo lo hace?

Los productores de la parroquia Pungalá producen varios tipos de productos como habas, frejol, arveja, chochos, maíz, choclo, ocas, mellocos, mashua, cebada, trigo, zanahoria, brócoli, coles, rábanos, remolacha, fresa, mora, taxo, tomate de riñón, tomate de árbol, zambo, alcachofas, pero principalmente el sector es productor neto de papas, constituyéndose así la mayoría de ellos paperos, los cuales tienen diversos procesos de siembras, aporques y cosechas, dependiendo del sector y de la modalidad o técnica aplicada para la obtención de la misma.

Estos cultivos son realizados a mano, con la ayuda de recursos humanos, animales como los ganados para los arados tradicionales y caseros, y ciertas herramientas como el azadón, la piocha, machete y tractor.

El uso y manejo de estas herramientas para el trabajo agrícola son necesarios y fundamentales, puesto que los ayudan a realizar sus cultivos de una manera más tecnificada, y en la actualidad, los nuevos productores tratan de implementar nuevos conocimientos en estos sectores, para ayudar a incrementar el número de productos cultivados, así como también generar mayores utilidades que generen mejores rentabilidades para quienes se dediquen a esta actividad.

3.3.2.7 ¿Con cuáles criterios se rige?

Los productores de la parroquia Pungalá se rige mediante valores personales como la:

- Responsabilidad y compromiso social
- Respeto
- Eficiencia
- Eficacia
- Calidad
- Competitividad

3.4 Evolución del entorno empresarial

TABLA 23-3: FACTORES CLAVES DEL MACRO-ENTORNO

IDENTIFICACIÓN DE FACTORES CLAVES DEL MACRO-ENTORNO			
Factores y sus dimensiones	Comportamiento de las variables	Impacto en los productores agrícolas de la parroquia Pungalá	Implicados
<i>Dimensión económica</i>			
E1. Inflación	Representación del 9% del PIB	Descapitalización	Productores agrícolas
E1. Recesión económica	Frena el crecimiento económico, llenando de incertidumbre para invertir en estos sectores.	Los productores tienen bajas entradas económicas por las actividades desarrolladas	Productores agrícolas
E2. Tasa de desempleo	En crecimiento	Personas desempleadas que buscan fuentes de trabajos en emprendimientos	Población en general
E3. Tasa de empleo	Decreciente	Bajo porcentaje de personas que tienen empleos seguros	Población en general
E4. Nivel de rentas	En crecimiento	Movilidad económica creciente	La población en general
<i>Dimensión político legal</i>			

PL1. Situación política	Las constantes evoluciones en políticas, hacen que se tome diferentes estrategias y el impacto sea mayor en leyes y normativas.	Cambio de políticas y procedimientos a tomar en cuestión legal.	La organización, trabajadores, clientes, proveedores y competidores.
PL2. Permisos	Normativas vigentes	Creación de carnet específicamente para productores agrícolas	Productores agrícolas
<i>Dimensión socio-cultural</i>			
SC1. Nivel cultural	En crecimiento	Implementación de nuevos conocimientos en el área de trabajo	Productores agrícolas y clientes.
SC2. Movimiento migratorio	Abandono indeterminado y en crecimiento, que buscan mejores oportunidades en otras ciudades y países	Abandono de las tierras, quedando solo personas mayores con pocas fuerzas de trabajo	La población en general
<i>Dimensión tecnológica</i>			
T1. Nuevas tecnologías	En desarrollo	Amplia línea de conocimiento	La población en general
T2. Evolución tecnológica	En constante cambio y desarrollo	Constante capacitación en los temas y modelos tecnológicos adquiridos	Nuevos productores agrícolas
<i>Dimensión medio ambiental</i>			

DA1. Nivel de contaminación	En aumento	Quiere minimizar los efectos en el medio ambiente mediante el reciclaje y el desarrollo de nuevos abonos orgánicos.	los productores agrícolas
<i>Dimensión informacional</i>			
DI1. Información adecuada sobre tecnología y mercado	En constante movimiento y cambios	Capacitaciones constantes mediante el estudio tecnológico en los nuevos productores agrícolas y la difusión correcta de la información antiguos productores.	Los productores agrícolas

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

TABLA 24-3: FACTORES CLAVES DEL MICRO-ENTORNO

IDENTIFICACIÓN DE FACTORES CLAVES DEL MICRO-ENTORNO			
Factores y sus áreas competitivas	Comportamiento de las variables	Impacto en los productores agrícolas de la parroquia Pungalá	Implicados
<i>Competidores actuales</i>			
CA1. Número de competidores	En constante crecimiento	Implementan nuevas mejoras de calidad de los productos, la asistencia al cliente, y la entrega con precios efectivos para ambas partes	Productores agrícolas y clientes
<i>Competidores potenciales</i>			
CP1. Falta de personal que se arriesgue en el sector	Las constantes migraciones hacen que solo quede personas mayores las cuales trabajan poco en el sector agrícola, ya que a los jóvenes no les gusta este tipo de trabajo	Poca producción de productos agrícolas del sector de la parroquia de Pungalá	Los productores
<i>Productos sustitutos</i>			
PS1. Número de demandas	La mayoría de la población no cambia los productos primarios alimenticios por otros, ya que son fuente	La organización debe mantener productos adecuados para las necesidades	Los productores, la competencia

	indispensable para la salud y la vida.	crecientes de los clientes, satisfaciendo los diferentes requerimientos.	y los clientes
<i>Compradores o clientes</i>			
CC1. Crecimiento de la demanda	En constante aumento, ya que todos necesitan de los principales productos alimenticios para el consumo de los diferentes hogares	Producción de una variada gama de alimentos para los hogares ecuatorianos	Los productores, la competencia y los clientes
<i>Proveedores</i>			
P1. Diferentes proveedores	Los mismos productores de la parroquia se provisionan de semillas e insumos para la producción agrícola de calidad	Generan insumos de calidad, para futuras producciones	Los productores agrícolas

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

3.4.1 Determinación de los factores estratégicos externos

3.4.1.1 Matriz de prioridades

TABLA 25-3: MATRIZ DE PRIORIDADES

PRIORIDAD DE OCURRENCIA		ALTA	MEDIA	BAJA
FACTORES	E1. Inflación	X		
	E1. Recesión económica	X		
	E2. Tasa de desempleo	X		
	E3. Tasa de empleo			X
	E4. Nivel de rentas		X	
	PL1. Situación política		X	
	PL2. Permisos	X		
	SC1. Nivel cultural	X		
	SC2. Movimiento migratorio	X		
	T1. Nuevas tecnologías	X		
	T2. Evolución tecnológica	X		
	DA1. Nivel de contaminación	X		
	DI1. Información adecuada sobre tecnología y mercado	X		
		ALTO	MEDIO	BAJO
		Probabilidad de impacto en la empresa		

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

3.4.1.2 Perfil estratégico externo (Likert)

TABLA 26-3: PERFIL ESTRATÉGICO EXTERNO

FACTOR	CLASIFICACIÓN DEL IMPACTO				
	Amenaza		Normal	Oportunidad	
	Gran Amenaza	Amenaza	Equilibrio	Oportunidad	Gran Oportunidad
E1. Inflación		●			
E1. Recesión económica		●			
E2. Tasa de desempleo					●
PL2. Permisos				●	
SC1. Nivel cultural			●		
SC2. Movimiento migratorio		●			
T1. Nuevas tecnologías				●	
T2. Evolución tecnológica				●	
DA1. Nivel de contaminación		●			
DI1. Información adecuada sobre tecnología y mercado			●		

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

3.4.1.3 Capacidades

TABLA 27-3: CAPACIDADES

CAPACIDAD DE RESPUESTA A FACTORES ESTRATÉGICOS EXTERNOS				
FACTORES	Peso del impacto		Valor de la Calificación de Respuesta	Valor Ponderado de la Respuesta
	Importancia Ponderada	Peso Específico		
Inflación	5	0,11	4	0,45
Recesión económica	4	0,09	4	0,36
Tasa de desempleo	5	0,11	4	0,45
Permisos	5	0,11	4	0,45
Nivel cultural	4	0,09	4	0,36
Movimiento migratorio	5	0,11	4	0,45
Nuevas tecnologías	4	0,09	4	0,36
Evolución tecnológica	4	0,09	4	0,36
Nivel de contaminación	4	0,09	4	0,36
Información adecuada sobre tecnología y mercado	4	0,09	4	0,36
TOTAL	44	1	-	4,00

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

La calificación del impacto tomados para el desarrollo de la tabla de capacidades fue de acuerdo a: (5) alto, (4) sobre lo normal, (3) normal, (2) bajo lo normal, (1) bajo. La suma total de la calificación del cada factor determina la importancia ponderada, para esta investigación la capacidad de respuesta a los factores estratégicos externos es de 4 lo cual se encuentra sobre lo normal.

3.4.2 Análisis interno

TABLA 28-3: ANÁLISIS INTERNO

IDENTIFICACIÓN DE FACTORES CLAVES INTERNOS			
FACTORES Y SUS FUNCIONES	COMPORTAMIENTO	IMPACTO EN LOS PRODUCTORES DE LA PARROQUIA PUNGALÁ	IMPLICADOS
Función de marketing			
M1. Falta de estudios de mercado	No se cuenta con un número determinado de clientes a quienes vender los productos.	Los productores no tienen noción del número de clientes, por lo cual producen de demasía o por el contrario producen menos.	Los productores de la parroquia Pungalá
M2. Falta de promoción y publicidad	Desconocimiento de los productos que se cultivan y cosechan en la parroquia.	Clientes desconfiados de los productos cultivados y llevados a los mercados por estos productores	Los productores de la parroquia Pungalá
M3. Amplia oferta de productos	En crecimiento	Los cliente obtendrá producto de buena calidad, tamaño y peso	Los productores de la parroquia y los clientes
Función de Producción			
P1. Falta de análisis de costos	Desconocimiento del monto exacto de	Los productores no saben aún el monto exacto a invertir por no	Los productores de la parroquia Pungalá

	inversión y precios de venta	contar con una estructura financiera de inversiones.	
P2. Falta de comparación de costos frente a la competencia	En crecimiento	Desconocen la calidad de los productos por lo que en el mercado cambian de precios	Los productores de la parroquia Pungalá
Función de Recursos Humanos			
RH1. Se cuenta con personal experimentado	Crecimiento de la tecnificación agrícola	Los nuevos productores agrícolas tratan de introducir las tecnificaciones modernas, mientras los antiguos productores aprenden e insertan nuevos conocimientos para lograr un incremento en la producción	Los nuevos y antiguos productores agrícolas
Función de Management			
Man1. Se estimula la coordinación de acciones y trabajo cooperativo (presta manos)	Los prestos manos se consideran a familiares y amigos que presten su día de trabajo por otro día de trabajo en la propiedad del que presto su trabajo; pero también se contrata a otros para que trabajen.	Los productores crecen mutuamente al compartir experiencias y técnicas.	Los productores, y trabajadores.

Función de Finanzas			
F1. Recursos económicos para financiar el valor de la producción	Los productores toman parte de sus ahorros y si no les es suficiente recurren a las instituciones financieras en el cual, solicitan créditos emergentes.	El equipamiento y montos de inversión son propios en un 50% y financiados en los otros 50%, para trabajar al 100%.	Los productores
Función de Investigación y Desarrollo			
ID1. Programa de investigación de nuevos productos	Los nuevos productores proponen técnicas y conocimientos nuevos a los agricultores conocidos.	Los antiguos productores, toman las recomendaciones y las van aplicando de a poco por si tienen una mala aplicación, poder recuperarse sin ningún problema con el resto de la producción.	Los nuevos y antiguos productores.

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

3.4.3 Determinación de los factores estratégicos internos

3.4.3.1 Matriz de prioridades

TABLA 29-3: MATRIZ DE PRIORIDADES INTERNAS

PRIORIDAD DE OCURRENCIA		ALTA	MEDIA	BAJA
FACTORES	M1. Falta de estudios de mercado	X		
	M2. Falta promoción y publicidad	X		
	M3. Amplia oferta de productos	X		
	P1. Falta de análisis de costos	X		
	P2. Falta de comparación de costos frente a la competencia	X		
	RH1. Se cuenta con personal experimentado		X	
	Man1. Se estimula la coordinación de acciones y trabajo cooperativo (presta manos)		X	
	F1. Recursos económicos para financiar el valor de la producción	X		
	ID1. Programa de investigación de nuevos productos	X		
		ALTO	MEDIO	BAJO
Probabilidad de impacto en la empresa				

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

3.4.3.2 Perfil estratégico interno (Likert)

TABLA 30-3: PERFIL ESTRATÉGICO INTERNO

FACTOR	CLASIFICACIÓN DEL IMPACTO				
	amenaza		normal	Oportunidad	
	Gran amenaza	Amenaza	equilibrio	Oportunidad	Gran Oportunidad
M1. Falta de estudios de mercado		●			
M2. Falta de promoción y publicidad			●		
M3. Amplia oferta de productos					●
P1. Falta de análisis de costos		●			
P2. Falta de comparación de costos frente a la competencia		●			
F1. Recursos económicos para financiar el valor de la producción		●			
ID1. Programa de investigación					●

de nuevos productos					
---------------------	--	--	--	--	--

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

3.4.3.3 Capacidades

TABLA 31-3: CAPACIDADES INTERNAS

CAPACIDAD DE RESPUESTA A FACTORES ESTRATÉGICOS INTERNOS				
FACTORES	Peso del impacto		Valor de la Calificación de Respuesta	Valor Ponderado de la Respuesta
	Importancia Ponderada	Peso Específico		
Falta de estudios de mercado	5	0,26	4	1,05
Falta promoción y publicidad	5	0,26	4	1,05
Amplia oferta de productos	5	0,26	5	1,32
Falta de análisis de costos	4	0,21	5	1,05
Falta de comparación de costos frente a la competencia	4	0,21	4	0,84
Recursos económicos para financiar el valor de la producción	4	0,21	4	0,84
Programa de investigación de nuevos productos	3	0,16	5	0,79
TOTAL	30	2	31	4,46

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

La calificación del impacto para la tabla de capacidades fue de acuerdo a: (5) alto, (4) sobre lo normal, (3) normal, (2) bajo lo normal, (1) bajo. La suma total de la calificación de cada factor determina la importancia ponderada.

En el cual se describe que la ponderación total fue de 4.46 lo cual denota que se encuentra sobre lo normal, en tanto a los parámetros permitidos, pronosticando capacidades sobresalientes.

3.4.4 Pronosticación

TABLA 32: PRONOSTICACIÓN

FACTORES	LISTADO DE LOS FACTORES DETERMINANTES PARA EL ÉXITO DE LA EMPRESA	ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO ACTUAL Y PRONOSTICACIÓN		DETERMINACIÓN DEL MOMENTO LÍMITE CRÍTICO QUE REQUIERE CAMBIO					
	CALIFICACIONES	COMPORTAMIENTO ACTUAL	¿QUÉ PASARÍA SI...?	MOMENTO LÍMITE CRÍTICO					
				Inmed.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Más de 4 Años
EXTERNOS									
Inflación	5	Se encuentra en crecimiento	Si la inflación se mantiene en crecimiento esta impedirá la asignación eficiente de recursos, lo cual disminuirá aún más el crecimiento económico.	X	X	X	X	X	X
Recesión económica	4	Se encuentra decreciente	Si se mantiene en declive, la economía del país no alcanzará para ninguna asignación de recurso y entraremos en depresión económica.	X	X	X	X	X	X
Tasa de desempleo	5	Se encuentra en crecimiento	Si se mantiene en crecimiento es posible que el país entero entre en un periodo crítico, en el cual la salida sea tener grandes números de migración y abandono de grandes sectores productivos por la falta de recursos para la compra de insumos.	X	X	X	X	X	X
Permisos	3	Permite a los productores vender sus productos en el mercado libremente, asegurando la propiedad de los productos.	Si se controla estos permisos como el uso de carnet, los productores podrán vender libremente en los diferentes mercados.		X	X	X	X	X
Nivel cultural	3	Se encuentra en constante cambio y evolución	Sí se incrementa, es de gran aprovechamiento para obtener mejores resultados productivos para la sociedad en general	X	X	X	X	X	X
Movimiento migratorio	4	Se encuentra en crecimiento	Si aumentase los casos migratorios, sobre todo del campo a la ciudad, las tierras agrícolas quedarán desérticas, reduciendo los niveles de productividad de la zona.		X	X	X	X	X
Nuevas tecnologías	3	Se encuentra en evolución	Sí se incrementa el nivel tecnológico, la sociedad se desarrollará de mejor manera, dentro de todos los ámbitos competitivos y de calidad.		X	X	X	X	X
Evolución tecnológica	4	En constante cambio y desarrollo	Si continua con las evoluciones agrícolas, se podrán obtener productos de mejor calidad, incentivando la competitividad.	X	X	X	X	X	X
Nivel de contaminación	3	En crecimiento	Si se mejora los procesos productivos, a partir de reducir la utilización de químicos para los productos y tratar de contaminar menos los ríos, estos factores favorecerán al incremento de la productividad agrícola de la parroquia.	X	X	X	X	X	X

Información adecuada sobre tecnología y mercado	4	Permite una mayor facilidad para acceder a la información y acelerar el desarrollo social.	Sí se mueve al ritmo que lo hace, propiciara la aparición de un nuevo hábito agrícola.	X	X	X	X	X	X
INTERNOS									
Falta de estudios de mercado	4	Perdida de la situación de precios del mercado.	Si se tuviera un cronograma de precios por calidades, el mercado fuera más equilibrado.		X	X	X	X	X
Falta promoción y publicidad	4	La parroquia Pungalá y sus productores desconocen de las diferentes fuentes de promoción y publicidad que pueden aplicar.	Si promovieran y dieran a conocer más sobre la parroquia, está fuera reconocida, como las parroquias vecinas de Cebadas, San Luís, entre otros.	X	X	X	X	X	X
Amplia oferta de productos	5	Los productores de la parroquia Pungalá, insertan nuevos productos a sus actividades de cultivos.	Si se incrementa la producción con la diversidad de alimentos, los productores tendrán productos competitivos para todos los años.	X	X	X	X	X	X
Falta de análisis de costos	4	Los productores de la parroquia Pungalá, no cuentan con una estructura de inversiones.	Si contaran con una asesoría adecuada en cuanto a montos y tipos de inversión agrícola, estabilizaría la economía de los productores.	X	X	X	X	X	X
Falta de comparación de costos frente a la competencia	4	Cada día las provincias competidoras generan mejores resultados en producción	Sí los productores de la parroquia Pungalá, mantuvieran una excelente gana de productos en variedad, tendrían y una noción más acertada en cuanto a los precios que la competencia vende, y poder competir contra ellos.	X	X	X	X	X	X
Recursos económicos para financiar el valor de la producción	5	De acuerdo a los problemas económicos con la cual atravesamos en el país, los productores se han visto en la necesidad de financiarse de alguna manera.	Si los productores, generaran mejores productos, podrían estar al alcance de competir no solo con otros productos de las provincias vecinas, sino que se podría competir ante otros países, generando desarrollo económico para todo el país.	X	X	X	X	X	X
Programa de investigación de nuevos productos	3	En un mercado tan competitivo como el actual, es indispensable ser líderes en la variedad de productos disponibles para la venta y distribución, marcando la diferencia con otros competidores que mantienen productos similares.	La parroquia Pungalá al tener los mismos productos que los competidores, debe diferenciarse con calidad, tamaño y peso justo.	X	X	X	X	X	X
SUMA	67								

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

La calificación del impacto para la tabla de pronosticación fue desarrollada según la escala de: 5 – Alto 4 – Sobre lo Normal 3 – Normal 2 – Bajo lo Normal 1 – Pobre. Selección de aquellos que hayan alcanzado mayor valor.

3.5 Formulación estratégica

3.5.1 Visión

Consolidar a la parroquia Pungalá como una de las parroquias líderes en la venta y distribución de los principales productos agrícolas de la provincia de Chimborazo, manteniendo el apoyo social, mediante la difusión de valores y calidad de servicio, así como, ayudar a la dinamización económica de la zona y del país, asumiendo la responsabilidad con todos los productores agrícolas a partir de la creación de compromisos con la población en general.

3.5.2 El problema y la solución estratégicos generales

Para el diseño del problema estratégico general de los productores agrícolas de la Parroquia Pungalá, se analizó sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas en la siguiente matriz ADFO.

TABLA 33-3: ANÁLISIS ADFO

A	<p>Si se mantienen las amenazas de:</p> <ul style="list-style-type: none">- Incremento de la competencia.- Fluctuación de precios en el mercado.- Abandono de la actividad agrícola por otra como la ganadería.- Incremento del uso y abuso de químicos y fungicidas.- Falta de recursos para la creación de canales de riego.- Ausencia de ayudas de entidades gubernamentales y no gubernamentales.- Ausencia de ayuda de la comisión de producción de la junta parroquial.- Cambios climáticos drásticos.- Disminución de la comercialización por falta de la variedad de productos.- Disminución en la comercialización debido a los fuertes precios que cobran el transporte de los productos hacia los diferentes mercados y clientes potenciales.
----------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de cumplimiento de políticas agrarias de parte de los funcionarios encargados.
<p>D</p>	<p>Considerando las debilidades de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Variedad de productos y tamaños (diversidad de productos agrícolas en más zonas de la parroquia Pungalá). - Falta de capital de inversión. - Calidad de los productos agrícolas - Desconocimiento exacto por nuevas técnicas de producción agrícola. - Perdida de técnicas empíricas en cuanto a procesos de preparación de tierras, generando pérdidas de suelos ricos en nutrientes y minerales. - Deserción del valor agregado en los productos de la parroquia Pungalá. - Perdida del interés por la producción agrícola debido a la baja rentabilidad que en ella se obtiene. - Aumento de la migración interna (dentro del territorio ecuatoriano) y externa (fuera del país). - Envejecimiento de la población agrícola. - Escases de mano de obra, por la eventualidad del empleo. - Falta de educación agrícola en las nuevas generaciones de la parroquia Pungalá. - Falta de aprovechamiento de recurso renovables de la parroquia Pungalá. - Baja competitividad, por falta de mecanismos y técnicas de producción agrícola. - Baja comercialización de productos estrellas (papas, hortalizas y frutas). - escases de personal cualificado y profesionalización en el sector agrícola de la parroquia Pungalá. - Servicios deficientes (calidad de producción, acceso a carreteras, sistemas de riego y otros).

	<ul style="list-style-type: none"> - Implementación de abonos y fungicidas dañinos para el medio ambiente y la salud de los productores. - Desconocimiento de estructuras de inversión agrícolas.
<p>F</p>	<p>A pesas de disponer de fortalezas como:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Implementación de nuevos productores agrícolas preparados de la parroquia Pungalá. - Producción agrícola con insumos tradicionales (abonos orgánicos y fungicidas naturales). - Implementación de una variedad de productos agrícolas con calidad. - Conciencia de las diversas necesidades de incorporar nuevas técnicas y herramientas agrícolas. - Producción de calidad - La parroquia se encuentra inmersa en la producción de nuevos productos agrícolas. - Gran capacidad de mano de obra (hombre y mujeres trabajan por igual, al disponer de los mismos conocimientos). - La parroquia Pungalá cuenta con grandes afluentes de ríos, los mismos que pueden ser canalizados para crear nuevos sistemas de riego. - Incorporación de nuevos productores, conocedores de la producción agrícola. - Precios justos para los clientes. - La parroquia cuenta con atractivos turísticos como rutas de caminatas, sitios de escalada, miradores y otros. - Implementación de nuevas rutas turísticas. - La parroquia Pungalá es rica en cultura y tradiciones, en la cual pueden disfrutar entre familia y amigos.

O	<p>No se lograrán aprovechar las oportunidades de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Implementación de residuos, aprovechando los subproductos agrícolas y ganaderos de la parroquia. - Incremento de la demanda de productos agrícolas en los diferentes mercados y entre los mismos habitantes de la zona y parroquias aledañas. - Condiciones agronómicas y ambientales apropiados para el desarrollo de la agricultura. - Generación de empleo productivo, transformacional y comercialización de productos agrícolas. - Incremento de la demanda de producción con valores añadidos. - Habilidades productivas de los nuevos y antiguos productores agrícolas. - Generación de ingresos a partir de la actividad agrícola. - Crecimiento del interés por el consumo de productos saludables, seguras y orgánicos, respetuosa con el medio ambiente. - Aprovechamiento de nuevas técnicas agrícolas, así también la implementación de herramientas y maquinarias nuevas. - Parroquia rica en tradición y cultura, promoviendo el crecimiento del sector turístico para dar a conocer un poco más Pungalá.
----------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

Mientras que para el diseño de la solución estratégica general para los productores agrícolas de la Parroquia Pungalá, se tomó en consideración la matriz de análisis FODA.

TABLA 34-3: MATRIZ FODA

F	<p>Es necesario aprovechar las fortalezas de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Implementación de nuevos productores agrícolas preparados de la parroquia Pungalá.
----------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<ul style="list-style-type: none"> - Producción agrícola con insumos tradicionales (abonos orgánicos y fungicidas naturales). - Implementación de una variedad de productos agrícolas con calidad. - Conciencia de las diversas necesidades de incorporar nuevas técnicas y herramientas agrícolas. - Producción de calidad - La parroquia se encuentra inmersa en la producción de nuevos productos agrícolas. - Gran capacidad de mano de obra (hombre y mujeres trabajan por igual, al disponer de los mismos conocimientos). - La parroquia Pungalá cuenta con grandes afluentes de ríos, los mismos que pueden ser canalizados para crear nuevos sistemas de riego. - La incorporación de nuevos productores, conocedores de la producción agrícola. - Precios justos para los clientes. - La parroquia cuenta con atractivos turísticos como rutas de caminatas, sitios de escalada, miradores y otros. - La implementación de nuevas rutas turísticas. - La parroquia Pungalá es rica en cultura y tradiciones, en la cual pueden disfrutar entre familia y amigos.
<p>O</p>	<p>Para maximizar la utilización de oportunidades de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La implementación de residuos, aprovechando los subproductos agrícolas y ganaderos de la parroquia. - Incremento de la demanda de productos agrícolas en los diferentes mercados y entre los mismos habitantes de la zona y parroquias aledañas. - Condiciones agronómicas y ambientales apropiados para el desarrollo de la agricultura.

	<ul style="list-style-type: none"> - La generación de empleo productivo, transformacional y comercialización de productos agrícolas. - Incremento de la demanda de producción con valores añadidos. - Implementación de habilidades productivas de los nuevos y antiguos productores agrícolas. - Generación de ingresos a partir de la actividad agrícola. - Crecimiento del interés por el consumo de productos saludables, seguros y orgánicos, respetuosa con el medio ambiente. - Aprovechamiento de nuevas técnicas agrícolas, así también la implementación de herramientas y maquinarias nuevas. - Parroquia rica en tradición y cultura, promoviendo el crecimiento del sector turístico para dar a conocer un poco más Pungalá.
<p>A</p>	<p>Reduciendo las amenazas como:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El incremento de la competencia. - La fluctuación de precios en el mercado. - El abandono de la actividad agrícola por otra como la ganadería. - El incremento del uso y abuso de químicos y fungicidas. - La falta de recursos para la creación de canales de riego. - La ausencia de ayudas de entidades gubernamentales y no gubernamentales. - La ausencia de ayuda de la comisión de producción de la junta parroquial. - Los cambios climáticos drásticos. - La disminución de la comercialización por falta de la variedad de productos. - La disminución en la comercialización debido a los fuertes precios que cobran el transporte de los productos hacia los diferentes mercados y clientes potenciales. - La falta de cumplimiento de políticas agrarias de parte de los funcionarios encargados.
<p>D</p>	<p>Posibilitando la minimización de las debilidades de:</p>

- La variedad de productos y tamaños (diversidad de productos agrícolas en más zonas de la parroquia Pungalá).
- La falta de capital de inversión
- La calidad de los productos agrícolas
- Del desconocimiento exacto por nuevas técnicas de producción agrícola.
- De la pérdida de técnicas empíricas en cuanto a procesos de preparación de tierras, generando pérdidas de suelos ricos en nutrientes y minerales.
- La deserción del valor agregado en los productos de la parroquia Pungalá.
- La pérdida del interés por la producción agrícola debido a la baja rentabilidad que en ella se obtiene.
- El aumento de la migración interna (dentro del territorio ecuatoriano) y externa (fuera del país).
- El envejecimiento de la población agrícola.
- La pérdida de la mano de obra, por la eventualidad del empleo.
- La falta de educación agrícola en las nuevas generaciones de la parroquia Pungalá.
- La falta de aprovechamiento de recursos renovables de la parroquia Pungalá.
- La baja competitividad, por falta de mecanismos y técnicas de producción agrícola.
- La baja comercialización de productos estrellas (papas, hortalizas y frutas).
- El reducido número de personal cualificado y profesionalización en el sector agrícola de la parroquia Pungalá.
- Los servicios deficientes (calidad de producción, acceso a carreteras, sistemas de riego y otros).
- La implementación de abonos y fungicidas dañinos para el medio ambiente y la salud de los productores.
- El desconocimiento de estructuras de inversión agrícolas.

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

3.5.3 Uso de la matriz FODA para diseñar el problema y la solución estratégicos generales.

En esta sección, se califican aquellos factores que se hayan tomado en cuenta en la matriz FODA, las mismas que se calificó de acuerdo al grado de intensidad de la relación existentes entre cada factor, utilizando para ellos la escala de calificación de (5) alta, (4) media baja, (3) media, (2) baja y (1) nula; al sumar los valores de cada columna comprendida entre fortalezas y debilidades y la suma de las filas de oportunidades y amenazas, se selecciona el promedio de filas y columnas, en el cual los factores con valores superiores a los tres puntos, considerados de acuerdo al rango medio, se toman en cuenta. Para ello se ilustra en la siguiente tabla los rangos determinados:

TABLA 35-3: CALIFICACIÓN DE FACTORES ESTRATÉGICOS

FACTORES EXTERNOS		FORTALEZAS (F)													DEBILIDADES (D)													SUMA	PROM.			
		F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12	F13	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8	D9	D10	D11	D12	D13			D14	D15	D16
OPORTUNIDADES	O1	5	4	5	3	4	5	5	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	5	4	5	5	3	4	111	3,83
	O2	4	5	4	2	5	4	3	5	2	4	3	3	4	3	1	1	4	4	5	5	4	3	4	3	5	5	3	4	5	107	3,69
	O3	1	4	2	3	1	3	2	3	4	3	3	1	5	4	5	1	5	4	2	2	1	2	4	1	5	4	2	1	5	83	2,86
	O4	3	5	3	5	3	3	1	4	3	3	2	2	2	3	4	2	1	3	1	3	2	3	2	3	4	1	5	2	5	83	2,86
	O5	4	4	5	4	4	4	5	5	1	3	3	4	4	1	3	3	5	1	3	1	5	1	5	2	1	2	1	3	1	88	3,03
	O6	5	3	3	1	2	4	1	3	3	4		3	3	5	1	1	2	4	4	4	3	2	1	4	2	3	3	2	2	78	2,69
	O7	4	4	2	2	5	3	4	3	4	3	3	1	1	1	4	5	1	5	2	2	1	5	3	5	3	1	1	2	3	83	2,86
	O8	3	1	4	3	2	5	3	4	5	4	1	3	4	2	5	2	2	2	5	3	4	3	4	2	4	4	2	3	1	90	3,10
	O9	5	3	3	2	5	3	3	5	3	3	2	2	3	4	2	1	3	3	3	5	2	1	5	1	1	2	1	1	3	80	2,76
	O10	4	4	3	3	1	4	4	4	1	3	3	4	4	3	4	3	1	1	1	2	2	4	1	4	2	5	2	2	5	84	2,90
AMENAZAS	A1	3	5	4	5	5	4	2	4	3	3	4	5	5	1	5	4	4	2	5	4	3	2	2	3	3	3	2	4	2	101	3,48
	A2	4	3	4	2	3	3	5	3	2	4	5	3	2	2	3	2	1	3	3	2	1	3	3	4	3	1	1	3	3	81	2,79
	A3	5	4	2	1	4	3	3	3	5	3	2	1	1	1	5	2	3	1	4	3	2	5	4	2	1	4	2	5	4	85	2,93
	A4	5	5	3	4	2	4	2	5	1	4	1	2	4	3	2	1	5	2	2	1	4	1	5	3	2	2	1	1	2	79	2,72
	A5	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	1	3	2	4	1	3	5	3	3	3	5	1	5	2	4	3	88	3,03
	A6	3	3	2	4	3	5	3	3	2	5	2	4	5	3	4	3	5	3	1	3	4	1	1	4	3	3	5	5	4	96	3,31
	A7	4	2	3	1	4	4	3	5	4	3	3	2	4	1	1	4	1	1	3	2	5	2	4	1	4	1	3	2	2	79	2,72
	A8	5	4	4	3	1	5	2	5	1	3	5	3	2	4	2	3	3	3	1	1	3	1	2	3	1	5	2	4	3	84	2,90
	A9	1	1	3	2	5	5	3	3	5	4	1	1	3	5	1	4	4	4	3	5	1	3	2	1	3	2	2	3	5	85	2,93
	A10	3	3	5	3	4	3	1	4	2	3	3	4	4	2	3	3	5	1	5	3	2	1	3	5	1	5	4	5	3	93	3,21
	A11	4	5	3	4	3	4	4	3	1	5	4	2	2	3	4	5	5	2	4	2	3	3	1	3	2	3	2	3	5	94	3,24
SUMA	77	75	70	60	69	81	62	82	58	73	58	56	68	56	65	55	68	53	64	61	58	53	62	64	55	66	51	62	70			
PROMEDIO	3,67	3,57	3,33	2,86	3,29	3,86	2,95	3,90	2,76	3,48	2,76	2,67	3,24	2,67	3,10	2,62	3,24	2,52	3,05	2,90	2,76	2,52	2,95	3,05	2,62	3,14	2,43	2,95	3,33			

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

3.6 Diseño de los objetivos

3.6.1 Derivación de los objetivos

Para alcanzar la propuesta de la misión antes planteada se estipula primero dar cumplimiento a los siguientes objetivos específicos, esperando lograr exitosamente el objetivo general.

3.6.1.1 Objetivo general

Desarrollar una Planificación estratégica para la comercialización de productos agrícolas mediante la valoración financiera de los sistemas productivos de los pequeños agricultores de la parroquia Pungalá, provincia de Chimborazo, hacia la óptima toma de decisiones que incremente las utilidades del productor minimizando el monto de los altos costos de inversión.

3.6.1.2 Objetivos específicos:

- Determinar los mercados de mayor actividad económica para la comercialización de productos agrícolas valorando financieramente los diferentes sistemas de producción mediante un diagnóstico de comercio y transporte utilizados en los productos agrícolas de la Parroquia.
- Evaluar y documentar el desarrollo de la planificación estratégica, para el impulso de la agricultura en los pequeños productores, mediante la comparación de la producción con ayuda de los distintos elementos que componen un plan estratégico.
- Identificar las mejores estrategias de planificación con un proceso metodológico que ayude al incremento de las utilidades, limitando una máxima inversión en la producción.
- Presentar las mejores alternativas para la implementación de la planificación estratégica para la comercialización de productos agrícolas en los productores de la Parroquia Pungalá.

3.6.1.3 Metas propuestas:

- Posicionarse como una de las grandes parroquias agrícolas de la provincia de Chimborazo

- Producir una amplia oferta de productos agrícolas que estén disponibles para la venta durante todo el año.
- Abrir nuevas fuentes de trabajo en la zona.
- Generar liquidez y solvencia económica para los productores agrícola y toda la población en general.
- Diseñar e implementar el uso de las redes sociales para promocionar y difundir la línea de productos de la parroquia Pungalá.

3.7 Diseño de las estrategias

3.7.1 Alternativas estratégicas

TABLA 36-3: ALTERNATIVAS ESTRATÉGICAS

ESTRATEGIAS FO	<p>F1: Implementación de nuevos productores agrícolas preparados de la parroquia Pungalá.</p> <p>O1: Implementación de residuos, aprovechando los subproductos agrícolas y ganaderos de la parroquia.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aprovechando la posibilidad de implementar residuos de los subproductos y la ganadería, los nuevos productores agrícolas mediante la implementación de nuevas formas de cultivo, pueden desarrollar abonos orgánicos para la preparación de la tierra. <p>F2: Producción agrícola con insumos tradicionales (abonos orgánicos y fungicidas naturales).</p> <p>O2: Incremento de la demanda de productos agrícolas en los diferentes mercados y entre los mismos habitantes de la zona y parroquias aledañas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - A partir de la oportunidad del incremento de la demanda, y aprovechando que la parroquia puede introducir nuevos productos orgánicos a base de abonos y fungicidas naturales pueden crear productos más nutritivos y saludables para quienes la consuman. <p>F3: Implementación de una variedad de productos agrícolas con calidad.</p> <p>O5: Incremento de la demanda de producción con valores añadidos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - A partir del incremento de la demanda de productos con valor agregada, se puede introducir gran variedad de productos para el consumo de la población en general, mediante la implementación de procesos orgánicos con la reducción de fertilizantes, para que no se pierda los valores nutricionales de cada producto. <p>F6: La parroquia se encuentra inmersa en la producción de nuevos productos agrícolas.</p>
-----------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

O8: Crecimiento del interés por el consumo de productos saludables, seguras y orgánicos, respetuosa con el medio ambiente.

- Hoy en día, los clientes prefieren productos libres de químicos por la gran cantidad de enfermedades que se desarrollan a partir de lo que se consume, por ello es importante crear productos saludables con elementos amigables con el medio ambiente.

D2: La falta de capital de inversión

O1: Implementación de residuos, aprovechando los subproductos agrícolas y ganaderos de la parroquia.

- Los productores agrícolas deben reducir la falta de capital para inversión en abonos químicos, aprovechando la existencia de animales en el sector, con la utilización del excremento de animales como el cuy, conejo, gallinas, ganado, borregos y otros, ya que estos fertilizan las tierras de una manera natural sin recurrir a procesos que sean contaminantes y dañinas para la salud de los suelos.

D4: Del desconocimiento exacto por nuevas técnicas de producción agrícola.

O2: Incremento de la demanda de productos agrícolas en los diferentes mercados y entre los mismos habitantes de la zona y parroquias aledañas.

- Los productores agrícolas de Pungalá, deben buscar nuevas fuentes de conocimiento en producción agrícola, insertando a sus rutinas agrícolas el uso de nuevas maquinarias que ayuden a reducir tiempo y esfuerzo humano, para aprovechar al máximo el crecimiento de la demanda en el sector y la región en general.

D6: Deserción del valor agregado en los productos de la parroquia Pungalá.

O5: Habilidades productivas de los nuevos y antiguos productores agrícolas.

- Aprovechando las distintas habilidades que se insertan en el desarrollo productivo de la tierra, debemos crear valores agregados como distribuirlos con el peso completo, en envases limpios, empaques con sellos y logos parroquiales, productos bien clasificados y otros.

D11: Falta de educación agrícola en las nuevas generaciones de la parroquia Pungalá.

O8: Crecimiento del interés por el consumo de productos saludables, seguras y orgánicos, respetuosa con el medio ambiente.

- Mientras el mundo avanza en el descubrimiento de nuevos conocimientos sociales, culturales y tecnológicos, la humanidad también se preocupa por mantenerse saludables y evitar las diversas enfermedades que aparecen día a día, por ello es indispensable insertar en los promotores de la vida la educación agrícola, la cual

este inmersa como una asignatura en cada establecimiento educativo, para que tenga una noción de la diversidad alimentaria disponible a nuestro alrededor.

ESTRATEGIAS FA

F8: La parroquia Pungalá cuenta con grandes afluentes de ríos, los mismos que pueden ser canalizados para crear nuevos sistemas de riego.

A1: El incremento de la competencia.

- El sector productivo de la parroquia Pungalá puede desarrollar mejor sus cultivos mediante el uso de los afluentes creando rutas de riego, los cuales se derriben de los diferentes ríos que tiene alrededor de la parroquia, por otro lado, al tener mayor productividad, la parroquia tendrá capacidad para competir con otros sectores agrícolas.

F10: Precios justos para los clientes.

A5: La falta de recursos para la creación de canales de riego.

- Las deficiencias económicas que se tiene con el recorte del presupuesto de para la parroquia, no han permitido gestionar los diferentes trabajos para ayuda, uso y beneficio de los productores en lo que respecta a canales de riego, entrega de semillas, entrega de herramientas agrícolas, entre otros, que serían de gran ayuda para minimizar las arduas tareas de trabajo que se tiene por falta de estos recursos, para aprovechar a cada instante los precios que se tiene en el mercado al momento de la venta.

F13: La parroquia Pungalá es rica en cultura y tradiciones, la cual se puede disfrutar entre familia y amigos.

A6: La ausencia de ayudas de entidades gubernamentales y no gubernamentales.

- La parroquia Pungalá al ser un lugar lleno de diversidad y pluralidad étnica, puede crear fuentes de publicidad para que lo visiten propios y extranjeros, los mismo que incentivarán el crecimiento económico local, a la vez las diferentes organizaciones tanto del Estado como las ONG, pueden invertir en esta zona, ya que se tiene diferentes sectores de desarrollo económico, al cual le podrían apostar.

ESTRATEGIAS DA

D13: La baja competitividad, por falta de mecanismos y técnicas de producción agrícola.

A10: La disminución en la comercialización debido a los fuertes precios que cobran el transporte de los productos hacia los diferentes mercados y clientes potenciales.

- Para la comercialización exitosa y que todos los automotores sean estos propios o por alquiler, deben tener carreteras con accesos adecuados y amplios, para evitar accidentes y el transporte sea eficiente y eficaz.

D16: El desconocimiento de estructuras de inversión agrícolas.

A11: La falta de cumplimiento de políticas agrarias de parte de los funcionarios encargados.

- El recorte presupuestario parroquial ha hecho que los trabajos de cooperación hacia el sector agrícola se paraliquen, además de que los productores no cuentan con una buena estructura de inversión con el cual puedan observar las fluctuaciones de las

ganancias o pérdidas que se tengan durante el desarrollo de sus actividades, por lo cual se requiere que las autoridades parroquiales creen estructuras de financiamiento a través de implementar equipos de trabajos que lo conformen estudiante que realicen tareas de investigación y recopilación de información, en el cual ganan las dos partes.

F1: Implementación de nuevos productores agrícolas preparados de la parroquia Pungalá.

O1: Implementación de residuos, aprovechando los subproductos agrícolas y ganaderos de la parroquia.

D13: La baja competitividad, por falta de mecanismos y técnicas de producción agrícola.

A10: La disminución en la comercialización debido a los fuertes precios que cobran el transporte de los productos hacia los diferentes mercados y clientes potenciales.

ESTRATEGIA DAFO 1

- Aprovechando que la educación es un medio de superación, los jóvenes Pungaleños han decidido estudiar en las diferentes ramas especializadas para ayudar al desarrollo de la parroquia, mediante la implementación de los conocimientos con el uso y aprovechamiento de las diferentes técnicas y modalidades de cultivo, trabajando conjuntamente los nuevos productores junto a los antiguos, minimizando las falencias competitivas, incrementando el número de productos dispuestos para la venta en los diferentes mercados, por los cuales se podrán optar por pagar el transporte de acuerdo a la cantidad generada, en post de la ayuda del crecimiento económico de toda la población.

F2: Producción agrícola con insumos tradicionales (abonos orgánicos y fungicidas naturales).

O2: Incremento de la demanda de productos agrícolas en los diferentes mercados y entre los mismos habitantes de la zona y parroquias aledañas.

D16: El desconocimiento de estructuras de inversión agrícolas.

A11: La falta de cumplimiento de políticas agrarias de parte de los funcionarios encargados.

ESTRATEGIA DAFO 2

- Aprovechando el incremento de la demanda de productos agrícolas, los representantes parroquiales deben integrar en equipos de trabajos a los estudiantes que cursar los últimos semestres de educación superior y bachillerato, quienes estén cursando las etapas de trabajos investigativos y cursos pre-profesionales, los cuales pueden ayudar a los productores a crear estructuras financieras para invertir correctamente de acuerdo al área y producto que desean crear.

F3: Implementación de una variedad de productos agrícolas con calidad.

O5: Incremento de la demanda de producción con valores añadidos.

D6: Deserción del valor agregado en los productos de la parroquia Pungalá.

A6: La ausencia de ayudas de entidades gubernamentales y no gubernamentales.

ESTRATEGIA DAFO 3

- Es evidente que la poca producción que se ha mantenido entre los productores de la parroquia Pungalá, ha desatado la ausencia de las ayudas de las entidades gubernamentales para la mayoría de la población, por ellos es necesario crear valores agregados en la parroquia a través de la publicidad y presentación de la mismo en fuentes electrónicos como páginas de redes sociales, medios televisivos, radiales y otras fuentes de información como revistas de emprendedores, periódicos, gigantografías y otros. Motivando a propios y extranjeros a visitar el sitio, generando interés turístico e inversiones para el sector.

F6: La parroquia se encuentra inmersa en la producción de nuevos productos agrícolas.

O8: Crecimiento del interés por el consumo de productos saludables, seguras y orgánicos, respetuosa con el medio ambiente.

D11: Falta de educación agrícola en las nuevas generaciones de la parroquia Pungalá.

A1: El incremento de la competencia.

ESTRATEGIA DAFO 4

- La falta de conocimientos sobre los sectores productivos de la economía de un Estado es muy grande, sobre todo en los estudiantes de los sectores rurales, por lo que es necesario incluirlos en las rutinas de estudios de los niños y jóvenes quienes se educan en las diferentes instituciones alrededor de la parroquia, ya que ellos conocen de cerca, aquellos productos que sus familias cultivan y pueden llegar a cultivar en el largo plazo, incentivando la cultura agraria y manteniendo los saberes productivos ancestrales, los cuales incentivarán a construir mejores técnicas y nuevos conocimientos para estas áreas.

F8: La parroquia Pungalá cuenta con grandes afluentes de ríos, los mismos que pueden ser canalizados para crear nuevos sistemas de riego.

O13: Parroquia rica en tradición y cultura, promoviendo el crecimiento del sector turístico para dar a conocer un poco más Pungalá.

D4: Del desconocimiento exacto por nuevas técnicas de producción agrícola.

A5: La falta de recursos para la creación de canales de riego.

ESTRATEGIA DAFO 5

- La parroquia Pungalá al contar con la diversidad de ríos, pueden desarrollar nuevos canales de riego, para cubrir en parte el sistema de entubación de agua de riego, el cual resulta costoso y por ello no se lo ha implementado gran parte del sector, por otro lado, se puede crear pozos de agua los mismo que podrían ser utilizados por

aspersores, también se puede implementar el uso de las semillas resilientes (resistentes al calor y a la sequía) complementando la falta de agua en zonas de difícil acceso para el agua.

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

Para lograr todo lo referido dentro del diseño de las alternativas estratégicas, dando cumplimiento a cada caso de análisis se toma en cuenta la implementación del siguiente cuadro, con la previa determinación de las mejores alternativas.

3.7.2 Procedimiento de la calificación para la evaluación de las estrategias

Gracias a la determinación de las mejores alternativas estratégicas para implementar en la parroquia Pungalá entre los pequeños agricultores, se puede desarrollar la siguiente tabla de calificaciones en el cual se toma en cuenta las escalas de 5 puntos para denominar la excelencia y 1 punto para denominar aquella alternativa pobre entre los criterios creados, el mismo que tendrá una calificación que determine cuan rentable será la implementación es estas alternativas en las actividades de los productores.

TABLA 37-3: CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTRATÉGICA

ESTRATEGIA		CRITERIOS PARA EVALUAR ESTRATEGIAS						RESULTADOS		
		EFICIENCIA	VELOCIDAD DE IMPLEMENTACIÓN	COSTO	CONCORDANCIA CON POLITICA GENERAL	EFFECTOS COLATERALES	IMPACTO ECONÓMICO EN LA EMPRESA	IMPÁCTO ECOLÓGICO EN LA EMPRESA	SUMA	PROMEDIO
A	Aprovechando que la educación es un medio de superación, los jóvenes Pungaleños han decidido estudiar en las diferentes ramas especializadas para ayudar al desarrollo de la parroquia, mediante la implementación de los conocimientos con el uso y aprovechamiento de las diferentes técnicas y modalidades de cultivo, trabajando conjuntamente los nuevos productores junto a los antiguos, minimizando las falencias competitivas, incrementando el número de productos dispuestos para la venta en los diferentes mercados, por los cuales se podrán optar por pagar el transporte de acuerdo a la cantidad generada, en post de la ayuda del crecimiento económico de toda la población.	5	4	5	4	3	3	3	27	3,86
B	Aprovechando el incremento de la demanda de productos agrícolas, los representantes parroquiales deben integrar en equipos de trabajos a los estudiantes que cursar los últimos semestres de educación superior y bachillerato, quienes estén cursando las etapas de trabajos investigativos y cursos pre-profesionales, los cuales pueden ayudar a los productores a crear estructuras financieras para invertir correctamente de acuerdo al área y producto que desean crear.	4	5	4	4	4	4	4	29	4,14

C	Es evidente que la poca producción que se ha mantenido entre los productores de la parroquia Pungalá, ha desatado la ausencia de las ayudas de las entidades gubernamentales para la mayoría de la población, por ellos es necesario crear valores agregados en la parroquia a través de la publicidad y presentación de la mismo en fuentes electrónicos como páginas de redes sociales, medios televisivos, radiales y otras fuentes de información como revistas de emprendedores, periódicos, gigantografías y otros. Motivando a propios y extranjeros a visitar el sitio, generando interés turístico e inversiones para el sector.	4	5	4	4	3	4	3	27	3,86
D	La falta de conocimientos sobre los sectores productivos de la economía de un Estado es muy grande, sobre todo en los estudiantes de los sectores rurales, por lo que es necesario incluirlos en las rutinas de estudios de los niños y jóvenes quienes se educan en las diferentes instituciones alrededor de la parroquia, ya que ellos conocen de cerca, aquellos productos que sus familias cultivan y pueden llegar a cultivar en el largo plazo, incentivando la cultura agraria y manteniendo los saberes productivos ancestrales, los cuales incentivarán a construir mejores técnicas y nuevos conocimientos para estas áreas.	4	5	4	4	4	4	3	28	4,00
E	La parroquia Pungalá al contar con la diversidad de ríos, pueden desarrollar nuevos canales de riego, para cubrir en parte el sistema de entubación de agua de riego, el cual resulta costoso y por ello no se lo ha implementado gran parte del sector, por otro lado, se puede crear pozos de agua los mismo que podrían ser utilizados por aspersores, también se puede implementar el uso de las semillas resilientes (resistentes al calor y a la sequía) complementando la falta de agua en zonas de difícil acceso para el agua.	5	5	4	4	4	4	3	29	4,14

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

3.8 Presentación de una idea de proyecto incorporada a un plan estratégico empresarial

3.8.1 Antecedentes

Los diferentes elementos del diagnóstico estratégico sirven como respuesta para elevar las capacidades empresariales mediante el uso de las oportunidades que el mercado ofrece para minimizar las debilidades en pos de maximizar las fortalezas internas y externas reduciendo al máximo las amenazas que se generan día a día con el continuo surgimiento de las diversas necesidades de la sociedad.

Para generar mejores resultados en el estudio, se tomó en cuenta las diferentes pronosticaciones sobre el comportamiento de los factores internos y externos de los pequeños productores agrícolas de la parroquia Pungalá, creando valores agregados que optimicen el trabajo investigativo y generen competitividad y calidad en el sector en el cual se va a incorporar a las estrategias.

Los elementos fundamentales de la formulación estratégica tenidos en cuenta en el proyecto fueron desarrollados de acuerdo a:

Los diferentes elementos de la formulación estratégica contribuye en el desarrollo de la misión empresarial a través del aprovechamiento de las diversas y posibles alternativas contempladas en la localidad, en la cual la comunidad pueda participar de manera activa para alcanzar los objetivos propuestos, como lo es el de crear valores corporativos y acciones eficientes para ayudar a solventar las necesidades técnicas y tecnológicas agrícolas, en pos de la solución de las deficiencias educativas, laborales y de ocio, que se tienen actualmente.

Todas las estrategias a implementar se dan gracias a las diversas actividades realizadas por los pequeños agricultores de la parroquia, en relación con el cliente, mediante los métodos de venta, los sistemas de compensaciones a través de los programas de mejoramiento de la calidad del servicio al cliente, la mejora de la atención a la comunidad en la comercialización de sus diversos productos agrícolas, y las valoraciones financieras en inversiones para el sector, con el propósito de ayudar a la dinamización económica sectorial.

3.8.2 Denominación del proyecto

En vista de las diversas alternativas encontradas mediante la aplicación de la matriz FODA, para analizar las diferentes aspectos tanto interno como externos de los agricultores de la zona en estudio, se ha considerado “desarrollar una Planificación estratégica para la comercialización de productos agrícolas mediante la valoración financiera de los sistemas productivos de los pequeños agricultores de la parroquia Pungalá, provincia de Chimborazo, durante el periodo académico comprendido entre abril-septiembre del 2021.”

3.8.3 Problema que se enfrenta con el proyecto en el marco del plan estratégico

El gran avance que hoy en día se ve reflejado en tecnología y conocimientos, abre la gran brecha de mejorar cada día unos de otros, por ello, la correcta aplicación del presente trabajo investigativo, permitirá incrementar el nivel de vida poblacional en las comunidades pertenecientes a la Parroquia Pungalá, ya que, la planificación estratégica mediante valoración financiera, ayuda a los agricultores, saber cuan rentable es su actividad laboral diaria, y cual seria las nuevas estrategias a implementar para generar mayores porcentajes de utilidades, incrementando el crecimiento económico sectorial, mediante la generación de empleo, asegurando el mantenimiento de la sostenibilidad productiva en el agro.

Dentro del marco del plan estratégico se ha visto en la necesidad de trabajar conjuntamente con los:

- **Objetivo del milenio:** “Objetivo 8.- Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos” (ONU, 2019).
- **Objetivo del plan nacional de desarrollo 2017-2021-Toda Una Vida:** “Eje 2: Economía al servicio de la sociedad, Objetivo 6.- Desarrollar las capacidades productivas y del entorno para lograr la soberanía alimentaria y el Buen Vivir Rural” (CEPAL, 2018).

Para cumplir con los objetivos a seguir, alcanzando la soberanía de los pueblos se ha definido que el desarrollo de una planificación estratégica ayude a la comercialización de los productos agrícolas, incrementara el rendimiento económico de los pobladores de la parroquia Pungalá, sector en el cual se quiere implementar esta acción, ya que, en los últimos años, el sector productivo agrícola se ha encontrado mermado por otras actividades, en las cuales las extensiones de tierras de la parroquia van quedando desérticas; por otro lado se ha visto también afectado este sector por las grandes

movilizaciones dentro y fuera del país, así pues, desarrollando este proyecto, se espera que estas personas regresen a sus lugares de origen y prueben que también se puede crecer en estas zonas de producción con recursos y espacios propios.

3.8.4 *Políticas empresariales*

3.8.4.1 *Políticas expresas o implícitas*

- Implementar una variada gama de productos agrícolas para la alimentación con productos de calidad para toda la población en general.
- Contribuir a la satisfacción del desarrollo nutricional en el sector urbano, mediante la implementación de productos saludables.
- Impulsar el desarrollo agrario de la parroquia, mediante la cooperación, la cordialidad, el buen trato a la naturaleza, e incentivando valores éticos hacia la madre tierra.
- Crear efectivas y eficientes fuentes de comercialización, mediante la implementación de carreteras en óptimas condiciones y transporte seguro, para la llegada exitosa del producto a los diferentes mercados.
- Diseñar estructuras óptimas de producción mediante la implementación de planes y acciones de inversión.
- Generar un nivel de rentabilidad para los hogares de la parroquia Pungalá, mediante el incremento de la producción y la generación de empleo.
- Crear una cadena de reconocimiento parroquial, mediante la difusión de su cultura, tradición, sectores económicos y turismo.

3.8.5 *Programa para la implementación del plan estratégico*

Considerando las diferentes alternativas encontradas mediante los análisis realizados, es conveniente trabajar en la elaboración de esta planificación estratégica, la misma que debe estar conjuntamente diseñadas los recursos disponibles, lo cual hará posible el éxito en la implementación de cada

alternativa, indicando las rutas a seguir para alcanzar cada objetivo planteado, dentro de los límites de tiempo especificados.

Para el cual se especifican tres partes esenciales en los cuales, en la primera etapa se considerará los objetivos planteados junto a estrategias más pequeñas que ayuden a lograr las metas propuestas mediante la realización de las diversas actividades, mientras que en la segunda etapa se da a conocer el tiempo de duración del cumplimiento de cada objetivo propuesto en dirección para el cumplimiento de las estrategias planteadas, y en tercera y última etapa se da paso a definir los recursos que se utilizaran, el o la responsable de las diligencias y los participantes que estarán en el desarrollo de cada actividad.

TABLA 38-3: PROGRAMA DE IMPLANTACIÓN ESTRATÉGICO-PARTE A

PARTE A					
OBJETIVOS		ESTRATEGIAS		METAS	ACTIVIDADES
GENERALES	ESPECIFICOS	GENERALES	ESPECIFICOS		
<p>Desarrollar una Planificación estratégica para la comercialización de productos agrícolas mediante la valoración financiera de los sistemas productivos de los pequeños agricultores de la parroquia Pungalá, provincia de Chimborazo, hacia la óptima toma de decisiones que incremente las utilidades del productor minimizando el monto de los altos costos de inversión.</p>	<p>Determinar los mercados de mayor actividad económica para la comercialización de productos agrícolas valorando financieramente los diferentes sistemas de producción mediante un diagnóstico de comercio y transporte utilizados en los productos agrícolas de la Parroquia.</p>	<p>Crear reuniones con los productores agrícolas de la parroquia Pungalá.</p>	<p>Delimitar tipos de productos. Delimitar montos de rentabilidad. Delimitar medios de comercialización.</p>	<p>Dar a conocer la variedad de productos agrícolas que se cultivan en la parroquia Pungalá.</p>	<p>Aplicación de las encuestas, mediante un estudio de campo.</p>
	<p>Evaluar y documentar el desarrollo de la planificación estratégica, para el impulso de la agricultura en los pequeños productores, mediante la comparación de la producción con ayuda de los distintos elementos que componen un plan estratégico.</p>	<p>Crear tablas de análisis para determinar las estadísticas de los resultados obtenidos de las muestras obtenidas en las reuniones.</p>	<p>Crear tablas de análisis. Crear datos estadísticos a partir del número de muestras obtenidas. Crear documentación escrita de los diferentes procesos.</p>	<p>Determinar los datos estadísticos que permitan delimitar con precisión la información requerida.</p>	<p>Diseñar cuadros de análisis FODA, determinando las características internas y externas de los agricultores.</p>
	<p>Identificar las mejores estrategias de planificación con un proceso metodológico que ayude al incremento de las utilidades, limitando una máxima inversión en la producción.</p>	<p>Mantener estricto rediseño en las estructuras de las estrategias, a partir de los datos estadísticos generados en cuanto a la rentabilidad obtenida por los productos que venden los pequeños agricultores.</p>	<p>Delimitar el Crecimiento productivo. Implementar nuevos productos. Maximizar las utilidades mediante inversiones.</p>	<p>Generar el desarrollo de las distintas estrategias con mirar a lograr buenos resultados en los productores agrícolas.</p>	<p>Crear entornos sencillos y dinámicos, donde las decisiones sean programadas y constituyan a la maximización de la cantidad y calidad de los productos agrícolas.</p>
	<p>Presentar las mejores alternativas para la implementación de la planificación estratégica para la comercialización de productos agrícolas en los productores de la Parroquia Pungalá.</p>	<p>Desarrollar nuevas alternativas que ayuden a la aplicación correcta de la planificación estratégica.</p>	<p>Mejorar la comercialización de productos agrícolas. Valorar financieramente la rentabilidad productiva del sector cada año.</p>	<p>Crear fuentes de empleo Mejorar la rentabilidad económica de los productores Dinamizar la economía sectorial.</p>	<p>Presentar la planificación, a las respectivas autoridades para su correcta aplicación.</p>

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

TABLA 39-3: PROGRAMA DE IMPLANTACIÓN ESTRATÉGICO-PARTE B

PARTE B				
OBJETIVOS		TIEMPO		
GENERALES	ESPECIFICOS	DURACIÓN	INICIO	TERMINACIÓN
Crear reuniones con los productores agrícolas de la parroquia Pungalá.	Delimitar tipos de productos. Delimitar montos de rentabilidad. Delimitar medios de comercialización.	Tres meses	20/08/2022	24/11/2022
Crear tablas de análisis para determinar las estadísticas de los resultados obtenidos de las muestras obtenidas en las reuniones.	Crear tablas de análisis. Crear datos estadísticos a partir del número de muestras obtenidas. Crear documentación escrita de los diferentes procesos.	Cinco meses	24/11/2022	29/01/2023
Mantener estricto rediseño en las estructuras de las estrategias, a partir de los datos estadísticos generados en cuanto a la rentabilidad obtenida por los productos que venden los pequeños agricultores.	Delimitar el Crecimiento productivo Implementar nuevos productos. Maximizar las utilidades mediante inversiones.	Un año y medio	29/01/2023	29/07/2025
Desarrollar nuevas alternativas que ayuden a la aplicación correcta de la planificación estratégica.	Mejorar la comercialización de productos agrícolas. Valorar financieramente la rentabilidad productiva del sector cada año.	Un año	29/01/2023	29/01/2024

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

TABLA 40-3: PROGRAMA DE IMPLANTACIÓN ESTRATÉGICA-PARTE C

PARTE C						
OBJETIVOS		RECURSOS			RESPONSABLE	PARTICIPANTE
GENERALES	ESPECIFICOS	HUM.	FÍSL.	ECON.		
Crear reuniones con los productores agrícolas de la parroquia Pungalá.	Delimitar tipos de productos. Delimitar montos de rentabilidad. Delimitar medios de comercialización.	X	X	X	Departamento de Planificación, Producción y Medio Ambiente Pungalá.	Productores agrícolas de la parroquia Pungalá. Presidente del GADPR Pungalá. Presidentes de las diferentes organizaciones de la parroquia Pungalá.
Crear tablas de análisis para determinar las estadísticas de los resultados obtenidos de las muestras obtenidas en las reuniones.	Crear tablas de análisis. Crear datos estadísticos a partir del número de muestras obtenidas. Crear documentación escrita de los diferentes procesos.		X		Departamento de secretaria y tesorería del GADPR Pungalá	Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Pungalá
Mantener estricto rediseño en las estructuras de las estrategias, a partir de los datos estadísticos generados en cuanto a la rentabilidad obtenida por los productos que venden los pequeños agricultores.	Delimitar el Crecimiento productivo. Implementar nuevos productos. Maximizar las utilidades mediante inversiones.		X		Departamento de Planificación, Producción y Medio Ambiente Departamento de secretaria y tesorería del GADPR Pungalá	Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Pungalá Presidentes de las diferentes organizaciones de la parroquia Pungalá.
Desarrollar nuevas alternativas que ayuden a la aplicación correcta de la planificación estratégica.	Mejorar la comercialización de productos agrícolas. Valorar financieramente la rentabilidad productiva del sector cada año.		X		Departamento de Planificación, Producción y Medio Ambiente Pungalá.	Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Pungalá Presidentes de las diferentes organizaciones de la parroquia Pungalá.

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

3.9 Soporte de la estrategia



FIGURA 12-3: SOPORTE DE LA ESTRATEGIA

Entre las estrategias que deben tomar en cuenta las relaciones directas con quienes hacen posible que se desarrolle todo de manera adecuada para el buen funcionamiento de la planificación estratégica para la comercialización de productos agrícolas de los pequeños productores de la Parroquia Pungalá, deberán regirse por medio de:

La organización. - El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Pungalá, dispone de los recursos materiales, financieros y humanos necesarios para la ejecución de la planificación estratégica, a través de la coordinación de las funciones especificadas mediante normas y bases de datos dispuestos para el correcto desarrollo del mismo.

La dirección y liderazgo. - El GADPR Pungalá con la dirección correcta podrá planear, organizar, integrar y controlar toda la administración en la ejecución de la planificación estratégica para la comercialización de productos agrícolas desde la parroquia hacia los diferentes mercados, permitiendo que el liderazgo parroquial crezca y se mantenga en el tiempo bajo los parámetros permitidos, en pos del bienestar de toda la comunidad.

La cultura empresarial. - Los pequeños agricultores de la parroquia Pungalá, deberán compartir sus conocimientos, enseñanzas y motivación con los nuevos agricultores o miembros de siembras, para desarrollar una producción con mayor calidad, que sea identificable a la parroquia que pertenece y diferenciable de la competencia.

El sistema de información y dirección estratégica. - Con la evolución de la tecnología y el desarrollo de nuevas herramientas de producción, los pequeños agricultores de la parroquia Pungalá, deberán cambiar los productos, los servicios y los procedimientos de siembras, con el fin de impulsar el crecimiento productivo agrícola del sector.

El sistema de planificación y control. - Al realizarse diferentes operaciones agrarias en la parroquia Pungalá, de una manera conjunta en cuanto a reglas, métodos y herramientas utilizadas, los productores agrícolas, podrán cumplir con calidad y eficacia los requerimientos de los clientes y consumidores, cumpliendo de esta manera con los estándares productivos saludables y nocivos para la naturaleza.

3.9.1 Bostón Consulting (BCG) o matriz de crecimiento – cuota mercado

3.9.1.1 La tasa de crecimiento del mercado (indicador del atractivo).

La tasa de crecimiento del mercado se encuentra representada en el eje vertical, este indicador se usa para medir el aumento del volumen de ventas del mercado o industria, va desde los datos o valores más altos hacia los valores bajo y desde el 20% al 5% con una media del 10%, porcentajes especificados por los creadores de la matriz. Su fórmula es la siguiente:

$$\text{Tasa de crecimiento del mercado} = \frac{\text{Ventas Año 2} - \text{Ventas Año 1}}{\text{Ventas Año 1}} \times 100$$

3.9.1.2 Cuota de mercado relativa al competidor más peligroso (indicador competitividad mantenida).

La cuota de mercado relativa representa aquel porcentaje de ventas totales en un mercado o industria aportado por una empresa denominada competencia. Esto se establece normalmente por los ingresos, pero a menudo se calcula sobre la base de las ventas unitarias. Los datos de la media de participación relativa se trazan generalmente en 1 o 1.5, por encima de este nivel la cuota de mercado es fuerte, mientras que por debajo la participación es baja, la escala de 0 a 5 y una media de 1 y/o 1.5 (utilizado en algunos casos), son los datos estándares precisos que normalmente se utilizan aun en nuestro medio, con todos los cambios económicos que sufrimos esta medida es confiable para cualquier análisis de portafolio. Su fórmula es la siguiente:

Cuota de mercado relativa =	Ventas de la empresa y/o porcentaje de participación en el mercado.
	Ventas totales de la competencia y/o porcentaje de participación de la competencia en el mercado.

3.9.1.3 Hipótesis básicas de la matriz BCG

- a. **Cuota de mercado relativa alta:** tenemos una ventaja competitiva, porque el costo de esta empresa en relación con la competencia es menor.
- b. **Mercado de crecimiento alto:** Hay una necesidad alta de costo para financiar el crecimiento.

Se hace una relación con el modelo de ciclo de vida, donde a partir de la distribución de sus actividades la parroquia lograra e intentara un equilibrio entre:

- Su potencial de crecimiento y
- Su potencial de rentabilidad

Lo cual se sostiene de la definición del mercado de referencia donde la parroquia compite y ayuda para el análisis de la matriz suponiendo lo siguiente:

- a. La posición de una Unidad Estratégica de producción sobre la matriz supone la elección de una estrategia.
- b. La posición sobre la matriz supone apreciar las necesidades financieras y el potencial de rentabilidad agrícola.
- c. El beneficio, viene dado por la posición competitiva de las parroquias aledañas.
- d. La necesidad de financiación, viene dada por la fase del ciclo de vida, o sea, el grado de madurez del mercado de referencia.
- e. La matriz permite evaluar el equilibrio de la cartera de negocios.

A partir de este modelo la Parroquia Pungalá puede:

- Construir escenarios de desarrollo para el futuro, sobre la base de las variables intervinientes.
- Analizar la desviación estratégica es decir la diferencia entre lo esperado y lo real en cuanto a producción, grado de comercialización y rentabilidad.
- Identificar medios para poner en marcha las unidades estratégicas de negocios ya que, demasiados productos en la fase de envejecimiento indican peligro de deterioro, demasiados productos

jóvenes, pueden significar un desfasaje financiero, la cual se apoya en la noción de "ventaja competitiva" interna del sector y no en la externa.

Para tener en claro los productos con los cuales se espera competir, se realiza la siguiente lista con aquellos productos agrícolas que se cultivan en la parroquia Pungalá y que, aunque sea en poca cantidad, se encuentran disponibles para la venta:

TABLA 41-3: MATRIZ DE CRECIMIENTO Y CUOTA DE MERCADO

PRODUCTO	VENTAS	PARTICIPACIÓN RELATIVA DE LA EMPRESA	VENTAS COMPETIDORES (SAN LUÍS)	VENTAS SECTOR AÑO ACTUAL (2021)	VENTAS SECTOR AÑO ANTERIOR (2020)	% VENTAS DEL AÑO ACTUAL	TASA CRECIMIENTO MERCADO	CUOTA O PARTICIPACIÓN DE MERCADO
Papas	\$2.500,00	12%	\$3.600,00	\$3.800,00	\$3.700,00	10,70%	2,70%	0,69
Maíz/ choclo	\$1.800,00	9%	\$900,00	\$950,00	\$800,00	2,67%	18,75%	2,00
Arveja	\$900,00	4%	\$2.500,00	\$2.400,00	\$2.200,00	6,76%	9,09%	0,36
Cebolla blanca	\$1.200,00	6%	\$1.200,00	\$1.400,00	\$1.300,00	3,94%	7,69%	1,00
Cebolla colorada	\$2.300,00	11%	\$3.200,00	\$3.400,00	\$3.150,00	9,57%	7,94%	0,72
Col	\$500,00	2%	\$1.800,00	\$1.900,00	\$1.600,00	5,35%	18,75%	0,28
Coliflor	\$450,00	2%	\$2.400,00	\$2.500,00	\$2.400,00	7,04%	4,17%	0,19
Brócoli	\$450,00	2%	\$2.500,00	\$2.600,00	\$2.450,00	7,32%	6,12%	0,18
Zanahoria	\$350,00	2%	\$1.200,00	\$1.500,00	\$1.350,00	4,22%	11,11%	0,29
Cebada	\$200,00	1%	\$600,00	\$700,00	\$650,00	1,97%	7,69%	0,33
Chochos	\$500,00	2%	\$800,00	\$600,00	\$ 650,00	1,69%	-7,69%	0,63
Ajos	\$1.600,00	8%	\$900,00	\$1.200,00	\$1.000,00	3,38%	20,00%	1,78
Mora	\$1.300,00	6%	\$2.500,00	\$2.300,00	\$2.200,00	6,48%	4,55%	0,52
Frutilla	\$1.400,00	7%	\$2.600,00	\$2.700,00	\$2.500,00	7,60%	8,00%	0,54
Tomate de árbol	\$ 850,00	4%	\$1.300,00	\$1.400,00	\$1.250,00	3,94%	12,00%	0,65
Tomate de riñón	\$1.500,00	7%	\$3.500,00	\$3.600,00	\$3.200,00	10,14%	12,50%	0,43
Mellico	\$ 400,00	2%	\$600,00	\$450,00	\$500,00	1,27%	-10,00%	0,67
Ocas	\$ 200,00	1%	\$400,00	\$320,00	\$350,00	0,90%	-8,57%	0,50
Alcachofa	\$1.300,00	6%	\$1.000,00	\$800,00	\$750,00	2,25%	6,67%	1,30
Habas	\$ 600,00	3%	\$950,00	\$1.000,00	\$ 900,00	2,82%	11,11%	0,63
TOTAL	\$20.300,00	100%	\$ 34.450,00	\$ 35.520,00	\$32.900,00	100%	143%	13,69

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

Como se puede apreciar en los valores mantenidos el competidor tiene una rentabilidad mejor a precios corrientes de mercado y puede generar ventajas rentables. Por otra parte, el hecho de estar situado en un mercado de crecimiento se determina que a mayor Crecimiento mayor Liquidez, caso contrario, se obtendrá menor Crecimiento y una menor Liquidez.

3.9.2 Elementos que intervienen en el gráfico de la matriz BCG

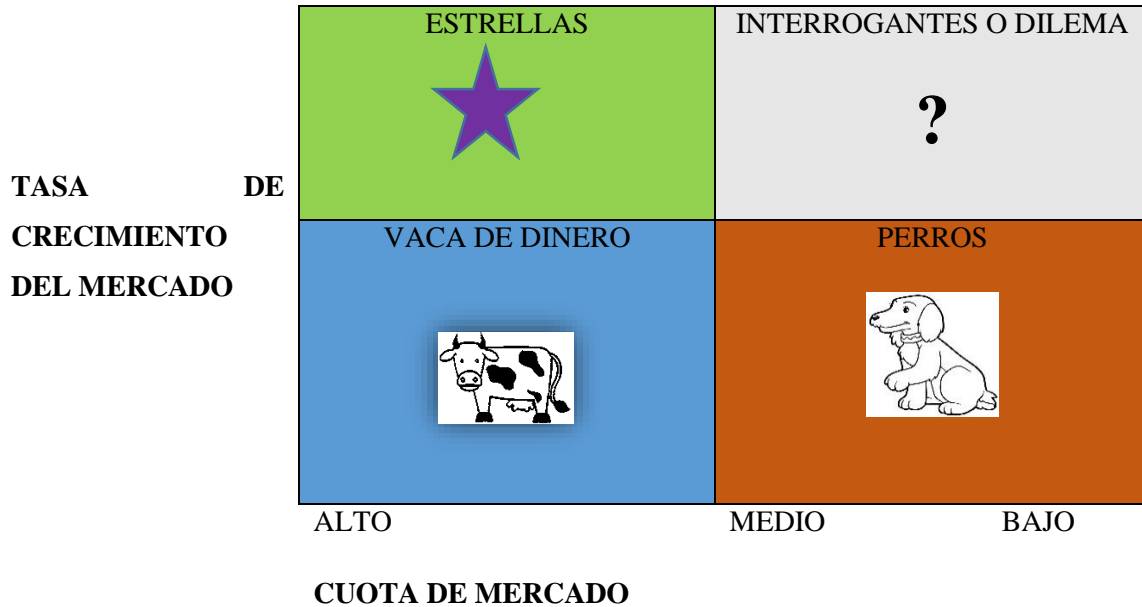


FIGURA 13-3: MATRIZ BCG

Realizado por: Mishqui, E. 2021

Donde:

- **Producto estrella:** Tienen un alto crecimiento y una alta participación de mercado. Son grandes generadores de liquidez.
- **Interrogantes o dilema:** Productos con un crecimiento elevado, pero con una participación débil en el mercado.
- **Vaca de dinero:** Productos con una alta cuota de mercado y una baja tasa de crecimiento, productos maduros totalmente consolidados en el sector.
- **Perros:** Productos con un bajo crecimiento de mercado y también una baja cuota de mercado.

3.9.3 Tipología de las unidades estratégicas de negocios

TABLA 42-3: TIPOLOGÍAS DE LA MATRIZ BCG

TASA DE CRECIMIENTO DEL MERCADO	PRODUCTOS ESTRELLAS	PRODUCTOS INTERROGANTES O DILEMA
	Col Habas Tomate de árbol Tomate de riñón Ajos Maíz/choclo	Zanahoria
	PRODUCTOS VACA DE DINERO	PRODUCTOS PERROS
	Papa Alcachofa Frutilla Mora Cebolla blanca Cebolla colorada Arveja Brócoli Coliflor Melloco Chochos Mora Frejol	Cebada Ocas
	ALTO	MEDIO BAJO
	CUOTA DE MERCADO	

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

Este cuadro de las tipologías de productos de la parroquia, es sujeta a cambios ya que la producción difiere por temporadas, siendo rentables en un año y en otro no.

3.9.4 Ejecución del desarrollo de la planificación estratégica

La ejecución del desarrollo de una planificación estratégica para los pequeños agricultores de la parroquia Pungalá fue novedoso e importante tanto para las autoridades que están al frente de la parroquia como para los productores del sector agrícola, la cual mediante un diagnóstico situacional se pudo concluir con el direccionamiento estratégico, el mismo que contribuirá al fortalecimiento del sector agrícola de la parroquia y el desarrollo de toda la zona, por ello se proponen herramientas efectivas que faciliten la toma de decisiones y ayude a la mejora de la gestión administrativa el GADPR de Pungalá mediante la definición de aspectos claves que son como la misión, visión, valores corporativos, políticas, objetivos, análisis de matriz FODA, estrategias empresariales, planes y presupuestos.

3.9.4.1 Impacto del desarrollo de una planificación financiera para los pequeños agricultores de la parroquia Pungalá

Con la adecuada ejecución del desarrollo de la planificación estratégica en los pequeños agricultores de la parroquia Pungalá, se espera tener beneficios y ventajas competitivas altas, marcando la diferencia frente a la competencia. Enfocando a cada productor agrícola a mejorar la gestión de sus recursos materiales y económicos hacia el direccionamiento del incremento del número de ventas para obtener la rentabilidad deseada. Por otro lado, los diferentes trabajadores del sector agrícola aprenderán de los antiguos y nuevos productores al implementar las técnicas y herramientas modernas que ayuden a tener mejores resultados en cada siembra y cosecha, lo cual generará mejores ambientes laborales atractivos para quienes decidieron abandonar el campo.

El desarrollo de la planificación estratégica beneficiará de manera directa a los pequeños agricultores de la parroquia Pungalá y a sus familias, puesto que generará gran desarrollo del sector agrícola de la zona incrementando la rentabilidad del productor, mientras que de manera indirecta los beneficiarios serán los clientes, proveedores y las propias comunidades, ya que al incrementar el volumen de producción, la utilización de las nuevas técnicas y herramientas de cultivos en la parroquia, harán de

este lugar como la nueva parroquia productora de alimentos agrícolas permisibles para inversión y fuente de empleo, ganando espacio en el mercado y encaminado hacia el logro de la visión planteada.

3.9.4.2 Alineamiento estratégico

Mediante la información recolectada en el proceso de investigación y análisis de los diferentes factores estratégicos externos e internos de la parroquia, se ha podido identificar los planes y estrategias a implementarse en este sector agrícola, las cuales contribuirán a la alineación estratégico de la agricultora en estándares de calidad, en espera del cumplimiento de las metas y objetivos planteados.

Con el desarrollo y análisis de la matriz FODA en el cual se identificó las estrategias que más inciden en los pequeños agricultores de la parroquia Pungalá, se procedió a realizar los diferentes lineamientos estratégicos los cuales mencionan los diferentes aspectos importantes de las estrategias propuestas. Por lo cual a continuación se detallan demás aspectos que completen la estructura de la planificación estratégica para este sector productivo.

TABLA 43-3: LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

N.	ESTRATEGIAS	UNIDAD RESPONSABLE	ÁMBITO GEOGRÁFICO	INDICADORES DE GESTIÓN
E1	Aprovechando que la educación es un medio de superación, los jóvenes Pungaleños han decidido estudiar en las diferentes ramas especializadas para ayudar al desarrollo de la parroquia, mediante la implementación de los conocimientos con el uso y aprovechamiento de las diferentes técnicas y modalidades de cultivo, trabajando conjuntamente los nuevos productores junto a los antiguos, minimizando las falencias competitivas, incrementando el número de productos dispuestos para la venta en los diferentes mercados, por los cuales se podrán optar por pagar el transporte	Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Pungalá	Pequeños agricultores de la Parroquia Pungalá	Volumen de producción.

	de acuerdo a la cantidad generada, en post de la ayuda del crecimiento económico de toda la población.			
E2	Aprovechando el incremento de la demanda de productos agrícolas, los representantes parroquiales deben integrar en equipos de trabajos a los estudiantes que cursar los últimos semestres de educación superior y bachillerato, quienes estén cursando las etapas de trabajos investigativos y cursos pre-profesionales, los cuales pueden ayudar a los productores a crear estructuras financieras para invertir correctamente de acuerdo al área y producto que desean crear.	Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Pungalá	Pequeños agricultores de la Parroquia Pungalá	Número de personas capacitadas para mejorar el proceso productivo agrícola en la zona. Sistema de control implantado en los procesos de producción.
E3	Es evidente que la poca producción que se ha mantenido entre los productores de la parroquia Pungalá, ha desatado la ausencia de las ayudas de las entidades gubernamentales para la mayoría de la población, por ellos es necesario crear valores agregados en la parroquia a través de la publicidad y presentación de la mismo en fuentes electrónicos como páginas de redes sociales, medios televisivos, radiales y otras fuentes de información como revistas de emprendedores, periódicos, gigantografías y otros. Motivando a propios y extranjeros a visitar el sitio, generando interés turístico e inversiones para el sector.	Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Pungalá	Pequeños agricultores de la Parroquia Pungalá	Número de nuevos productos alimenticios, saludables y de calidad. Número de clientes satisfechos.

E4	La falta de conocimientos sobre los sectores productivos de la economía de un Estado es muy grande, sobre todo en los estudiantes de los sectores rurales, por lo que es necesario incluirlos en las rutinas de estudios de los niños y jóvenes quienes se educan en las diferentes instituciones alrededor de la parroquia, ya que ellos conocen de cerca, aquellos productos que sus familias cultivan y pueden llegar a cultivar en el largo plazo, incentivando la cultura agraria y manteniendo los saberes productivos ancestrales, los cuales incentivarán a construir mejores técnicas y nuevos conocimientos para estas áreas.	Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Pungalá	Pequeños agricultores de la Parroquia Pungalá	Número de convenios realizados con empresas públicas y privadas insertando nuevos modelos educativos y socioculturales.
E5	La parroquia Pungalá al contar con la diversidad de ríos, pueden desarrollar nuevos canales de riego, para cubrir en parte el sistema de entubación de agua de riego, el cual resulta costoso y por ello no se lo ha implementado gran parte del sector, por otro lado, se puede crear pozos de agua los mismo que podrían ser utilizados por aspersores, también se puede implementar el uso de las semillas resilientes (resistentes al calor y a la sequía) complementando la falta de agua en zonas de difícil acceso para el agua	Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Pungalá	Pequeños agricultores de la Parroquia Pungalá	Volumen de producción por sistemas de riego e implementación de herramientas modernas de cultivo.

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

Mediante el detallado desarrollo del alineamiento estratégico se proyecta el cumplimiento de las estrategias propuestas, con el objetivo de que se ejecuten de manera adecuada y puedan mejorar el crecimiento, desarrollo y direccionamiento agrícola de los pequeños agricultores de la parroquia Pungalá.

3.9.4.3 Implementación estratégica

Una vez realizada las estrategias propuestas se prosigue a desarrollar planes y describir el presupuesto estimado para la ejecución de los mismos, definiendo las áreas en las cuales se inserta los planes para cumplir con las actividades de manera eficiente y eficaz.

TABLA 44-3: DEFINICIÓN DE ACCIONES

Objetivo	Mejorar la gestión de transporte y administración de recursos económicos para inversión.
Estrategia	Fomentar en el GADPR Pungalá el uso del proceso administrativo a fin de establecer una mejor gestión.
Área	Administrativa
Responsable	Presidente del GADPR Pungalá.
N.	ACCIONES
1	Rediseño de objetivos, planes, programas y proyectos a implantarse de manera planificada.
2	Organizar de manera planificada el trabajo de cada departamento, dirigiendo al personal hacia la correcta realización de sus actividades.
3	Comprobar si los planes, objetivos, programas y/o proyectos fueron cumplidos en los tiempos y con los recursos establecidos.

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

TABLA 45-3: IMPLEMENTACIÓN DE NUEVOS PLANES DE CAPACITACIÓN

Objetivo	Mantener en capacitación constante a los pequeños agricultores de la parroquia Pungalá.							
Estrategia	Crear planes de capacitaciones a los agricultores y sus trabajadores, para que estén calificados en los diversos procesos productivos.							
Área	Talento Humano							
Responsable	Presidente del GADPR Pungalá.							
N.	ACCIONES	AÑOS					RECURSOS	COSTOS
		2021	2022	2023	2024	2025		
1	Socialización con el personal encargado, estableciendo los temas de capacitación.	X	X				Humano	\$0,00
2	Determinar calendario para cada capacitación, eligiendo las instituciones con las cuales se vayan a trabajar.		X	X	X	X	Humano, Internet e información	\$35,00
3	Analizar los contenidos de los temas a capacitar.		X	X	X	X	Humano, Internet e información	\$25,00
4	Ejecución de las capacitaciones a los agricultores y trabajadores.		X	X	X	X	Humano	\$1500,00
5	Control y seguimiento de las capacitaciones.		X	X	X	X	Humano	\$450,00
							TOTAL	\$2010,00

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

TABLA 46-3: INCREMENTAR POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO

Objetivo	Incrementar posicionamiento en el mercado agrícola a los productos de los pequeños agricultores de la parroquia Pungalá.							
Estrategia	Elaborar un plan de publicidad que permita posicionarse en el mercado eficiente y eficazmente, incrementando clientes y dando a conocer a los productores de la parroquia Pungalá a nivel local, regional y nacional.							
Área	Marketing							
Responsable	Presidente del GADPR Pungalá.							
N.	ACCIONES	AÑOS					RECURSOS	COSTOS
		2021	2022	2023	2024	2025		
1	Determinar en qué estado se encuentra los planes y proyectos dispuestos para el sector agrícola de la parroquia.	X	X				Internet, impresiones.	\$25,00
2	Analizar como la competencia promociona los productos y servicios.		X	X	X	X	Humano, Internet e información	\$20,00
3	Fomentar el consumo local.		X	X	X	X	Humano, Internet, documentos.	\$25,00
4	Analizar los medios de comunicación a emplear para promocionar los productos y/o servicios.		X	X	X	X	Humano, Internet, medios de comunicación pública y privada.	\$25,00
5	Promocionar los productos y/o servicios por los medios seleccionados.		X	X	X	X	Humano, Internet, medios de comunicación pública y privada.	\$400,00
6	Dar seguimiento a la publicidad empleada por parte del GADPR Pungalá.		X	X	X	X	Humano	\$405,00
7	Evaluar el impacto del marketing, con un estudio de mercado.			X	X	X	Humano	\$405,00
							TOTAL	\$1305,00

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

TABLA 47-3: IMPLEMENTACIÓN DE UNA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LOS PEQUEÑOS AGRICULTORES DE LA PARROQUIA DE PUNGALÁ.

Objetivo	Implementar una planificación estratégica para los pequeños agricultores de la parroquia Pungalá.							
Estrategia	Desarrollar un plan de ejecución de la planificación estratégica propuesta para mejorar la competitividad parroquial en el mercado.							
Área	Administrativa							
Responsable	Presidente del GADPR Pungalá.							
N.	ACCIONES	AÑOS					RECURSOS	COSTOS
		2021	2022	2023	2024	2025		
1	Desarrollar una planificación estratégica para el GADPR Pungalá.	X	X				Tecnológico y humano.	\$50,00
2	Presentación de la planificación estratégica a la máxima autoridad del GADPR Pungalá.		X	X	X	X	Humano, Internet y materiales de papel.	\$5,00
3	Una vez aceptada las propuestas se deberá de socializar la planificación estratégica con los demás autoridades del GADPR Pungalá.			X	X	X	Humano.	\$25,00
4	Ejecución de la planificación estratégica propuesta.			X	X	X	Humano y tecnológico.	\$405,00
5	Dar seguimiento para el correcto cumplimiento y ejecución de la planificación estratégica implantada.				X	X	Humano	\$405,00
6	Evaluar el impacto de la planificación estratégica en el GADPR Pungalá en los siguientes años.				X	X	Humano	\$405,00
							TOTAL	\$1295,00

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

3.9.4.4 *Estimación presupuestal para la ejecución de las estrategias para el GADPR Pungalá.*

El presupuesto detallado en el siguiente cuadro, es un estimado de la inversión que se necesita para la implementación de las estrategias en los pequeños agricultores de la parroquia Pungalá con ayuda del GADPR Pungalá en los periodos determinados previamente.

TABLA 48-3: ESTIMACIÓN PRESUPUESTAL

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL PUNGALÁ	
PRESUPUESTO	
DESCRIPCIÓN	COSTO
Mantener en capacitación constante a los pequeños agricultores de la parroquia Pungalá.	\$2010,00
Incrementar posicionamiento en el mercado agrícola a los productos de los pequeños agricultores de la parroquia Pungalá.	\$1305,00
Implementar una planificación estratégica para los pequeños agricultores de la parroquia Pungalá	\$1295,00
COSTO TOTAL	\$4600,00

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

3.9.4.5 Cronograma de la ejecución de la planificación estratégica

TABLA 49-3: CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN ESTRATÉGICA

N.	ESTRATEGIAS	AÑOS				
		1	2	3	4	5
E1	Aprovechando que la educación es un medio de superación, los jóvenes pungaleños han decidido estudiar en las diferentes ramas especializadas para ayudar al desarrollo de la parroquia, mediante la implementación de los conocimientos con el uso y aprovechamiento de las diferentes técnicas y modalidades de cultivo, trabajando conjuntamente los nuevos productores junto a los antiguos, minimizando las falencias competitivas, incrementando el número de productos dispuestos para la venta en los diferentes mercados, por los cuales se podrán optar por pagar el transporte de acuerdo a la cantidad generada, en post de la ayuda del crecimiento económico de toda la población.	X	X	X	X	X
E2	Aprovechando el incremento de la demanda de productos agrícolas, los representantes parroquiales deben integrar en equipos de trabajos a los estudiantes que cursar los últimos semestres de educación superior y bachillerato, quienes estén cursando las etapas de trabajos investigativos y cursos pre-profesionales, los cuales pueden ayudar a los productores a crear estructuras financieras para invertir correctamente de acuerdo al área y producto que desean crear.		X	X	X	X
E3	Es evidente que la poca producción que se ha mantenido entre los productores de la parroquia Pungalá, ha desatado la ausencia de las ayudas de las entidades gubernamentales para la mayoría de la población, por ellos es necesario crear valores agregados en la parroquia a través de la publicidad y presentación de la mismo en fuentes electrónicos como páginas de redes sociales, medios televisivos, radiales y otras fuentes de información como revistas de emprendedores, periódicos, gigantografías y otros. Motivando a propios y extranjeros a visitar el sitio, generando interés turístico e inversiones para el sector.		X	X	X	X
E4	La falta de conocimientos sobre los sectores productivos de la economía de un Estado es muy grande, sobre todo en los estudiantes de los sectores rurales, por lo que es necesario incluirlos en las rutinas de estudios de los niños y jóvenes quienes se educan en las diferentes instituciones alrededor de la parroquia, ya	X	X	X	X	X

	que ellos conocen de cerca, aquellos productos que sus familias cultivan y pueden llegar a cultivar en el largo plazo, incentivando la cultura agraria y manteniendo los saberes productivos ancestrales, los cuales incentivarán a construir mejores técnicas y nuevos conocimientos para estas áreas.					
E5	La parroquia Pungalá al contar con la diversidad de ríos, pueden desarrollar nuevos canales de riego, para cubrir en parte el sistema de entubación de agua de riego, el cual resulta costoso y por ello no se lo ha implementado gran parte del sector, por otro lado, se puede crear pozos de agua los mismo que podrían ser utilizados por aspersores, también se puede implementar el uso de las semillas resilientes (resistentes al calor y a la sequía) complementando la falta de agua en zonas de difícil acceso para el agua			X	X	X

Fuente: Encuestas aplicadas a los productores de la parroquia Pungalá

Elaborado por: Mishqui E. 2021

Mediante la proyección en años para cada propuesta, la ejecución de cada estrategia será realizada por el GADPR de Pungalá durante el periodo determinado 2021-2025.

3.9.5 Jerarquía en la formulación de estrategias

3.9.5.1 Estrategia Corporativa

La responsabilidad principal en el desarrollo de la estrategia, la tiene cada productor agrícola quienes lo vayan a implementar, mediante la cooperación institucional del GADPR de Pungalá.

3.9.5.2 Funciones en la formulación de estrategias y áreas de principal influencia

- Crear y dirigir una serie de productos disponibles para la venta, generando altos porcentajes de rentabilidad.
- Transformar las desventajas competitivas en relación con otras actividades que se desarrollen en la parroquia entre sus habitantes.
- Establecer prioridades de inversión y dirigir los recursos productivos hacia la maximización de sus productos.

- Revisar, corregir, unificar los principales enfoques y movimientos estratégicos propuestos por los productores que vayan a aplicar la planificación estrategias.

3.9.5.3 Estrategia de Negocio

- Crear nuevos espacios de consumo en la parroquia central.
- Ir más allá de la demanda existente, aprovechando los diversos mercados disponibles para la venta de los productos agrícolas de la parroquia Pungalá.
- Asegurar la viabilidad comercial de los productos agrícolas del sector.
- Desarrollo de nuevas técnicas de producción.
- Mecanización y automatización del sistema de producción agrícola.

3.9.5.4 Funciones en la formulación de estrategias

- Planear movimientos y enfoques competitivos que aseguren el éxito del sector productivo agrícola.
- Crear respuestas a las cambiantes condiciones externas del sector comercial al cual pertenezcamos.
- Unir las iniciativas estratégicas de los diferentes colaboradores (trabajadores, presta manos, familias).
- Emprender acciones para hacer frente a los asuntos específicos de producción agrícola y los problemas operativos entre estos pequeños productores de la parroquia Pungalá.

3.9.5.5 Estrategias operativas

- Mejorar la estructura vial para el ingreso a las diferentes comunidades de la parroquia Pungalá.
- Generar una reducción de costes en los procesos de producción agrícola.
- Adaptación de la parroquia al entorno digital.
- Desarrollo e innovación en productos y servicios.
- Desarrollo de nuevas líneas de productos agrícolas en la zona.

3.9.5.6 Funciones en la formulación de estrategias operativas

- Mecanización y automatización del sistema de riego a nivel parroquial.
- Aprovechamiento del incremento de la demanda.
- Difusión de la información en cuanto a la productividad que se desarrolla en la parroquia Pungalá a través de las diferentes redes sociales, medios de comunicación y medios escritos de información.

3.9.6 Principios que rigen a la creación de la planificación de estrategias para los pequeños agricultores de la parroquia Pungalá.

- ✓ Crear y ejecutar tendencias estratégicas que mejoren la posición competitiva de los pequeños agricultores a largo plazo y que sirvan para convertir a la parroquia en uno de los sectores líderes en producción agrícola de la provincia de Chimborazo.
- ✓ Insertar a la organización dentro de la posición de las parroquias más reconocidas de la provincia, aprovechando las oportunidades del mercado que proporcionara beneficios provisionales, los cuales ayudaran a implementar una cartera de clientes potenciales más sólida.
- ✓ Tratar de alcanzar las posiciones de los líderes del mercado, mediante las diferentes líneas de productos ofertados, brindando alimentos sanos y de calidad.
- ✓ Invertir para crear una ventaja competitiva nueva y duradera, en relación con otras organizaciones que se dediquen a las mismas actividades.
- ✓ Crear la ventaja competitiva y una defensa agresiva para proteger la cartera de clientes e incrementar medios de distribución a nivel local, para seguir con el provincial.
- ✓ Potenciar la lealtad del cliente y su vinculación a través de la prestación de servicios personalizados que repercutirán en el rendimiento económico de los pequeños agricultores de la parroquia.
- ✓ Combinar la presencia puramente informativa con la parte más transaccional de las entidades financieras que ayudará al financiamiento de los pequeños agricultores, los mismos que podrán realizar inversiones adecuadas a sus actividades de trabajo propiciando el medio oportuno del compromiso y la fidelización con la población para su sana alimentación.
- ✓ Potenciar la orientación continua a la innovación y tener las herramientas adecuadas para afrontar los cambios y responder satisfactoriamente las necesidades cambiantes tanto del entorno como de los clientes.

- ✓ Mantener un equilibrio de precios para los productos agrícolas a venderse, los cuales generaran ventajas de costos establecidas mediante los diferentes porcentajes de ganancias que se requiera obtener y los distintos tipos de ofertas o promociones que se desee realizar.
- ✓ Facilitar información sobre la localidad en la cual se producen los alimentos agrícolas en ventas haciendo que el cliente, se sienta seguro al comprar sus productos.
- ✓ Implementar mejoras sustanciales en los sistemas de comercialización u medios de distribución que brinden beneficios a los distintos clientes, lo cual permitirá mantener la vigencia operativa por los siguientes años, incrementando las características de calidad, servicio y rendimiento, fomentando el desarrollo económico local.

CONCLUSIONES

- La recolección de la información permitió sustentar teórica y conceptualmente la investigación, además de ser una guía para el desarrollo del presente trabajo, con el uso de fuentes bibliográficas acerca de los temas integrados, sirvieron de base para los planteamientos realizados.
- El plan estratégico diseñado, cuenta con estrategias financieras, de recursos humanos, operativas y de negociación, la cual permitirá mejorar los procesos administrativos y la rentabilidad de productiva que tengan los pequeños productores de la parroquia Pungalá.
- La identificación de las mejores estrategias se realizó mediante el uso de herramientas de análisis como matriz FODA que permitieron analizar las múltiples características tanto internas como externas, descubriendo cuáles son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de los pequeños productores de la parroquia Pungalá y la parroquia misma, por otro lado, se aplicó el análisis Boston Consulting Group, en el cual se descubrió características particulares de los productos creados en el lugar, a más de generar una idea del monto de la utilidad a estimar por la actividad que realizan los agricultores.
- El proceso de análisis realizado permitió el desarrollo de las planificaciones estratégicas no solo para los productores como se mencionó en un inicio, sino que también se dirige a canalizar la participación activa de toda la población de la parroquia Pungalá.

RECOMENDACIONES

- Con el propósito de incrementar la productividad actual, se debe utilizar nuevas herramientas e implantar conocimientos técnicos en las grandes extensiones de tierras fértiles que se encuentran en la parroquia, mediante el uso y beneficio de las fuentes de residuos orgánicos para abonos y la diversidad de afluentes creando sistemas de riego, generando productos con peso justo y calidad alimentaria.
- Los pequeños agricultores de la parroquia Pungalá, deben generar trabajos conjuntos con las autoridades responsables de obras e infraestructuras públicas, las mismas que ayudarían a la creación de nuevas carreteras para la comercialización de productos agrícolas, que generen a los transportistas acceso seguro a los diferentes puntos de las comunidades, a las cuales no han accedido por la falta de este recurso indispensable.
- La correcta y pronta aplicación de la planificación estratégica, permitirá desarrollar nueva cultura productiva que genere mayor rentabilidad para el pequeño agricultor, ya que las aplicaciones de las diferentes alternativas generaran mayor productividad, lo cual conllevara directamente a la apertura de puestos de trabajo, permitiendo el desarrollo parroquial en cuanto a lo económico, social y cultural.
- Es indispensable que las autoridades encargadas de gestionar el buen desarrollo parroquial, se preocupen y emprendan nuevas fuentes promocionales y publicitarias que haga que no solo la provincia de Chimborazo la conozca, sino también lograr reconocimiento a nivel nacional, mediante la difusión de las diversas actividades económicas y socioculturales.

GLOSARIO

Agrícola: La palabra procede del latín agrícola, en el que ager significa campo de cultivo, mientras que el verbo colere significa referente al cultivo, y el sufijo -a indica el agente que realiza algo, definiéndose así como un adjetivo que califica el trabajo o la actividad que realiza cierta persona a quien se la conoce con el nombre de agricultor (Significados, 2017).

Agrónomo: Persona dotada de un conjunto de conocimientos aplicables al cultivo de la tierra, derivados de las ciencias exactas, físicas y económicas.

Agropecuario: Que tiene relación con la agricultura y la ganadería.

Biodiversidad: Variedad de especies animales y vegetales en su medio ambiente.

Bioestimulantes: De acuerdo con el Consejo Europeo de la Industria de Bioestimulantes, lo definen como las sustancias y/o microorganismos que aplicados a las plantas o a la rizósfera hacen la función de estimular los procesos naturales para mejorar y beneficiar la absorción y eficiencia de nutrientes, la tolerancia al estrés abiótico, y la calidad de los cultivos independientemente de su contenido de nutrientes (Tradecorp, 2016).

Déficit: Referido a los presupuestos del Estado u otras entidades públicas, relacionados con la falta o escasez de algo que se juzga necesario.

Diversificación: Convertir en múltiple y diverso lo que era uniforme y único.

Extensificación: Son aquellas medidas, financiadas parcialmente por políticas agrarias, que animan a los agricultores a cultivar de modo extensivo, a gran escala (Glosario de Riego, 2020).

Hídrico: Adoptado por convenio en la nomenclatura química, designa los ácidos que no contienen oxígeno, como el clorhídrico o el sulfhídrico.

Intromisión: Acción y efecto de entremeter o entremeterse.

Macro-entorno: Se emplea para definir aquellas fuerzas externas que van a tener un impacto indirecto sobre la organización, y que existen independientemente de que haya actividad comercial o no. Debemos tener en cuenta también, que la empresa no podrá ejercer ninguna influencia sobre el macro-entorno (Economipedia, 2016).

Mermado: Hacer que algo disminuya o quitar a alguien parte de cierta cantidad que le corresponde.

Producción: Suma de los productos del suelo o de la industria.

Resiliente: Capacidad de adaptación de un ser vivo frente a un agente perturbador o un estado o situación adversos.

Tenencia: Ocupación y posesión actual y corporal de algo.

Usufructo: Derecho a disfrutar bienes ajenos con la obligación de conservarlos, salvo que la ley autorice otra cosa.

BIBLIOGRAFÍA

- ADMPUNGALA. (31 de Marzo de 2020). *Características generales del territorio*. Recuperado el 10 de Junio de 2021, de GAD Parroquial de Pungalá: <http://pungala.gob.ec/>
- Arias, F. (2012). La Investigación Científica. En F. G. Arias, *El proyecto de investigación* (6ta ed., pág. 26). Caracas, República de Venezuela, Venezuela: EPISTEME, C.A. Recuperado el 22 de Junio de 2021, de Introducción a la metodología científica: https://issuu.com/fidiasgerardoarias/docs/fidias_g._arias._el_proyecto_de_inv
- Basualdo, A., Berterretche, M., & Vila, F. (2015). Inventario y características principales de los mapas de riesgos para la agricultura disponibles en los países de América Latina y el Caribe. *Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (OEA)*, 21. Recuperado el 17 de Julio de 2021, de <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/2550/BVE17038647e.pdf;jsessionid=AA9EBD415415842486B76CE557AD162E?sequence=1>
- Cardona A, O. D. (2009). La Gestión Financiera del Riesgo de Desastres-Instrumentos Financieros de Retención y Transferencia para la Comunidad Andina. En O. D. Cardona A, *Proyecto Apoyo a la Prevención de Desastres en la Comunidad Andina- PREDECAN* (pág. 11). Lima, Perú: Pull Creativo SRL. Recuperado el 17 de Julio de 2021, de <http://www.comunidadandina.org/StaticFiles/Temas/AtencionPrevencionDesastres/EJET1GestionFinancieraRiesgoInstrumentosFinancierosCAN.pdf>
- CEPAL. (2018). *"Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Toda una Vida" de Ecuador*. Recuperado el 21 de Junio de 2021, de Observatorio Regional de Planificación para el Desarrollo de América Latina y El Caribe: <https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/planes/plan-nacional-de-desarrollo-2017-2021-toda-una-vida-de-ecuador>
- Cervantes, A. B. (08 de Agosto de 2011). *Planificación estratégica para una empresa*. Recuperado el 18 de Julio de 2021, de Universidad Empresarial Siglo 21: https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/10894/TFG_Cervantes_Agustin_a.pdf?sequence=1
- Código Orgánico Territorial. (2012). *Codigo Organico De Organizacion Territorial, Autonomia Y Descentralizacion*. Quito, Pichincha, Ecuador. Recuperado el 24 de Julio de 2021, de https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/Codigo_Organizacion_Territorial.pdf

- Contraloría General del Estado. (2014). *Auditoria Externa CP Chimborazo-Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Pungalá*. Interpretativo-Demostrativo, Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Pungalá, Contabilidad, Riobamba. Recuperado el 27 de Julio de 2021, de file:///C:/Users/PC/Downloads/INF_DR6-DPCH-AE-0016-2014.pdf
- COPAE. (10 de Abril de 2020). *Reunión de Medidas sanitarias a implementarse en la Parroquia Pungalá*. Recuperado el 10 de Junio de 2021, de [Pungala.gob.ec](http://www.pungala.gob.ec): <http://www.pungala.gob.ec/miweb/index.php/gad-parroquial/resolucion-del-copae/766-comision-parroquial-para-emergencias-pungala-reunion-2/file>
- Cruz Fernández, A. (2018). La demanda. En COML0210, *Planificación y gestión de la demanda* (1era ed., págs. 53-61). Antequera: IC Editorial. Recuperado el 16 de Julio de 2021, de E-libro Epoch: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/129549>
- Dávila, J. C. (09 de Octubre de 2013). *Capacidades organizacionales: dinámicas por naturaleza*. Recuperado el 14 de Agosto de 2021, de Universidad de los Andes, Bogotá, Colombia, 1975: <http://www.scielo.org.co/pdf/cadm/v26n47/v26n47a02.pdf>
- Digitalist Hub. (12 de Septiembre de 2018). *Por qué debemos contar con un portafolio de productos o servicios en nuestra web*. Recuperado el 14 de Julio de 2021, de Digital Transformation Hub: <https://digitalisthub.com/por-que-debemos-contar-con-un-portafolio-de-productos-o-servicios-en-nuestra-web/>
- Economipedia. (20 de Diciembre de 2016). *Macroentorno*. Recuperado el 13 de Septiembre de 2021, de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/macroentorno.html>
- EP-EMMPA. (2017). *Plan estrategico de desarrollo cantonal riobamba 2025 con participacion ciudadana para el desarrollo*. Técnico, Alcandía de Riobamba, Riobamba. Recuperado el 25 de Julio de 2021, de <https://www.epemapar.gob.ec/wp-content/uploads/2017/03/plandesarrollocantonal.pdf>
- FAO. (Febrero de 2014). Bioenergía y seguridad alimentaria evaluación rápida. *BEFS*, 10. Recuperado el 16 de Julio de 2021, de FAO: <http://www.fao.org/3/bp851s/bp851s.pdf>
- Fernandez Romero, A. (2004). Dirección y planificación estratégica en empresas y organizaciones. España, Madrid: Díaz de Santos. Recuperado el 13 de Julio de 2021, de <https://elibro.net/es/ereader/epoch/53069>
- GADPR PUNGALÁ. (2015). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de pungalá*. demostrativo, gobierno autónomo descentralizado de la parroquia rural de pungalá, Riobamba. Recuperado el 18 de Julio de 2021, de <http://app.sni.gob.ec/sni->

link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0660826440001_PDOT%20GADPR%20PUNGALA_27-10-2015_08-33-18.pdf

García, O. D., & Lorenzo, R. G. (2013). *Los desequilibrios financieros en la administración pública nacional : su trascendencia en la gestión*. Recuperado el 14 de Agosto de 2021, de Repositorio digital Institucional del departamento de Ciencias de la Administración: <https://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/handle/123456789/4597/Los%20desequilibrios%20financieros.pdf?sequence=3>

Glosario de Riego. (2020). *Extensificación*. Recuperado el 13 de Septiembre de 2021, de Riego.org: <https://www.riego.org/glosario/extensificacion/>

Glosario de Riego. (2021). *Déficit hídrico*. Recuperado el 14 de Agosto de 2021, de Riego.org: <https://www.riego.org/glosario/deficit-hidrico/>

Gonzalez Garcia, A. I. (05 de Junio de 2017). *Gestión del riesgo empresarial en la atención del cliente: Caso de la empresa de transportes Mi Chaperito, 2016*. Recuperado el 14 de Agosto de 2021, de Repositorio Institucional digital de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann:

https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9787/gonzalez_garcia_gestion_del_riesgo_empresarial_en_la_atencion_del_cliente.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Guerrero Beltrán, D., & Ordoñez Mendoza, L. (2012). *Evaluación financiera del proyecto de implementación de una Hosteria Eco-Turística en San Antonio de Ñugro en el cantón Pucará, Provincia del Azuay*. Recuperado el 14 de Agosto de 2021, de Repositorio de la universidad del Azuay: <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/1899/1/09183.pdf>

Innovamedia. (2020). *Que es el análisis del mercado*. Recuperado el 15 de Julio de 2021, de Innovamedia Consultores: <https://www.innovamediaconsultores.com/blog/que-es-y-para-que-sirve-un-analisis-de-mercados/>

IONOS. (19 de Noviembre de 2015). *Oferta y demanda: así afectan al mercado*. Recuperado el 16 de Julio de 2021, de www.ionos.es: <https://www.ionos.es/startupguide/gestion/oferta-y-demanda/>

IONOS. (24 de Febrero de 2019). *El análisis de mercado: definición y ejemplos*. Recuperado el 16 de Julio de 2021, de Startup Guide IONOS: [ionos.es/startupguide/gestion/que-es-el-analisis-de-mercado/](https://www.ionos.es/startupguide/gestion/que-es-el-analisis-de-mercado/)

Isootols Excellence. (23 de Febrero de 2015). *¿Qué es el Balanced Scorecard?, conoce su funcionamiento y ventajas*. Recuperado el 02 de Septiembre de 2021, de Blog calidad y

excelencia: <https://www.isotoools.org/2015/02/23/que-es-el-balanced-scorecard-conoce-su-funcionamiento-y-ventajas/>

Jesús Mora , J. E., Salcido Vega, F., & Zamorano Armenta, D. (s.f.). Análisis de la oferta y la demanda del servicio de internet. *Ra Ximhay*, 4, 295-309. Recuperado el 15 de Julio de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/461/46140215.pdf>

Keipi , K., & Tyson , J. (Octubre de 2002). Planificación y protección financiera para sobrevivir los desastres. (B. I. Desarrollo, Ed.) *Serie de informes técnicos del Departamento de Desarrollo Sostenible*, 4. Recuperado el 17 de Julio de 2021, de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Planificaci%C3%B3n-y-protecci%C3%B3n-financiera-para-sobrevivir-los-desastres.pdf>

Lazo Tinoco, X. E. (Octubre de 2016). *Incidencia de la atención al cliente y el portafolio de productos en la imagen de la empresa ENLASA (Enlamos manos trabajadoras) NICARAGUA, en el departamento de Matagalpa, año 2016*. Recuperado el 14 de Agosto de 2021, de Repositorio UNAN: <https://repositorio.unan.edu.ni/5281/1/6079.pdf>

Martínez Pedrós, D., & Milla Gutiérrez, A. (2005). *La elaboración del plan estratégico y su implantación a través del cuadro de ando integral* (Vol. 2). (Albasanz, Ed.) España: Díaz de Santos. Recuperado el 24 de Julio de 2021, de https://books.google.com.ec/books/about/La_elaboraci%C3%B3n_del_plan_strat%C3%A9gico_y.html?id=qGUOpeifd_UC&printsec=frontcover&source=kp_read_button&hl=es&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Martinez, L. (1992). *El empleo rural en el ecuador* (1era. ed.). Quito: INEM-ILDIS. Recuperado el 03 de Junio de 2021, de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/56176.pdf>

Méndez Gutiérrez, B. (25 de Mayo de 2017). *Plan estratégico para el gobierno autónomo descentralizado de la parroquia Guanando, cantón guano, provincia de Chimborazo*. Recuperado el 25 de Julio de 2021, de Repositorio Fade Espoch: <http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/12678/1/92T00161.pdf>

Meza Orosco, J. (Abril de 2017). Evaluación Financiera De Proyectos. En J. d. Meza Orosco, *Evaluación Financiera De Proyectos* (4ta ed., pág. 8). ECOE. Recuperado el 16 de Julio de 2021, de Eco Ediciones: <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2017/04/Evaluaci%C3%B3n-financiera-de-proyectos-4ta-Edici%C3%B3n.pdf>

- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (09 de Septiembre de 2019). *Agricultura, la base de la economía y la alimentación*. Recuperado el 26 de Mayo de 2021, de agricultura.gob.ec: <https://www.agricultura.gob.ec/agricultura-la-base-de-la-economia-y-la-alimentacion/>
- Miranda, J. J. (2003). *Gestión de Proyectos, Evaluación Financiera Económica Social Ambiental* (Quinta ed.). Bogotá, Colombia: MM Editores. Recuperado el 14 de Julio de 2021
- Mometolo Treviño, A. (2012). *Una herramienta para el éxito “la planificación estratégica”*. Honolulu, Hawaii: STRATEGIC PLANNING. Recuperado el 19 de Agosto de 2021
- Münch Galindo, L. (2008). *Planeación Estratégica, el rumbo hacia el éxito* (2da ed ed.). México: Trillas. Recuperado el 25 de Julio de 2021
- Nandrade. (27 de Marzo de 2017). *La Importancia de la Agricultura en nuestro país*. Recuperado el 13 de Junio de 2021, de UTN.EDU.EC: <https://www.utn.edu.ec/ficaya/carreras/agropecuaria/?p=1091>
- Nandrade. (23 de Marzo de 2017). *La Importancia de la Agricultura en nuestro país*. Recuperado el 18 de Mayo de 2021, de tn.edu.ec: <https://www.utn.edu.ec/ficaya/carreras/agropecuaria/?p=1091#:~:text=El%20sector%20agr%C3%ADcola%20tambi%C3%A9n%20proporciona%20forraje%20para%20el%20ganado.&text=Es%20el%20sector%20agr%C3%ADcola%20el,de%20las%20exportaciones%20del%20Ecuador.>
- Navarro, Y. (22 de Febrero de 2021). *¿Qué métodos de recolección de información existen?* Recuperado el 17 de Julio de 2021, de Kizeo Forms: <https://www.kizeo-forms.com/es/que-metodos-de-recoleccion-de-informacion-existen/>
- NIOSH. (29 de Junio de 2017). *Agricultura*. Recuperado el 17 de Julio de 2021, de Instituto Nacional para la Seguridad y Salud Ocupacional: <https://www.cdc.gov/spanish/niosh/topics/agriculture.html>
- Ñauñay Quito, J. L. (Febrero de 2010). *Doación real de agua potable en edificios de Instituciones Públicas de la ciudad de Quito, sector Centro-Norte, la Mariscal*. Recuperado el 09 de Septiembre de 2021, de Repositorio de la Escuela Politécnica Nacional: <https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/4588/1/CD-4209.pdf>
- Oficina Internacional del Trabajo. (2016). *Mejore su negocio - Comercialización*. (IMESUN, Ed.) Recuperado el 14 de Agosto de 2021, de Oficina Internacional del Trabajo, Departamento de Empresas. - Ginebra: OIT, 2016.: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_553921.pdf

- ONU. (2019). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Recuperado el 21 de Junio de 2021, de Trabajo decente y crecimiento económico: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/economic-growth/>
- POCAIP. (06 de Enero de 2021). Estudio Administrativo, Técnico, Financiero y Legal de la Empresa Municipal Mercado de Productores Agrícolas “San Pedro De Riobamba”. (23, Ed.) *FIPCAEC*, 6(1), 8-9. Obtenido de <http://www.ep-emmpa.gob.ec/>
- Quiroa, M. (11 de Marzo de 2020). *Planificación estratégica*. Recuperado el 11 de Junio de 2021, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/planificacion-estrategica.html>
- Ramírez Ramírez, E. J. (Julio de 2011). “*La producción agrícola y su incidencia en el desarrollo socioeconómico del cantón pimampiro de la provincia de imbabura*”. Recuperado el 14 de Agosto de 2021, de Repositorio de la Universidad Técnica Del Norte: <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/1772/1/02%20IEF%2019%20Tesis%20011.pdf>
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (2020). *Planificación*. Recuperado el 13 de Julio de 2021, de Asociación de Academias de la Lwngua Española: <https://dle.rae.es/planificaci%C3%B3n>
- Roncancio, G. (24 de Mayo de 2018). *¿Qué es la Planeación Estratégica y para qué sirve?* Recuperado el 13 de Julio de 2021, de PENSEMOS: <https://gestion.pensemos.com/que-es-la-planeacion-estrategica-y-para-que-sirve>
- Sabino, C. (Febrero de 2008). *El proceso de Investigación* (2da ed.). Caracas, Venezuela: Panapo. Recuperado el 22 de Junio de 2021, de https://metodoinvestigacion.files.wordpress.com/2008/02/el-proceso-de-investigacion_carlos-sabino.pdf
- Santana Guevara, C. B. (09 de Enero de 2020). *Plan de negocios para la comercialización de productos agrícolas en la asociación “San Pedro de Licto” Parroquia Licto, cantón Riobamba*. Recuperado el 12 de Julio de 2021, de [dspace.esPOCH.edu.ec: http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/14000/1/22T0542.pdf](http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/14000/1/22T0542.pdf)
- Significados. (15 de Septiembre de 2017). *Significado de Agrícola*. Recuperado el 13 de Septiembre de 2021, de [Significados.com: https://www.significados.com/agricola/](https://www.significados.com/agricola/)
- SIGNIFICADOS. (07 de Febrero de 2018). *Qué es Estrategia*. Recuperado el 13 de Julio de 2021, de [Significados.com: https://www.significados.com/estrategia/](https://www.significados.com/estrategia/)
- Tamayo , M., & Tamayo. (2002). *El proceso de la investigación científica* (4ta ed.). Mexico: LIMUSA S.A. Recuperado el 22 de Junio de 2021, de

<http://evirtual.uaslp.mx/ENF/220/Biblioteca/Tamayo%20Tamayo->

[El%20proceso%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%20cient%C3%ADfica2002.pdf](#)

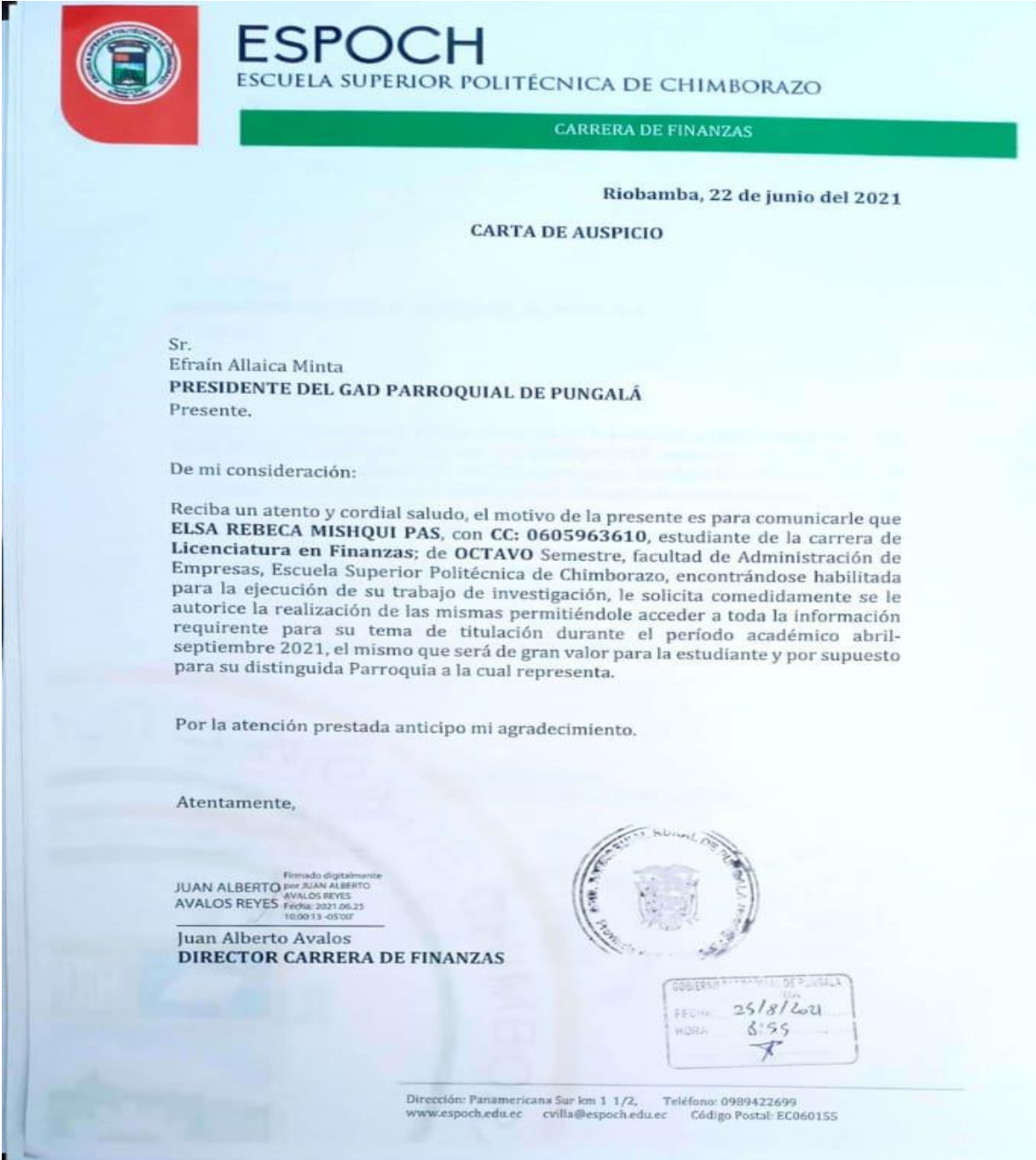
Tito Huamaní, P. L. (2003). Importancia del planeamiento estratégico para el desarrollo organizacional. *Revista de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM*(10), 106. Recuperado el 13 de Julio de 2021, de Bibvirtual: http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2554/1/2003_Tito_Importancia-del-planeamiento%20estrategico-para-el-desarrollo-organizacional.pdf


Tradecorp. (21 de Junio de 2016). *Bioestimulantes, ¿Qué son y cómo funcionan?* Recuperado el 13 de Septiembre de 2021, de Tradecorp.mx: <https://tradecorp.mx/bioestimulantes-que-son-y-como-funcionan/>

Vargas Cueva, J. A. (2017). *Estudio etnográfico sobre el sistema de producción agrícola del anexo de mosopuquio del distrito de characato, en el año 2016*. Tesis, Universidad de San Agustín, Escuela profesional de Antropología, Arequipa. Recuperado el 16 de Julio de 2021, de <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/4576/ANvacuja.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

ANEXO A: Carta de auspicio



 **ESPOCH**
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

CARRERA DE FINANZAS

Riobamba, 22 de junio del 2021

CARTA DE AUSPICIO

Sr.
Efraín Allaica Minta
PRESIDENTE DEL GAD PARROQUIAL DE PUNGALÁ
Presente.

De mi consideración:

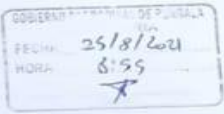

Reciba un atento y cordial saludo, el motivo de la presente es para comunicarle que **ELSA REBECA MISHQUI PAS**, con **CC: 0605963610**, estudiante de la carrera de **Licenciatura en Finanzas**; de **OCTAVO** Semestre, facultad de Administración de Empresas, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, encontrándose habilitada para la ejecución de su trabajo de investigación, le solicita comedidamente se le autorice la realización de las mismas permitiéndole acceder a toda la información requeriente para su tema de titulación durante el período académico abril-septiembre 2021, el mismo que será de gran valor para la estudiante y por supuesto para su distinguida Parroquia a la cual representa.

Por la atención prestada anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,

Firmado digitalmente
JUAN ALBERTO por JUAN ALBERTO
AVALOS REYES
Fecha: 2021.06.23
10:00:13 -05'00'


Juan Alberto Avalos
DIRECTOR CARRERA DE FINANZAS



Dirección: Panamericana Sur km 1 1/2. Teléfono: 0989422699
www.espoch.edu.ec cvilla@espoch.edu.ec Código Postal: EC060155

Para habilitar el proceso de investigación, se requirió de cartas de recomendación de la institución de educación superior hacia la institución que compone en medio de investigación que fue el GADPR de Pungalá.

ANEXO B: Carta de auspicio del GADPR Pungalá.



**GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO
PARROQUIAL RURAL DE PUNGALA**
RUC: 0660826440001
PUERTAS AL ORIENTE
ACUERDO MINISTERIAL N° 193
Chimborazo - Riobamba

Riobamba, 22 de junio del 2021

CARTA DE AUSPICIO

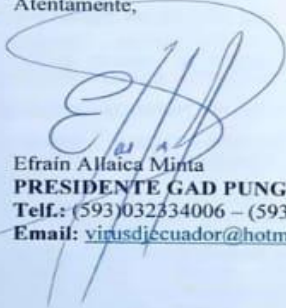
Ing. Juan Alberto Avalos
DIRECTOR DE LA CARRERA DE FINANZAS
Presente

De mi consideración:


Reciba un cordial y atento saludo, el motivo de la presente es para comunicarle que **"GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO RURAL DE PUNGALA"**, brindara la apertura e información necesaria a la Srta. **ELSA REBECA MISHQUI PAS**, portadora de CC. **060596361-0**, para la realización de su trabajo de investigación, el mismo que será de gran valor para la empresa.

Por la atención a la presente le anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,



Efraín Allaica Minta
PRESIDENTE GAD PUNGALA
Telf.: (593)032334006 – (593)0993943472
Email: vinusdjecuador@hotmail.com



GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO
PARROQUIAL RURAL DE PUNGALA

FECHA: 25/8/2021
HORA: 8:55
*

En cumplimiento a las disposiciones legales educativas e investigativas, la institución de investigación, recepta la respuesta a la carta de auspicio generada en primera instancia.

ANEXO C: Certificado del SRI del GADPR.

SRI		Certificado Registro Único de Contribuyentes	
Razón Social GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE PUNGALA		Número RUC 0660826440001	
Representante legal • ALLAICA MINTA EFRAIN			
Estado ACTIVO	Régimen REGIMEN GENERAL		
Inicio de actividades 10/08/2000	Reinicio de actividades No registra	Cese de actividades No registra	
Fecha de constitución 10/08/2000			
Jurisdicción ZONA 3 / CHIMBORAZO / RIOBAMBA		Obligado a llevar contabilidad SI	
Tipo SOCIEDADES		Agente de retención SI	
Domicilio tributario Ubicación geográfica Provincia: CHIMBORAZO Cantón: RIOBAMBA Parroquia: PUNGALA Dirección Referencia: A MEDIA CUADRA DE LA IGLESIA			
Actividades económicas <ul style="list-style-type: none">• Q88900101 - ACTIVIDADES DE GUARDERÍA O ATENCIÓN DIURNA DE NIÑOS, INCLUYENDO EL CUIDADO DIURNO DE NIÑOS CON DISCAPACIDAD• O84110701 - OTRAS ACTIVIDADES DE LA ADMINISTRACION PUBLICA EN GENERAL.• S96090705 - ACTIVIDADES DE SERVICIOS DIVERSOS.• N77301401 - ALQUILER CON FINES OPERATIVOS DE MAQUINARIA Y EQUIPO DE USO AGRÍCOLA Y FORESTAL SIN OPERADORES; TRACTORES UTILIZADOS EN ACTIVIDADES AGROPECUARIAS Y SILVÍCOLAS; TRACTORES DE MANEJO A PIE (DIRIGIDOS POR UNA PERSONA DESDE FUERA), SEGADORAS, INCLUIDAS SEGADORAS DE CÉSPED, REMOLQUES Y SEMIRREMOLQUES DE CARGA Y DESCARGA AUTOMÁTICA, MÁQUINAS UTILIZADAS EN LA AGRICULTURA PARA PREPARAR LOS SUELOS, PLANTAR O ABONAR, COMO ARADOS, ESPARCIDORAS DE ESTIÉRCOL, SEMBRADORAS, RASTRILLADORAS, MÁQUINAS DE ORDEÑAR; ASPERSORES DE USO AGRÍCOLA, MÁQUINAS PARA LA RECOLECCIÓN Y TRILLA, COMO COSECHADORAS, TRILLADORAS, CRIBADORAS; MÁQUINAS UTILIZADAS EN LA AVICULTURA Y APICULTURA, EQUIPO PARA LA PREPARACIÓN DE PIENSO, MÁQUINAS PARA LIMPIAR, SELECCIONAR Y CLASIFICAR HUEVOS, FRUTA, ETCÉTERA.			
Establecimientos			
Abiertos 3		Cerrados 0	
1/2			
www.sri.gob.ec			

El documento de Registro Único del Contribuyente, permite conocer información acerca de las actividades a las cuales están sujetas los funcionarios del GADPR de Pungalá.

ANEXO D: Reverso de RUC del GADPR Pungalá.

Razón Social GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE PUNGALA	Número RUC 0660826440001
--------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------


Obligaciones tributarias

- ANEXO TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO
- 1031 - DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE
- ANEXO RELACIÓN DEPENDENCIA
- 2011 DECLARACION DE IVA

i Las obligaciones tributarias reflejadas en este documento están sujetas a cambios. Revise periódicamente sus obligaciones tributarias en www.sri.gob.ec.

Números del RUC anteriores

No registra

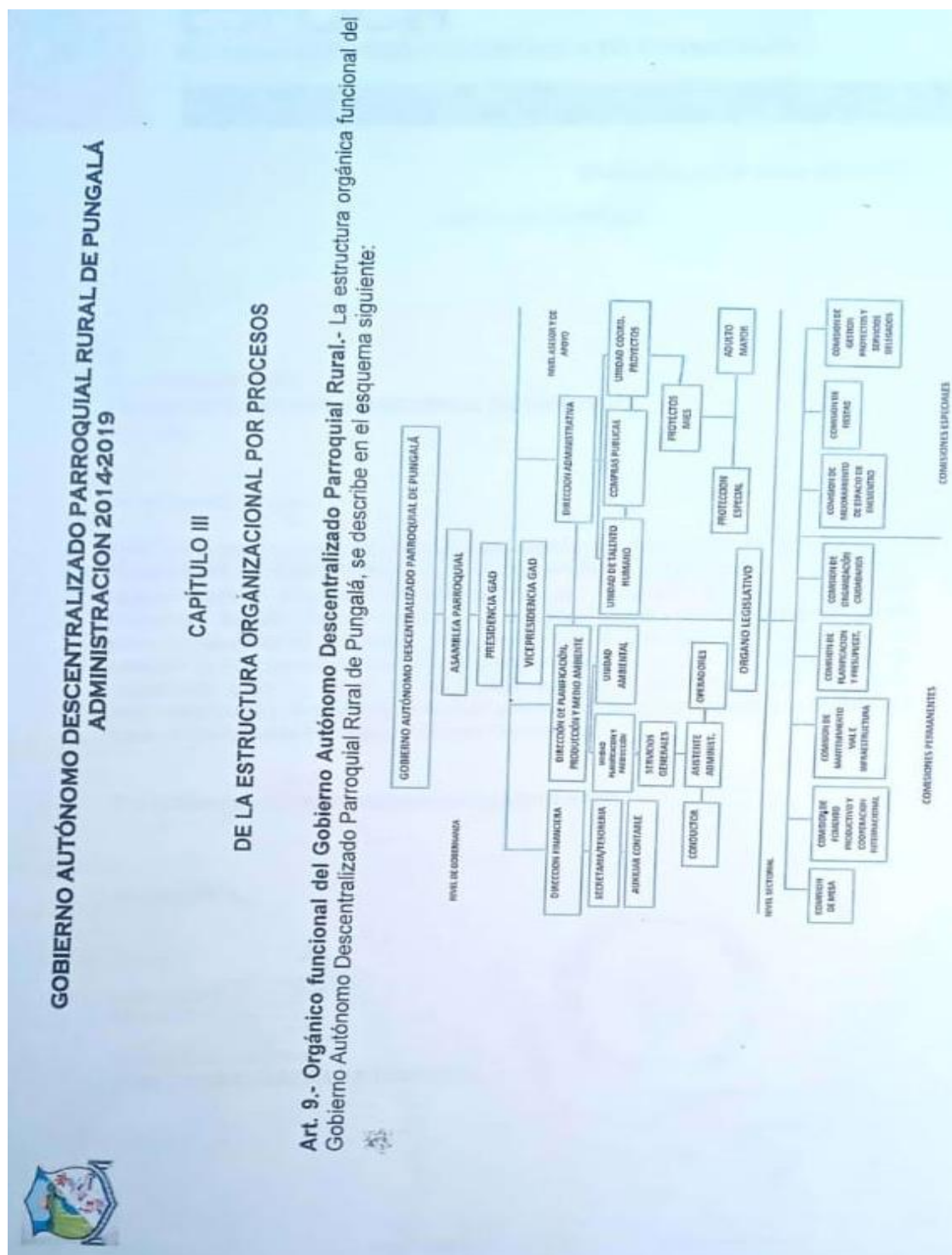
	Código de verificación:	CATRCR2021002008700
	Fecha y hora de emisión:	24 de agosto de 2021 14:56
	Dirección IP:	10.1.2.142
	Validez del certificado: El presente certificado es válido de conformidad a lo establecido en la Resolución No. NAC-DGERCGC15-00000217, publicada en el Tercer Suplemento del Registro Oficial 462 del 19 de marzo de 2015, por lo que no requiere sello ni firma por parte de la Administración Tributaria, mismo que lo puede verificar en la página transaccional SRI en línea y/o en la aplicación SRI Móvil.	

2/2

www.sri.gob.ec

El documento de Registro Único del Contribuyente, permite conocer información acerca de las actividades a las cuales están sujetas los funcionarios del GADPR de Pungalá.

ANEXO E: Estructura organizacional del GADPR.



La administración del GADPR de Pungalá, permitió acceder a la documentación de la estructura orgánica funcional.

ANEXO F: Aplicación de encuestas a los comerciantes.



La determinación del número de la muestra permitió acceder a un número especificado de la población para la óptima aplicación del instrumento de investigación a los comerciantes del EP-EMMPA.

ANEXO G: Recorrido a comunidades.



El recorrido de la aplicación de las encuestas a los pequeños agricultores se inició en la plaza central de la parroquia Pungalá, en el cual se encuentra la fotografía turística que determina las distintas rutas de turismo y comunidades.

ANEXO H: Aplicación de encuestas a los productora de hortalizas.



Los pequeños agricultores de la parroquia Anguñay, ayudaron a la correcta y optima realización de la investigación, brindando información acerca de los productos que cultivan.

ANEXO I: Aplicación de encuestas a productora de maíz y/o choclo.



Los pequeños agricultores de la comunidad de Pungalá-Pamba, brindaron información valiosa y detallada.

ANEXO J: Aplicación de encuestas a productor de ajos.



Los pequeños agricultores de la comunidad de Puruhay Rayo Lama, mostraron preocupación por la gran disminución de las actividades agrícolas en esta parroquia.

ANEXO K: Aplicación de encuestas a productor de papa.



Las actividades agrícolas en la comunidad de Shanaycun, realizando aporque de papa por segunda vez.

ANEXO L: Siembra de alcachofas.



La producción de la alcachofa en esta parroquia ha sido muy acogedora, ya que sus tierras son adecuadas para la buena calidad de este producto.

ANEXO M: Siembra de habas.



Cultivo de habas en la comunidad de Alao Llacta Pamba.

ANEXO N: Sistema de riego.



La labor de riego en el sector se da por medio de las sequias y senderos de agua.

ANEXO O: Rutas de transporte.



La mayoría de las carreteras en la parroquia, se encuentran en mal estado, por lo que en tiempos de lluvia impiden al transportista a ingresar a las diferentes comunidades.

ENCUESTA APLICADA A LOS PRODUCTORES DE LA PARROQUIA PUNGALÁ

OBJETIVO: Determinar la factibilidad de la actividad agrícola en los pequeños productores de la Parroquia Pungalá. Sus respuestas serán valiosas para la toma de decisiones en el implemento de una planificación estratégica, por la que rogamos honestidad en sus respuestas.

Edad: _____ Sexo: M ____ F ____

1. ¿Qué producto siembra con frecuencia?

Papas	<input type="checkbox"/>	Brócoli	<input type="checkbox"/>	Tomate de riñón	<input type="checkbox"/>
Frejol	<input type="checkbox"/>	Zanahoria	<input type="checkbox"/>	Mellico	<input type="checkbox"/>
Maíz/choclo	<input type="checkbox"/>	Cebada	<input type="checkbox"/>	Ocas	<input type="checkbox"/>
Arveja	<input type="checkbox"/>	Chochos	<input type="checkbox"/>	Alcachofa	<input type="checkbox"/>
Cebolla blanca	<input type="checkbox"/>	Ajos	<input type="checkbox"/>	Habas	<input type="checkbox"/>
Cebolla colorada	<input type="checkbox"/>	Mora	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>
Col	<input type="checkbox"/>	Frutilla	<input type="checkbox"/>		
Coliflor	<input type="checkbox"/>	Tomate de árbol	<input type="checkbox"/>		

¿Cual? _____

2. ¿A quién vende sus productos agrícolas?

Mercados mayoristas	<input type="checkbox"/>	Otros mercados intermediarios	<input type="checkbox"/>
Comerciantes	<input type="checkbox"/>	Consumidor final	<input type="checkbox"/>

3. ¿Qué características cree que es la más importante para que sus clientes adquieran sus productos?

Precio	<input type="checkbox"/>	Sabor	<input type="checkbox"/>
Calidad	<input type="checkbox"/>	Provisión permanente	<input type="checkbox"/>
Cantidad	<input type="checkbox"/>	Tamaño de los productos	<input type="checkbox"/>

4. ¿Con qué frecuencia cosecha sus productos?

Semestral	<input type="checkbox"/>	Mensual	<input type="checkbox"/>
Trimestral	<input type="checkbox"/>	Anual	<input type="checkbox"/>
Cuatrimestral	<input type="checkbox"/>		

5. ¿Cómo planifica sus cultivos?

Calendarios de siembras	<input type="checkbox"/>	Esquema de ciclo fenológico de cultivos	<input type="checkbox"/>
Calendarios de suministros	<input type="checkbox"/>	Manuales de cultivo	<input type="checkbox"/>
Fichas técnicas de cultivo	<input type="checkbox"/>	Ninguno	<input type="checkbox"/>

6. ¿Cuál es el ingreso que recibe por su actividad?

Menos de \$100 De \$201-\$300 De \$401 a \$500
De \$101-\$200 De \$301-\$400 Más de \$501

7. ¿Qué medio de transporte utiliza para la comercialización de sus productos?

Carro propio Ninguno
Carro alquilado Otros
Animales de carga
¿Cuál? _____

8. ¿Cuál es la cantidad de dinero que paga por el transporte de sus productos?

Menos de \$5.00 De \$15.01 a \$20.00
De \$5.01 a \$ 10.00 Más de \$20.01
De \$10.01 a \$15.00 Ninguno

9. ¿En caso de necesitar un financiamiento, cual es el medio que más utiliza?

Ahorros Apoyo de entidades del Estado
Prestamos en las IFIS Prestamos informales

10. ¿De qué entidades u organizaciones recibe ayuda?

Agencia Ecuatoriana de Sanidad Agropecuaria (AGROCALIDAD)
Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias del Ecuador – INIAP
Ministro de Agricultura y Ganadería MAG
Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP)
Ninguna

11. ¿Considera usted, que la actual comercialización de productos agrícolas tiene un precio justo?

Si No

12. ¿Estaría de acuerdo con tener una adecuada estructura de producción, que ayude a la maximización de sus utilidades?

Sí No

13. ¿Cree usted que una planificación para la comercialización, ayudaría a la mejora de la competitividad comercial de la parroquia Pungalá?

Si No

¡Gracias por su colaboración!!!

ENCUESTA APLICADA A LOS COMERCIANTES DEL EP-EMMPA

OBJETIVO: Determinar la factibilidad comercial de los productos agrícolas de la Parroquia Pungalá, en el mercado de productores mayoristas de la ciudad de Riobamba.

1. ¿De qué parroquia compra sus productos con frecuencia?

Licto	<input type="checkbox"/>	San Luís	<input type="checkbox"/>	Quimiag	<input type="checkbox"/>
Cebadas	<input type="checkbox"/>	Calpi	<input type="checkbox"/>	Chambo	<input type="checkbox"/>
Guano	<input type="checkbox"/>	Licán	<input type="checkbox"/>	Pungalá	<input type="checkbox"/>

Otros: _____

2. ¿En qué presentación se encuentran habitualmente los productos que adquiere con mayor frecuencia?

Lona/saco	<input type="checkbox"/>	Fundas plásticas	<input type="checkbox"/>
Cajas de cartón	<input type="checkbox"/>	Atados	<input type="checkbox"/>
Cajas de madera	<input type="checkbox"/>	Sueltos	<input type="checkbox"/>

3. ¿Compra usted productos agrícolas de la parroquia Pungalá?

Si No

En caso de no adquirir productos agrícolas de la Parroquia Pungalá no conteste las demás preguntas.

4. ¿Por qué compra productos agrícolas de la parroquia Pungalá?

Precio	<input type="checkbox"/>	Cantidad	<input type="checkbox"/>
Calidad	<input type="checkbox"/>	Sabor	<input type="checkbox"/>

5. ¿Considera usted que los productores de la Parroquia Pungalá deben venderse con mayor frecuencia?

Si No

6. ¿De acuerdo con la presentación, cómo le gustaría recibir los productos de la Parroquia Pungalá?

Productos lavados	<input type="checkbox"/>	Envasadas en fundas	<input type="checkbox"/>
Productos limpios	<input type="checkbox"/>	Envasadas en sacos	<input type="checkbox"/>
Productos bien separados/clasificados	<input type="checkbox"/>	Envasadas en cartón	<input type="checkbox"/>
Productos de peso completo	<input type="checkbox"/>	Envasados en cajas de madera	<input type="checkbox"/>
Envasados por porciones	<input type="checkbox"/>		

¡Gracias por su colaboración!!!