



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TÍTULO

LOS SISTEMAS DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS ORIGINARIOS DE LA ZONA EN LA PARROQUIA MUYUNA, CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO Y SU EFECTO EN LA ECONOMÍA FAMILIAR, PERIODO 2016.

TRABAJO DE TITULACIÓN
PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

Autora

Karina Del Rocio Quinapallo Aguinda

Tutora

Eco. Ximena Tapia Hermida.

Riobamba – Ecuador

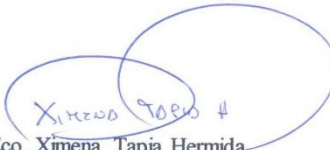
2017

INFORME DEL TUTOR

En mi calidad de tutora del proyecto de investigación, cuyo título es: **“LOS SISTEMAS DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS ORIGINARIOS DE LA ZONA EN LA PARROQUIA MUYUNA, CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO Y SU EFECTO EN LA ECONOMÍA FAMILIAR, PERIODO 2016”**, luego de haber revisado el presente trabajo de investigación y ver que ha cumplido con los requisitos y reglamentos planteados por la Universidad Nacional de Chimborazo y la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, me permito sugerir su aprobación y su posterior defensa.

Riobamba, 2017

Atentamente,



Eco. Ximena Tapia Hermida
TUTORA

HOJA DE CALIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TÍTULO DEL PROYECTO

“LOS SISTEMAS DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS ORIGINARIOS DE LA ZONA EN LA PARROQUIA MUYUNA, CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO Y SU EFECTO EN LA ECONOMÍA FAMILIAR, PERIODO 2016”.

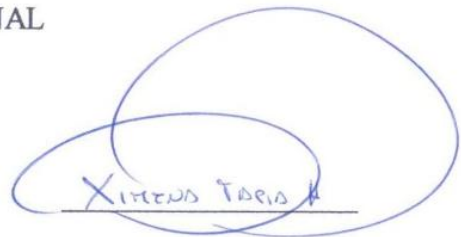
NOMBRES Y FIRMAS DE MIEMBROS DEL TRIBUNAL

MIEMBRO TRIBUNAL

Eco. Ximena Tapia

9.5

Calificación



XIMENA TAPIA

Firma

MIEMBRO TRIBUNAL

Ing. Marieta Tapia

9

Calificación



Marieta Tapia

Firma

MIEMBRO TRIBUNAL

Lic. Gabriela de la Cruz

9

Calificación



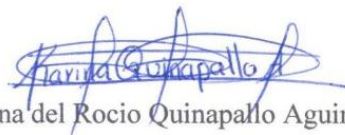
Gabriela de la Cruz

Firma

NOTA: 9.16 (SOBRE 10)

DERECHO DEL AUTOR

Yo, **KARINA DEL ROCIO QUINAPALLO AGUINDA**, con cédula de ciudadanía N°. 150059800-6, soy responsable de las ideas, doctrinas, resultados y propuestas alternativas realizadas en la presente investigación previamente establecida por la Carrera de Ingeniería Comercial y los derechos de autoría pertenecen a la Universidad Nacional de Chimborazo.



Karina del Rocio Quinapallo Aguinda

C.I.150059800-6

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a Dios, por permitirme alcanzar uno más de mis triunfos, a mi Madre por ser el pilar que me ha sostenido y a mí Hermano por ser el gran apoyo de mi familia, mis dos grandes motivos en esta vida para ser mejor.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de mis estudios y de mi vida.

El agradecimiento eterno a mi Madre por ser el motor que ha impulsado mi vida desde siempre y a mi familia por apoyarme siempre y ayudarme a conseguir este sueño y todos los proyectos de mi vida que alcanzado.

Y a mis maestros que supieron transmitir todo su conocimiento y a lo largo de la carrera universitaria, en especial a mi tutora, Eco. Ximena Tapia Hermida por haber guiado este trabajo y por la amistad que se ha forjado.

Gracias a esas personas que me ayudaron directa e indirectamente en la realización de este proyecto de investigación.

ÍNDICE GENERAL

INFORME DEL TUTOR	ii
HOJA DE CALIFICACIÓN DEL TRIBUNAL	iii
DERECHO DEL AUTOR	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
PALABRAS CLAVES	xi
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
INTRODUCCIÓN	14
CAPÍTULO I	15
1. MARCO REFERENCIAL	15
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.2. JUSTIFICACIÓN	16
1.3. OBJETIVO	17
1.3.1. GENERAL	17
1.2.2. ESPECÍFICOS	17
CAPÍTULO II	18
2. ESTADO DEL ARTE	18
2.1. ANTECEDENTES	18
2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	18
2.2.1. RESEÑA HISTÓRICA DEL LUGAR	18
2.2.2. SISTEMAS DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	20
2.2.2.1. SISTEMAS DE PRODUCCIÓN	20
2.2.2.2. ESTRATEGIAS DE PRODUCCIÓN	20
2.2.2.3. CARACTERISTICAS DE PRODUCCIÓN	21
2.2.2.4. POLÍTICAS DE PRODUCCIÓN	21
2.2.2.5. SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN	22
2.2.2.6. EXTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN	23
2.2.2.7. CARACTERISTICAS DE COMERCIALIZACIÓN	23
2.2.2.8. POLÍTICAS DE COMERCIALIZACIÓN	24
2.2.3. COMO SE RELACIONA LA PRODUCCIÓN CON LA COMERCIALIZACIÓN	24
2.2.4. CARACTERÍSTICAS DE LA ECONOMÍA FAMILIAR	25
2.2.4.1. ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO	26

2.2.4.2. POBLACIÓN Y GÉNERO	26
2.2.4.3. POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA.....	28
2.2.4.4. TASA DE DESEMPLEO.....	29
2.2.4.5. EDUCACIÓN	29
2.2.4.6. INDICADORES ECONÓMICOS	30
CAPÍTULO III.....	31
3. METODOLOGÍA	31
3.1. MÉTODO.....	31
3.1.1. INDUCTIVO	31
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	31
3.2.1. DOCUMENTAL.....	31
3.2.2. CAMPO.....	31
3.3. DISEÑO	32
3.3.1. NO-EXPERIMENTAL.....	32
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	32
3.4.1. POBLACIÓN.....	32
3.4.2. MUESTRA.....	32
3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	33
3.5.1. TÉCNICAS	33
3.5.2. INSTRUMENTOS	34
CAPÍTULO IV	35
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	35
4.1. LINEAMIENTOS ALTERNATIVOS DE LOS SISTEMAS DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.....	35
4.2. RESULTADOS.....	36
4.2.1. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LA POBLACIÓN DE LA PARROQUIA MUYUNA	36
4.3. DISCUSIÓN.....	47
CAPÍTULO V.....	48
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	48
5.1. Conclusiones	48
5.2. Recomendaciones	48
6. BIBLIOGRAFÍA.....	49
7. ANEXOS.....	51

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: HABITANTES DEL PAÍS, PROVINCIA Y PARROQUIA MUYUNA	27
Tabla 2: HABITANTES POR GÉNERO DE LA PARROQUIA MUYUNA	27
Tabla 3: HABITANTES POR EDAD Y GÉNERO DEL PAÍS	27
Tabla 4: PERSONAS CON ACTIVIDAD ECONÓMICA.....	28
Tabla 5: PERSONAS CON EDAD A TRABAJAR	28
Tabla 6: PORCENTAJE DE DESEMPLEO EN EL PAÍS	29
Tabla 7: PORCENTAJE DE ANALFABETISMO EN EL PAÍS Y LA PROVINCIA	29
Tabla 8: PORCENTAJE DE LA TASA DE INFLACIÓN INTERANUAL	30
Tabla 9: FODA DE LOS SISTEMAS DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DE LA ZONA	36
Tabla 10: PRODUCTOS CON MAYOR PRODUCCIÓN.....	37
Tabla 11: PRODUCTOS CON MAYOR COMERCIALIZACIÓN.....	38
Tabla 12: SUPERFICIE PARA LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA.....	39
Tabla 13: DESTINO DE LA PRODUCCIÓN	40
Tabla 14: LUGARES DE COMERCIALIZACIÓN	41
Tabla 15: APOYO DE ASOCIACIONES O GREMIOS.....	42
Tabla 16: EDAD DE LAS PERSONAS QUE SE DEDICAN A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	43
Tabla 17: MIEMBRO QUE APORTA CON LA ECONOMÍA	44
Tabla 18: VALOR DE INGRESO ECONÓMICO	45
Tabla 19: EXISTENCIA DE APOYO A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	46
Tabla 20: Fotografías de las encuestas realizadas a los pobladores de la Parroquia Muyuna	51

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: PRODUCTOS CON MAYOR PRODUCCIÓN.....	37
Gráfico 2: PRODUCTOS CON MAYOR COMERCIALIZACIÓN.....	38
Gráfico 3: SUPERFICIE PARA LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA.....	39
Gráfico 4: DESTINO DE LA PRODUCCIÓN.....	40
Gráfico 5: LUGARES DE COMERCIALIZACIÓN.....	41
Gráfico 6: APOYO DE ASOCIACIONES O GREMIOS.....	42
Gráfico 7: EDAD DE LAS PERSONAS QUE SE DEDICAN A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.....	43
Gráfico 8: MIEMBRO QUE APORTA CON LA ECONOMÍA.....	44
Gráfico 9: VALOR DE INGRESO ECONÓMICO.....	45
Gráfico 10: EXISTENCIA DE APOYO A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	46

PALABRAS CLAVES

AFC: Agricultura Familiar Campesina.

INEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

MAGAP: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.

MIES: Ministerio de Inclusión Económica y Social.

Parroquias: Son las divisiones administrativas de menor (tercer nivel). Pueden ser urbanas y rurales.

PDyOT: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial.

PEA: Población Económicamente Activa.

PET: Población en Edad de Trabajar.

PNBV: Plan Nacional para el Buen Vivir.

USD: Dólar estadounidense.

SIISE: Sistema de Indicadores Sociales del Ecuador.

SIPAE: Sistema de Investigación sobre la Problemática Agraria en el Ecuador.

RESUMEN

En el presente trabajo se realizará la investigación de “Los Sistemas de Producción y Comercialización de los Productos Originarios de la zona en la Parroquia Muyuna, Cantón Tena, Provincia de Napo y su efecto en la Economía Familiar, Periodo 2016.”, que busca brindar la información necesaria sobre la producción y comercialización de la parroquia Muyuna, para la toma de decisiones y puedan aportar para mejorar la producción y la viabilidad de los productos que cultivan los agricultores con la finalidad de obtener ingresos económicos para sus familias.

El capítulo I, Marco Referencial, está compuesto por: planteamiento del problema, justificación de la investigación; y además se plantean los objetivos general y específicos.

El capítulo II, Estado del Arte, está compuesto por antecedentes y fundamentación teórica; dentro de las cuales se desarrollan definiciones, la importancia de la producción y comercialización

El capítulo III, Metodología, la cual señala el método de la investigación, así como se analiza la información acerca de la producción y comercialización de cada uno de los productos agrícolas que se cultivan en la zona.

El capítulo IV, Resultados y Discusión, se establece de la información que se obtuvo mediante la investigación a través de la encuesta.

El capítulo V, Conclusiones y Recomendaciones, se establecen una vez de haber finalizado la presente investigación.

ABSTRACT

Abstract

In the present work will be carried out the investigation of "The Production and Marketing systems of the originating products of the area in the parish of Muyuna, Tena, Province of Napo and its effect in the family economy, Period 2016.", which seeks to provide the necessary information on the production and marketing of the parish of Muyuna, for the decision-making and can contribute to improve the production and the viability of the products that farmers cultivate in order to obtain economic income for their families. Chapter I, Referential Framework, is composed of: problem statement, justification of research; and also the general and specific objectives. Chapter II, State of Art, is composed of background and theoretical foundation; within which definitions are developed, the importance of production and marketing. Chapter III, Methodology, which outlines the research method, as well as information on the production and marketing of each of the agricultural products that are grown in the area. Chapter IV, Results and Discussion, establishment of information that was obtained through research through the survey. Chapter V, Conclusions and Recommendations, these are established once the present investigation has been completed.



Reviewed by: Barriga, Luis
Language Center Teacher



INTRODUCCIÓN

Mediante el presente trabajo investigativo se pretende comprobar como incide los sistemas de producción y comercialización de los productos originarios de la zona en la Parroquia Muyuna, Cantón Tena, Provincia del Napo en la Economía Familiar, periodo 2016, el mismo que pretende desarrollar nuevas estrategias y formas de asociatividad, para obtener ingresos por la variedad de productos e impulsar el desarrollo de los mismos como alternativa económica para sus agricultores.

El estudio del Sistema de Producción y Comercialización de los Productos Originarios de la zona en la Parroquia Muyuna es de gran interés para el Presidente de la Junta Parroquial y directamente para su población, tiene importancia al dar a conocer su estado situacional, posibles características y estrategias que pueden enfocarse para generar mejores niveles de crecimiento y economía familiar en su entorno y desarrollo local, acrecentar la efectividad de oferta y nuevas oportunidades en la diversificación de su mercado – producto.

En consideración, la presente investigación contribuirá a establecer mejoras para la producción y comercialización de los productos originarios de la zona, establecer políticas y posibles estrategias para enfocar el comercio justo, potencializar e incrementar los ingresos de los habitantes de la zona en su economía familiar, mediante la fomentación de asociatividad dentro de la parroquia.

0967629185

CAPÍTULO I

1. MARCO REFERENCIAL

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la Parroquia Muyuna no existen sitios que brinden fuentes de empleo, razón por la cual la población en su mayoría se desplaza a la ciudad en busca de fuentes de trabajo. Los habitantes del sector se dedican a diferentes actividades, estos productos de la zona son: producción de cacao con mayor concentración productiva con el 26,70%, la yuca con el 20,89%, el plátano con el 14,88% estos productos sirven para el consumo familiar como para la venta; entre los productos de mayor comercialización están también: el maíz duro y el café con el 22,85%; la chonta, guaba, avío, naranja, mandarina, guayusa, yerbaluisa con el 14,68% en niveles menores para el autoconsumo y comercialización individual, sirven también para su sustento y economía familiar, donde la producción agrícola ocupan las mujeres el 23%; del total de la población económicamente activa y fuerza laboral es de 2.807 habitantes el 51.44% son hombres y el 48.56% mujeres, entre las edades comprendidas de 15 a 64; el 23.03% representa al sector primario (agrícola y ganadero), por la diversidad de productos agrícolas a los que se dedica a la siembra el agricultor en cuanto a producción y comercialización. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial [PDyOT], 2016)

En cuanto a las necesidades económicas que se presentan en los hogares de las familias de la parroquia Muyuna, se dan debido a la falta de fuentes de trabajo e ingresos fijos, entre otros factores; por tal razón, las actividades de ventas de sus productos son más notorias en las calles de la ciudad, esto se genera ya que sus habitantes cultivan, comercializan y distribuyen sus productos a los consumidores empíricamente, principal problemática de los dirigentes de la Parroquia Muyuna cuando se trata de manejar métodos de producción y comercialización y formalizar su proceso; todo esto por falta de desconocimiento de cómo desarrollar microempresas comunitarias, generar alianzas y conseguir fuentes de financiamiento económico por parte del Estado. En la actualidad se presenta como una de las dificultades que tiene la población de la ciudad de Tena el acceder a créditos tanto en instituciones públicas como privadas, por los intereses elevados y por trámites y requisitos considerados exagerados. (PDyOT, 2016)

En la parroquia Muyuna no existen empresas que se dediquen a la comercialización de productos originarios de la zona que fortalezcan las fuentes de producción y comercialización para la reactivación de la economía familiar de los habitantes, su entorno empresarial está dado por: 1 Cooperativa de taxis y 4 cajas comunitarias; además de emprendimientos tales como: 40 tiendas que corresponden a familias asentadas en las comunidades lo que representan el 80%; y su diferencia se clasifica en: 4 cabañas-balnearios: 1 cabaña comunitaria y 3 cabañas privadas equivalentes al 8%, y 6 hosterías en su mayoría son privadas que corresponde al 12%. (PDyOT, 2016)

En caso de mantenerse el problema en la Parroquia Muyuna, sus habitantes seguirían vendiendo sus productos de manera informal, se perdería la oportunidad de fortalecer la asociatividad de los individuos con el fin de obtener mayores beneficios económicos en sus familias y aportes en el sector.

1.2. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación “Los Sistemas de Producción y Comercialización de los Productos Originarios de la zona en la Parroquia Muyuna, Cantón Tena, Provincia de Napo y su efecto en la Economía Familiar, Periodo 2016”, tiene como objetivo establecer la información de las posibles variables que inciden en la producción, comercialización y economía familiar de cada una de las familias de la parroquia.

La pertinente información será de gran utilidad para mejorar los sistemas de producción y comercialización de los agricultores de la parroquia y es necesario conocer como esta su producción e influye en la economía familiar de la población, que mediante las variables permiten conocer las diferencias en los ingresos que perciben las familias. Esta investigación beneficiará a los pobladores en la toma de decisiones, para la aplicación de proyectos relacionados con la agricultura en referencia a los productos que en el sector más se cultiva.

La investigación brindará un aporte importante como fuente de información a las instituciones públicas y privadas, las cuales podrán conocer y tomar decisiones adecuadas de acuerdo a los resultados obtenidos y así establecer nuevas estrategias de producción y comercialización que beneficien el crecimiento económico familiar de la parroquia Muyuna.

1.3. OBJETIVO

1.3.1. GENERAL

Determinar cómo incide los Sistemas de Producción y Comercialización de los Productos Originarios de la zona en la Parroquia Muyuna, Cantón Tena, Provincia de Napo y su efecto en la Economía Familiar, Periodo 2016.

1.2.2. ESPECÍFICOS

- Identificar los sistemas de producción y comercialización de los productos originarios de la zona en la Parroquia Muyuna, Cantón Tena, Provincia de Napo. Periodo 2016.
- Establecer la clasificación de los productos originarios de la zona de la Parroquia Muyuna, Cantón Tena, Provincia de Napo. Periodo 2016 y sus oportunidades en la economía familiar y en el mercado
- Determinar lineamientos alternativos que permitan plantear un sistema de producción y comercialización efectivo y estratégico de productos originarios de la zona en la Parroquia Muyuna, Cantón Tena, Provincia de Napo para mejoras en la Economía Familiar a través de la penetración y desarrollo de mercado – producto - familia.

CAPÍTULO II

2. ESTADO DEL ARTE

2.1. ANTECEDENTES

En el desarrollo sobre este trabajo de investigación se encontró trabajos similares realizados tales como: “LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL BRÓCOLI Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LAS COMUNIDADES DE GATAZO ZAMBRANO, GATAZO HOSPITAL, GATAZO CHICO Y GATAZO GRANDE, DURANTE EL PERIODO 2012-2013”, misma que fue realizada en la Universidad Nacional de Chimborazo en el año 2014, por Gualoto & Gualoto,(2014), cuyo objetivo fue determinar la influencia de producción y comercialización del brócoli en el desarrollo socioeconómico de la comunidades del sector de Gatazo; así también se tiene otro tema que tiene relación con los sistemas de producción y comercialización, el cual se titula: “DIAGNÓSTICOS DE LOS SISTEMAS DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LAS ASOCIACIONES AGROECOLÓGICAS DE LA CIUDAD DE CUENCA”, la cual fue realizada en la Universidad Politécnica Salesiana de la ciudad de Cuenca en el año 2015, por Córdova Ordóñez y plantea como objetivo principal diagnosticar los sistemas de producción y comercialización de los cultivos que realizan las asociaciones agroecológicas con el fin de conocer la metodología y la forma de producir sus parcelas los cuales le permitirán generar ingresos.

Teniendo como antecedentes las investigaciones descritas anteriormente, la presente tiene como finalidad impulsar el desarrollo en cuanto a los sistemas de producción y comercialización de los productos originarios de la Parroquia Muyuna, implementando nuevos sistemas para el fortalecimiento en la economía familiar.

2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1. RESEÑA HISTÓRICA DEL LUGAR

El 20 de Enero del 2011, mediante ordenanza N°004-2011, el Consejo Municipal de Tena aprueba la creación de la Parroquia Rural de San Juan de Muyuna con 19 comunidades asentadas en el territorio parroquial catastrado por el GAD Municipal de Tena: Tiwintza, El Calvario, Chontayacu, Cóndor Mirador, San Salvador, Chambira, San Pedro de Tena,

Muyuna, Tazayacu, San José de Chacumbi, Centro de Wayrayacu, Centro Auca, San Vicente de Chacumbi, Atacapi, San Francisco de Guayaquil, Alto Tena, Shitig, Lupi, Cuyayacu; de las cuales los cinco primeros años de vida institucional se ha incrementado 10 comunidades y sectores que faltan de legalizar su personería jurídica: Santa Margarita, San Pascual de Wayrayacu, Flor del Valle, San Juanito, San Francisco, San Pascual de Muyuna, Pumarumi, San Luís de Colonso, Rey Loma, Mushuk Kawsay, siendo un total de 29 comunidades; según datos de la proyección INEC al 2015 cuenta con una población de 6.727 habitantes con una Tasa de Crecimiento Anual de 4,34%.

La población total de la Parroquia San Juan de Muyuna es de 5.362 habitantes, con 2.663 mujeres que representa el 49,66% y 2.699 hombres con un 50,34% de la población total, de los cuales constituyen 4.741 (89,84%) Kichwa Amazónico con su particularidad cultural, lingüística y conocimientos ancestrales, 483 habitantes son Colonos (mestizos) 8.41%, Blancos 1,21%, Montubios 0,24%, Afro ecuatoriano 0,17% y otros 0,13%, el idioma que predomina es Kichwa-español. (PDyOT, 2016)

La población de san Juan de Muyuna se identifica como Kichwa Amazónico, aporta con elementos culturales que deben ser rescatados, valorizados y aplicados como: medicina ancestral, costumbres, tradiciones, música, danza, gastronomía tradicional y formas de organización comunitaria son aspectos que fortalecen su identidad, las cuales han sido transmitidas de generación en generación.

Es una zona con recursos tangibles por la existencia de áreas protegidas y de conservación, resaltan lugares paisajistas, su relieve, clima, abundantes recursos hídricos y la riqueza cultural Kichwa de sus pobladores, caracterizado como un lugar turístico de la amazonia, el mismo que hace falta ser explotado de manera comunitaria, existiendo únicamente lugares turísticos privados.

En el campo educativo la Universidad IKIAM ha generado fuentes de trabajo por las obras de infraestructura, generando de esta manera un impacto socioeconómico en las familias de la parroquia Muyuna.

2.2.2. SISTEMAS DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Teniendo en cuenta que el presente trabajo se centra en el estudio de los sistemas de producción y comercialización, y mencionando lo que dice (Cotler Ávalos & Fregoso Domínguez, s.f.) En su publicación SISTEMAS DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIA podemos definir a los sistemas de producción y comercialización como: el conjunto de insumos, técnicas, mano de obra, tenencia de la tierra y organización de la población para producir uno o más productos agrícolas, todos estos medios están influenciados por el medio rural externo, incluyendo mercado, donde las mujeres son las encargadas de comercializar sus productos ante los “intermediarios” de diferentes escalas (p.69).

2.2.2.1. SISTEMAS DE PRODUCCIÓN

La producción, no sólo alcanza a la producción, sino también a la transformación y comercialización de alimentos y otros productos agrarios alcanzar una agricultura situada entre la agricultura convencional y la ecológica, que asegure una producción agraria sostenible, dando preferencia a métodos y técnicas más respetuosos con el entorno, minimizando la utilización de productos químicos que generen efectos secundarios sobre el medio ambiente y la salud humana (Sánchez, 2008, p. 189)

El sistema de producción es una técnica por la cual, una zona agropecuaria ordena sus organismos y realiza sus operaciones de producción para lograr una interdependencia lógica entre todas las etapas del proceso productivo desde el momento en que se inicia con su producción hasta cuando llega al mercado como un producto listo para el consumidor.

2.2.2.2. ESTRATEGIAS DE PRODUCCIÓN

Buscar nuevos modelo basado en sistemas de producción agroecológicos, logrando resultados interesantes en términos productivos. La agroecología “busca formas de mejorar los sistemas de explotación agrícola imitando los procesos naturales, creando así sinergias e interacciones biológicas propicias entre los componentes del agroecosistema” (De Schutter, 2011).

Es necesario experimentar no solamente un nuevo modelo de producción para el país, sino una nueva manera de considerar la relación entre los diferentes productores, la relación entre

el campo y la ciudad, y la relación con la naturaleza. Este nuevo modelo requiere un cambio radical, que pasa por un modelo de soberanía alimentaria a nivel productivo, pero también probablemente por un nuevo modelo de Buen Vivir a nivel rural (Laforge & Caller i Salas, 2016).

2.2.2.3. CARACTERÍSTICAS DE PRODUCCIÓN

En la agenda participativa del CISP (2012), precisa que los productores rurales orientan su producción a un nicho especial de mercado debido a que la agricultura que realizan es agroecológica u orgánica; producen principalmente: hortalizas, verduras, plantas medicinales y de condimento, tubérculos, granos tiernos, secos y frutas de temporada; la producción que se obtiene se vende principalmente en mercados locales, a través de circuitos cortos de comercialización que permiten la venta directa al consumidor (Miranda, 2015, p. 19)

2.2.2.4. POLÍTICAS DE PRODUCCIÓN

Es necesario mencionar que, bajo este modelo de agricultura bajo contrato, los agricultores son los que asumen el riesgo en el proceso productivo y las empresas son las prestadoras de “servicios”, por tanto, se transfiere el valor a la agroindustria y el agricultor se subsume al capital agroindustrial. De forma que, si todas estas políticas de subsidio y negocios inclusivos están encaminadas a originar un “cambio en la matriz productiva”, priorizando la producción nacional para reducir las importaciones de materia prima, se está corriendo el riesgo de subsidiar un modelo de agronegocio por sobre el modelo de la agricultura familiar y campesina. (Houtart & Laforge, 2016)

El panorama político en relación a la agricultura familiar en el Ecuador se inscribe en un contexto general, el cual está en un proyecto socio-político establecido sobre el “Buen Vivir” y una voluntad consolidada de salir del capital internacional, la promoción de la Agricultura Campesina y Comunitaria parecería un resultado lógico. De hecho, en la Constitución y en los Planes de Desarrollo Nacional existen bases reales de tal proyecto del que poco se cumplió.

Sin embargo, el interés creciente en el ámbito internacional y la consciencia que se desarrolló en los movimientos campesinos e indígenas, están introduciendo nuevas formas, donde la

agricultura campesina gana importancia en las preocupaciones políticas, tanto a fuera que, dentro de los medios gubernamentales, aún sí se trata de una minoría. Sin embargo, hasta ahora eso no ha sido suficiente para generar un cambio de orientación política.

2.2.2.5. SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN

Rovayo (2008) la falta de estudios direccionados hacia las distintas formas de mercadeo primarios existente en el Ecuador se hace necesaria una caracterización de estos sistemas de comercialización (p.45).

Gaybor (2007) indica:

La comercialización de los productos agropecuarios, abarca todo el proceso que media desde que el producto sale de la empresa, finca o explotación del productor o empresario hasta llegar a manos del consumidor. La comercialización no solo comprende la acción de comprar o vender, o sea, el cambio de propietario del bien, sino también los aspectos físicos del transporte (cambio del lugar), almacenaje (cambio en el tiempo), acondicionamiento y procesamiento. (p. 45).

En la contratación de grandes empresas con los campesinos, para la producción con el agro-negocio, y para la comercialización con los mayoritarios y super-mercados, el mayor poder se halla en manos de las primeras que minimizan los réditos económicos del productor (Revolución Agraria, 2011).

El sistema de comercialización toma en cuenta el comportamiento del mercado y los diferentes factores que se presentan en el entorno ya sean estos económicos y sociales que perciben los agricultores, quienes son los encargados de comercializar los diferentes productos desde su lugar de producción hacia el mercado, intermediarios o cliente final. Los pequeños agricultores son los primeros en esta cadena de producción, en conjunto con los diferentes actores que intervienen en la cadena productiva, en su acopio, hasta las diferentes plantas de procesamiento, quienes se encargan de dar el valor agregado a los productos de la parroquia en estudio.

2.2.2.6. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

En lo señalado, muestra que los “campesindios” han identificado o se han circunscrito a estrategias locales, mucha de ellas organizativas y asociativas que les permiten luchar en un contexto adverso contra su explotación y marginación, con las cuales han podido solucionar muchos problemas puntuales como la compra de insumos, el acopio, transformación y venta de productos, la apropiación de canales de comercialización, la negociación de precios, la apertura de mercados y la reducción de la inestabilidad de la oferta y de los precios (Barrantes, 2006); (Larrea, 2008); (Shepherd, 2008).

2.2.2.7. CARACTERÍSTICAS DE COMERCIALIZACIÓN

La expansión y consolidación de oligopolios, cadenas de supermercados (4 empresas manejando el 90% de la distribución minorista), articuladas a las grandes agroindustrias, excluye de hecho a los pequeños productores de estos circuitos de mercados, donde los esquemas de intermediación siguen predominando en la comercialización campesina y familiar. (SIPAE, 2013).

(SIPAE, 2013) Este tipo de mercado establece condiciones de volumen, estándares de calidad e inocuidad, presentación, pago diferido, rechazo intempestivo de la producción; requerimientos que excluyen a los pequeños productores y sus organizaciones de estos canales de comercialización (p.66).

El Ministerio de Inclusión Económica y Social (2013), han desarrollado iniciativas para fomentar el comercio de los pequeños productores como son: las ferias ciudadanas, canastas solidarias, tiendas comunitarias, compras públicas que son alternativas de comercialización de alimentos y otros bienes; en las que se expenden productos provenientes de organizaciones de la economía popular y solidaria; a precios y pesos justos para el productor como para el consumidor (Miranda, 2015,p.22).

Según manifiesta el MAGAP (2011), estas iniciativas promueven hábitos y patrones de consumo sano; generan alianzas campo-ciudad; reduce la intermediación, integran conceptos de soberanía y seguridad alimentaria; consolidan la base social organizada y actores sociales; promueven la generación de emprendimientos económicos; incrementando

los ingresos a los productores directos e indirectos y generando ahorro al consumidor (Miranda, 2015).

2.2.2.8. POLÍTICAS DE COMERCIALIZACIÓN

Según (Larrea, Los Campesinos Diversificados en Procesos de Transición Agroecológica hacia la Soberanía Alimentaria, 2008), el proceso de transacción primaria no se puede dar con normalidad, si sus actividades se ven obstaculizadas y distorsionadas por la formulación de mecanismos y leyes inapropiadas, que afectan de forma directa a la Agricultura Familiar Campesina (AFC) (p.161-184).

En el Ecuador diferentes políticas han sido implementadas a lo largo de la Revolución Ciudadana, para progresivamente articularse alrededor de dos estrategias presentadas como claves a partir del año 2013: el Cambio de la Matriz Productiva y la Estrategia de la Erradicación de la Pobreza.

Sin embargo, las políticas públicas que se implementaron atestiguan más bien un apoyo al modelo agrícola convencional (monocultivos) sin que se pueda observar una orientación de fondo hacia una agricultura sostenible y de pequeña escala. (Houtart & Laforge, 2016).

2.2.3. COMO SE RELACIONA LA PRODUCCIÓN CON LA COMERCIALIZACIÓN

La comercialización de la producción agropecuaria ha sido descrita como el eslabón más débil de la cadena alimentaria, donde el agricultor pierde una gran parte del valor de su producción para beneficio del intermediario o del vendedor final. Esto afecta directamente a la rentabilidad de la producción, impidiendo una razonable acumulación de capital para futuras siembras. La comercialización, que se realiza con numerosos intermediarios para abastecer a la agroindustria, los mercados internacionales, los pequeños comerciantes, los mercados tradicionales o los supermercados va siempre en detrimento del pequeño productor. (Houtart & Laforge, 2016).

La comercialización y la producción están relacionadas, las cuales se generan al momento en que el agricultor produce y comercializa la variedad de productos agrícolas para su posterior distribución a sus consumidores dentro del mercado local.

2.2.4. CARACTERÍSTICAS DE LA ECONOMÍA FAMILIAR

En los países desarrollados, el concepto de agricultura familiar se acuñó durante la primera mitad del siglo XX, destacando que este sector se compone principalmente de explotaciones en las que predomina el trabajo familiar (Sanches Peraci, 2011).

(De La O & Garner, 2012), señalan que la definición más antigua de agricultura familiar (family farming) proviene de Estados Unidos. Su autor, Johnson (1944) destacó que la agricultura familiar se caracteriza por depender en gran medida de la mano de obra de la familia. En lo relativo al caso de América Latina, (Maletta, 2011) señala que la definición más cercana a la de agricultura familiar proviene de un concepto creado a mediados del siglo XX, denominado “unidad económica familiar”, la cual se definió como “una finca de tamaño suficiente para proveer al sustento de una familia y que en su funcionamiento no requiriese de mano de obra asalariada, sino que pudiese ser atendida con la fuerza laboral de la propia familia”. Esta definición fue utilizada como normativa para la asignación de tierras a los campesinos beneficiarios de las reformas agrarias latinoamericanas. En este concepto ya se mencionan algunos elementos que predominaron durante el desarrollo histórico del concepto de agricultura familiar, como por ejemplo, la idea de una finca familiar que no utiliza mano de obra asalariada, asociándose la contratación de trabajadores asalariados con la explotación capitalista (Maletta, 2011).

En un reciente trabajo, (Van Der Ploeg, 2014) describe algunas de las cualidades de la agricultura familiar, señalando que el equilibrio entre emprendimiento y familia es una de sus principales características, dado que posee el control sobre sus recursos: tierra, animales, material genético y maquinarias, y sabe cómo pueden ser combinados entre sí. Adicionalmente, las familias de agricultores contribuyen a fortalecer la economía rural local, ya que en su localidad compran, gastan y participan de otras actividades económicas. También es importante considerar que el predio no es sólo un lugar de producción, es un espacio en donde las/os niñas/os crecen en contacto con la actividad agrícola y las dinámicas ecológicas que posibilitan el dominio productivo y conocimiento de cultivos y animales: todo un laboratorio natural de gran importancia para comprender y entender la relación con el medioambiente. Además, la agricultura familiar forma parte y contribuye al mantenimiento del entorno rural, dado que ayuda a la preservación de la biodiversidad, y su trabajo implica una relación directa con la naturaleza viva (Van Der Ploeg, 2014).

Existe una amplia evidencia acerca de la economía familiar campesina podría producir mucho más alimento a diferencia de las explotaciones a gran escala, de esta manera alcanzando como objetivos empleo y equidad, que las grandes explotaciones no satisfacen a los pequeños campesinos.

2.2.4.1. ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO

Para determinar la situación socioeconómica del país, es necesario conocer algunos aspectos importantes de algunos sectores económicos que la emplean:

Es necesaria esta información, porque existe la posibilidad de que sea parte del público objetivo al que irá orientado los productos o servicios. Dentro de las cuales se tomara en cuenta datos de la población, PEA, desempleo, género, analfabetismo e indicadores económicos nivel de las personas, con la finalidad de conocer la realidad social.

2.2.4.2. POBLACIÓN Y GÉNERO

El Ecuador, tiene 14.483.499 habitantes a nivel nacional, de las cuales 9.090.786 habitan en el área urbano y 5.392.713 el área rural.

A nivel de la Parroquia Muyuna se tiene la población de género masculino (51,44%) y el género femenino con (48,56) según el censo de población.

Tabla 1: HABITANTES DEL PAÍS, PROVINCIA Y PARROQUIA MUYUNA

AÑO	2010
Nacional	14.483.499
Urbano	9.090.786
Rural	5.392.713
Provincia del Napo	103.697
Parroquia Muyuna	5.362

Fuente: Censo de Población y Vivienda – INEC (2010)

Elaborado por: Karina Quinapallo

Tabla 2: HABITANTES POR GÉNERO DE LA PARROQUIA MUYUNA

VARIABLE	POBLACIÓN	PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN
Hombres	2.758	51,44%
Mujeres	2.604	48,56%
Total	5.362	100,0%

Fuente: Censo de Población y Vivienda – INEC (2010)

Elaborado por: Karina Quinapallo

Tabla 3: HABITANTES POR EDAD Y GÉNERO DEL PAÍS

VARIABLE	POBLACIÓN		PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN	
	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES
0 a 4	717.972	744.305	5,0%	5,1%
5 a 9	752.916	773.890	5,2%	5,3%
10 a 14	756.365	782.977	5,2%	5,4%
15 a 19	705.989	713.548	4,9%	4,9%
20 a 24	652.986	639.140	4,5%	4,4%
25 a 29	613.614	586.950	4,2%	4,1%
30 a 34	546.398	520.891	3,8%	3,6%
35 a 39	482.524	456.202	3,3%	3,1%
40 a 44	419.772	399.230	2,9%	2,8%
45 a 49	383.693	366.448	2,6%	2,5%
50 a 54	311.404	298.728	2,2%	2,1%
55 a 59	262.787	253.106	1,8%	1,7%
60 a 64	204.345	196.414	1,4%	1,4%
65 a 69	167.013	156.804	1,2%	1,1%
70 a 74	123.888	116.203	0,9%	0,8%
75 a 79	86.616	78.602	0,6%	0,5%
80 a 84	62.395	53.157	0,4%	0,4%
85 a 89	34.001	26.734	0,2%	0,2%
90 a 94	14.977	10.523	0,1%	0,1%
De 95 y +	6.161	3.831	0,0%	0,0%
Total	7.305.816	7.177.683	50,4%	49,6%

Fuente: Censo de Población y Vivienda – INEC (2010)

Elaborado por: Karina Quinapallo

Con respecto a la edad, el número de población de hombres y mujeres en cada grupo de edad y también expresado en porcentaje por grupos de edad y sexo de la población.

2.2.4.3. POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

Según (SIISE, Ministerio Coordinador de Desarrollo Social, s.f.), define como el número de personas de 15 años y más que trabajaron al menos una hora en la semana de referencia, o aunque no trabajaron, tuvieron trabajo (personas con empleo), o bien aquellas personas que no tenían empleo pero estaban disponibles para trabajar (desempleados).

Tabla 4: PERSONAS CON ACTIVIDAD ECONÓMICA

AÑO	2014	2015
Nacional	7.194.521	7.498.528
Urbano	4.868.701	5.129.995
Rural	2.242.838	2.368.533
Parroquia Muyuna	-	2.807

Fuente: Censo de Población y Vivienda – INEC (2010)

Elaborado por: Karina Quinapallo

Tabla 5: PERSONAS CON EDAD A TRABAJAR

VARIABLE	PORCENTAJE	PERSONAS ECONÓMICAMENTE ACTIVAS
	%	N
15 - 19 años	5.2	387767
20 - 29 años	24.5	1836595
30 - 39 años	25.2	1891430
40 - 49 años	20.5	1537861
50 - 64 años	18.7	1399213
65 y mas	5.9	445663
Total		7498528

Fuente: Censo de Población y Vivienda – INEC (2010)

Elaborado por: Karina Quinapallo

La PEA está representada 7.498.528 personas, donde la mayor parte se encuentra en el área urbana y el resto en el área rural del total de la población, entre las cuales se ha dividido por edad para conocer el porcentaje y el número de personas económicamente activas según los años.

2.2.4.4. TASA DE DESEMPLEO

Según (SIISE, Ministerio Coordinador de Desarrollo Social, s.f.), define como la relación porcentual entre el total de desempleados, respecto a la población económicamente activa.

Tabla 6: PORCENTAJE DE DESEMPLEO EN EL PAÍS

AÑO	2014	2015
Nacional	3.8	4.8
Urbano	4.5	5.6
Rural	2.3	2.9

Fuente: Censo de Población y Vivienda – INEC (2010)
Elaborado por: Karina Quinapallo

Con respecto al desempleo en la variación del año 2014 al 2015 hubo un incremento porcentual a nivel nacional, urbano y rural según el censo de población.

2.2.4.5. EDUCACIÓN

Número de personas que no saben leer y/o escribir de 15 años o más, expresado como porcentaje de la población total de la edad de referencia.

Las fuentes disponibles miden el analfabetismo mediante la declaración de las propias personas sobre sus destrezas de lectura y escritura (SIISE, Ministerio Coordinador de Desarrollo Social, s.f.).

Tabla 7: PORCENTAJE DE ANALFABETISMO EN EL PAÍS Y LA PROVINCIA

AÑO	2014	2015	2016
Nacional	5.8	5.5	-
Urbano	3.8	3.2	-
Rural	10.3	10.8	-
Provincia de Napo	3.8	4.2	3.9

Fuente: Censo de Población y Vivienda – INEC (2010)
Elaborado por: Karina Quinapallo

En relación al analfabetismo del año 2014 al 2015 la disminución de manera porcentual ha sido mínima tanto a nivel nacional, urbano y rural.

2.2.4.6. INDICADORES ECONÓMICOS

- **Inflación**

La tasa de inflación interanual correspondiente de un año a otro en relación del 2014 al 2015, hubo una disminución 0.3% en cuanto al poder adquisitivo, la cual se mide el porcentaje de variación del nivel de los precios en la economía a nivel nacional.

Tabla 8: PORCENTAJE DE LA TASA DE INFLACIÓN INTERANUAL

AÑO	2014	2015
Nacional	3.7	3.4

*Fuente: Censo de Población y Vivienda – INEC (2010)
Elaborado por: Karina Quinapallo*

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. MÉTODO

3.1.1. INDUCTIVO

El método inductivo utilizado en la presente investigación, y empieza planteando el problema que presentan el sistema de producción y comercialización de los productos originarios de la zona en la parroquia Muyuna, cantón Tena, provincia de Napo y su efecto en la economía familiar; para posterior señalar los objetivos respectivos. Se inició con las variables establecidas dentro de la investigación; producción y comercialización de los productos originarios de la zona, al igual de las oportunidades en la economía familiar a través de la penetración y desarrollo de mercado-producto-familia, también los conceptos y lineamientos alternativos que cada uno contiene.

A través de las fases que se compone este método se recopilará, analizará y comprobará los datos que sean extraídos de las encuestas que se realizó en la Parroquia Muyuna. Estos datos serán necesarios para el análisis y discusión de resultados de los indicadores que se empleen.

Una vez determinada la investigación de las variables utilizadas se realizó un análisis de los datos para determinar los productos con mayor producción y comercialización y el efecto en la economía de las familias del sector.

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

3.2.1. DOCUMENTAL

Es documental, porque las fuentes de información se obtuvieron de los documentos anteriores y estudios ya realizados.

3.2.2. CAMPO

Este diseño de investigación permitió conocer la información necesaria que inciden en la producción y comercialización de los productos de la zona que contribuyen a la economía familiar de la Parroquia Muyuna, Cantón Tena, Provincia de Napo y cumplir con los objetivos planteados y determinar si es factible el desarrollo de lineamientos alternativos como aporte del proyecto de investigación.

3.3. DISEÑO

3.3.1. NO-EXPERIMENTAL

La investigación es No Experimental debido a la complejidad y entorno del problema estudiado ya que en el proceso de investigación, el problema fue observado y estudiado tal cual se presentó en su ambiente y contexto. Seguidamente no se manejaron variables; además, se usó información documental y bibliográfica para poder desarrollar y realizar conclusiones y recomendaciones.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

La investigación al ser de campo utilizó datos del levantamiento de información realizados en la Parroquia Muyuna, por tal razón la investigación tendrá población de datos generados del último censo realizado en el año 2010, y la muestra de la investigación será del periodo comprendido del mismo.

3.4.1. POBLACIÓN

La población de la presente investigación está constituida por 2.807 personas económicamente activa, que comprende entre 15-64 años de edad; datos que constan en los documentos del PDyOT.

3.4.2. MUESTRA

Para la presente investigación se tomó una muestra como parte representativa en lo cual se considera del total de la población que a continuación se detalla:

n= Tamaño de la Muestra= 350

N= Tamaño de la Población=2.807

K= Constante de corrección= $K^2 = 2^2$

P= Probabilidad Ocurrencias=0.25

Q= Probabilidad de la no Ocurrencias=0.25

E= Límite aceptable de error= 0.05 (5%)

Formula:

$$n = \frac{PQ \cdot N}{(N - 1) \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

$$n = \frac{0.25 * 2807}{(2807 - 1) \frac{0,05^2}{2^2} + 0.25}$$

$$n = \frac{701.75}{(2806) \frac{0.0025}{4} + 0.25}$$

$$n = \frac{701.75}{2.00375}$$

$$n = 350.2183$$

$$n = 350$$

Mediante este método se aplicó, la encuesta a las personas económicamente activas, que comprende entre 15-64 años de edad en la parroquia Muyuna.

3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.5.1. TÉCNICAS

Observación: Es una técnica útil para el análisis en el proceso de investigación, porque permitió definir el conjunto de acciones, procesos, datos, fenómenos que se observaron en el desarrollo del trabajo investigativo, es decir se observó cómo es la producción y comercialización de los productos de la zona.

Encuesta: Mediante esta técnica permitió recolectar la información del problema que se investigó y se aplicó de manera directa a los pobladores de la Parroquia Muyuna, el cual permitirá obtener resultados concretos para poder desarrollar esta investigación.

Entrevista: Esta técnica se basó en una serie de preguntas y afirmaciones que se plantearon con el fin de conocer la opinión, que se basan en el tema investigativo, el cual permitirá un desarrollo óptimo de esta investigación.

3.5.2. INSTRUMENTOS

- Encuesta
- Entrevista
- Observación

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. LINEAMIENTOS ALTERNATIVOS DE LOS SISTEMAS DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

- Fortalecer la producción y comercialización de los productos mediante proyectos que sean sostenibles para la producción agrícola de las familias de la parroquia Muyuna.
- Establecer una soberanía alimentaria a través de la producción sana y orgánica y de esta manera cumplir con una mejor alternativa de comercialización, sin perder el manejo de los saberes ancestrales de cada uno de estos productos originarios.
- Coordinar nuevas alternativas de producción y comercialización tradicional en combinación con las nuevas tecnologías en beneficio de los agricultores y sus familias con la finalidad de fortalecer la economía en sus hogares.

Tabla 9: FODA DE LOS SISTEMAS DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DE LA ZONA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Suelo fértil para la variedad de productos. • Disponibilidad de mano de obra para la producción. • Experiencia en el cultivo de productos. • Conocimientos ancestrales de agricultura. • Presencia de familias emprendedoras en inversiones agrícolas y no agrícolas. • Asociatividad de las mujeres para vender sus productos en un mismo lugar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Demanda de productos en el mercado local. • Apoyo de Asociaciones e Instituciones públicas con capacitaciones. • Incentivos económicos por parte del gobierno central para el sector agrícola.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Bajo nivel de organización de los agricultores. • Producción a pequeña escala. • Baja capacidad de inversión • Falta de garantías para acceder a créditos hipotecarios. • Sistema de comercialización deficiente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de programas de apoyo para su comercialización. • Baja de precios en los productos que ofertan. • Presencia de plagas o enfermedades no controlables. • Inestabilidad económica. • Falta de transporte en zonas lejanas. • Infraestructura y vías de comunicación deficiente.

Elaborado por: Karina Quinapallo

4.2. RESULTADOS

En este capítulo se muestran los resultados obtenidos mediante la tabulación y procesamiento de datos, a través del uso de una hoja electrónica Microsoft Excel permitiendo obtener los resultados en tablas y gráficamente como se indica a continuación:

4.2.1. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LA POBLACIÓN DE LA PARROQUIA MUYUNA

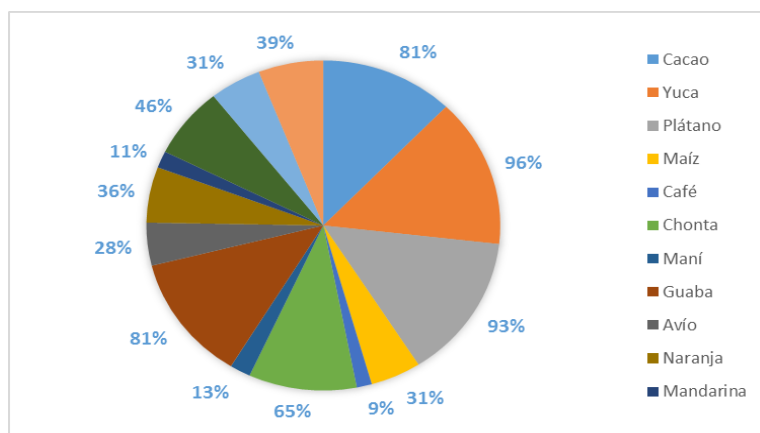
1.- ¿Indique que tipo de productos usted produce?

Tabla 10: PRODUCTOS CON MAYOR PRODUCCIÓN

PRODUCTOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Cacao	282	81%
Yuca	337	96%
Plátano	327	93%
Maíz	107	31%
Café	32	9%
Chonta	228	65%
Maní	44	13%
Guaba	285	81%
Avío	97	28%
Naranja	126	36%
Mandarina	38	11%
Guayusa	161	46%
Yerbaluisa	109	31%
Otros	137	39%

Fuente: Encuesta realizada a la población de la Parroquia Muyuna
Elaborado por: Karina Quinapallo

Gráfico 1: PRODUCTOS CON MAYOR PRODUCCIÓN



Fuente: Encuesta realizada a la población de la Parroquia Muyuna
Elaborado por: Karina Quinapallo

Interpretación

La actividad productiva de la Parroquia Muyuna se enfoca en varios productos, su población está en la necesidad de conseguir diversos medios de sustentos para sus familias. Los resultados muestran que el 96% de los encuestados se dedican a la producción de yuca, el 93% a plátano, el 81% a cacao y guaba, el 65% chonta en altos porcentajes; y en menor producción tenemos los siguientes: guayusa, maíz, café, maní, avío, naranja, mandarina y otros en el grado de producción.

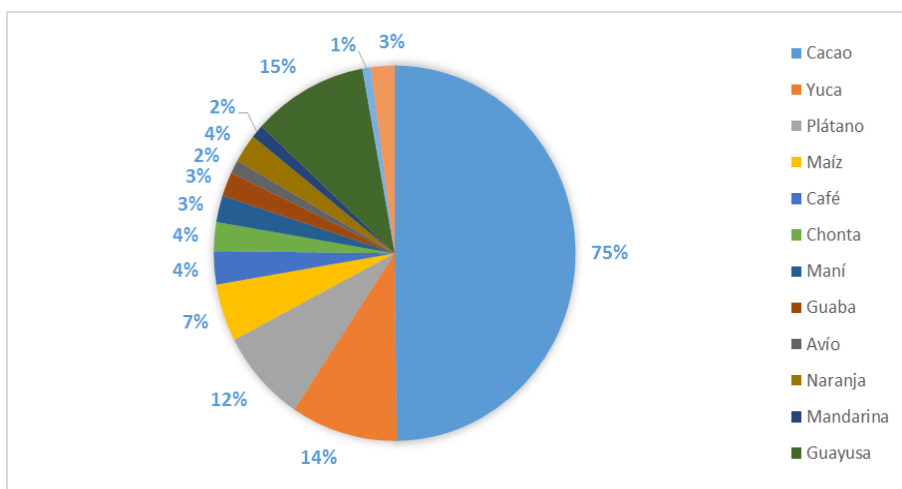
2.- ¿Indique que tipos de productos usted comercializa?

Tabla 11: PRODUCTOS CON MAYOR COMERCIALIZACIÓN

PRODUCTOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Cacao	261	75%
Yuca	50	14%
Plátano	42	12%
Maíz	26	7%
Café	15	4%
Chonta	13	4%
Maní	12	3%
Guaba	11	3%
Avío	6	2%
Naranja	13	4%
Mandarina	6	2%
Guayusa	54	15%
Yerbaluisa	4	1%
Otros	11	3%

Fuente: Encuesta realizada a la población de la Parroquia Muyuna
Elaborado por: Karina Quinapallo

Gráfico 2: PRODUCTOS CON MAYOR COMERCIALIZACIÓN



Fuente: Encuesta realizada a la población de la Parroquia Muyuna
Elaborado por: Karina Quinapallo

Interpretación

Los productos con mayor aceptación en su comercialización, son el cacao con un 75%, la guayusa con un 15%, la yuca con un 14%, el plátano con un 12% y en menor comercialización tenemos los siguientes: maíz, café, maní, chonta, guaba, avío, naranja, mandarina y otros en el grado de comercialización.

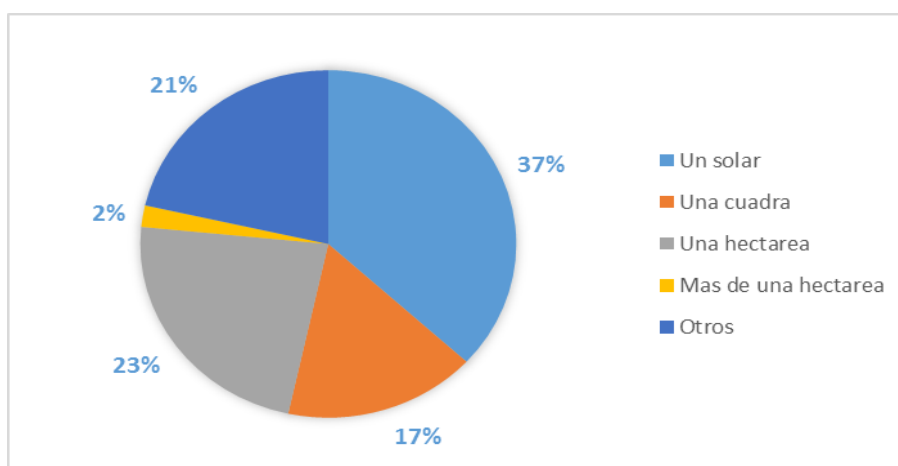
3.- ¿Cuál es la superficie que usted dispone para su labor agrícola?

Tabla 12: SUPERFICIE PARA LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA

SUPERFICIE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Un solar	129	37%
Una cuadra	58	17%
Una hectárea	81	23%
Mas de una hectárea	7	2%
Otros (Especifique)	75	21%
TOTAL	350	100%

Fuente: Encuesta realizada a la población de la Parroquia Muyuna
Elaborado por: Karina Quinapallo

Gráfico 3: SUPERFICIE PARA LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA



Fuente: Encuesta realizada a la población de la Parroquia Muyuna
Elaborado por: Karina Quinapallo

Interpretación

A partir de los resultados obtenidos por parte de los pobladores, podemos evidenciar que, el 37% dispone de un solar, el 23% posee una hectárea, el 21% posee una mayor proporción de hectáreas de terreno, para sus labores agrícolas, tomado en cuenta que esta parroquia es preferentemente agrícola y dedicada a la producción de diferentes productos que ayudan al sustento diario de las familias.

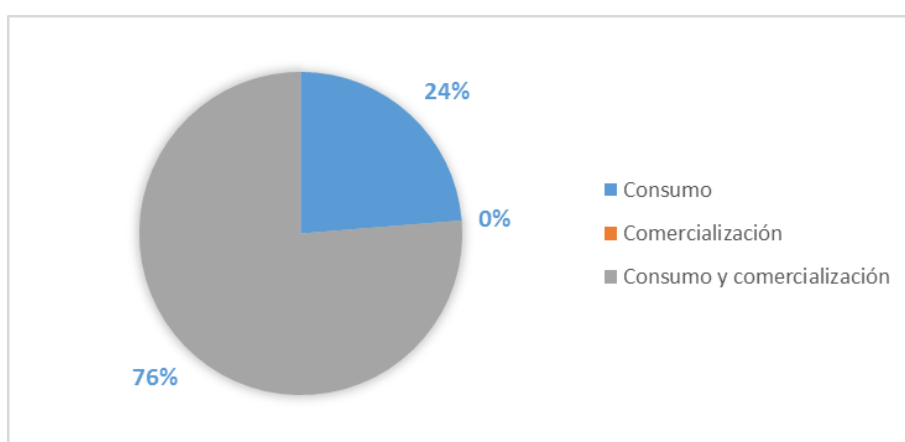
4.- De la producción obtenida, usted destina a:

Tabla 13: DESTINO DE LA PRODUCCIÓN

DESTINO DEL PRODUCTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Consumo	83	24%
Comercialización	0	0%
Consumo y comercialización	267	76%
TOTAL	350	100%

Fuente: Encuesta realizada a la población de la Parroquia Muyuna
Elaborado por: Karina Quinapallo

Gráfico 4: DESTINO DE LA PRODUCCIÓN



Fuente: Encuesta realizada a la población de la Parroquia Muyuna
Elaborado por: Karina Quinapallo

Interpretación

A partir de los resultados obtenidos podemos evidenciar que, el 76% de los pobladores de la Parroquia Muyuna destina su producción para el consumo y comercialización y el 24% destina solo para su consumo.

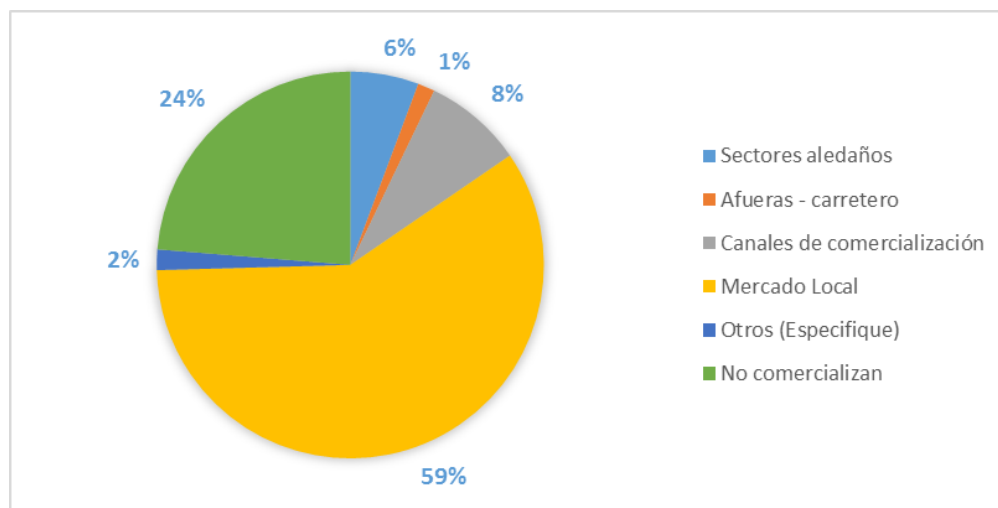
5.- ¿Dónde comercializa (vende) su producto?

Tabla 14: LUGARES DE COMERCIALIZACIÓN

DESTINO DE COMERCIALIZACIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Sectores aledaños	20	6%
Afuera - carretero	5	1%
Canales de comercialización	29	8%
Mercado Local	207	59%
Otros (Especifique)	6	2%
No comercializan	83	24%
TOTAL	350	100%

Fuente: Encuesta realizada a la población de la Parroquia Muyuna
Elaborado por: Karina Quinapallo

Gráfico 5: LUGARES DE COMERCIALIZACIÓN



Fuente: Encuesta realizada a la población de la Parroquia Muyuna
Elaborado por: Karina Quinapallo

Interpretación

A partir de los resultados obtenidos muestran que, el 59% de las personas comercializan sus productos en el mercado local, el 8% le realiza mediante canales de comercialización, el 6% en sectores aledaños y un 24% no comercializa sus productos.

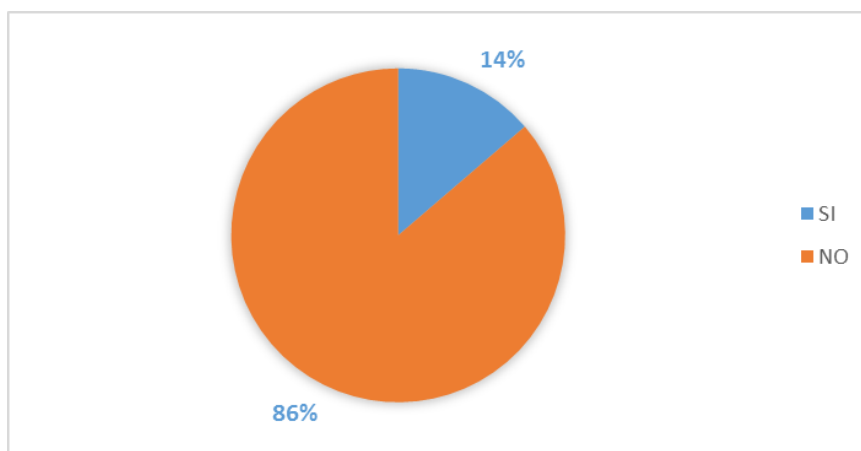
6.- ¿Para comercializar su producto usted cuenta con apoyo de asociaciones o gremios?

Tabla 15: APOYO DE ASOCIACIONES O GREMIOS

DESCRIPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	48	14%
NO	302	86%
TOTAL	350	100%

Fuente: Encuesta realizada a la población de la Parroquia Muyuna
Elaborado por: Karina Quinapallo

Gráfico 6: APOYO DE ASOCIACIONES O GREMIOS



Fuente: Encuesta realizada a la población de la Parroquia Muyuna
Elaborado por: Karina Quinapallo

Interpretación

A partir de los resultados obtenidos muestran que, el 86% de la población encuestada No ha recibido ningún tipo de ayuda, mientras el 14% de los pobladores manifiestan que Sí han recibido un tipo de apoyo por parte una asociación o gremio para comercializar sus productos, mencionando así a Kallary quien compra cacao en baba y Runa Tarpuna quien compra Guayusa, los habitantes deciden vender a estas asociaciones porque es más factible y que vienen con su propio transporte ya que mucho de estos están alejados del mercado local y no hay transporte y de esta manera ellos se ahorran los gatos y así pueden obtener algo de ingresos para sus familias.

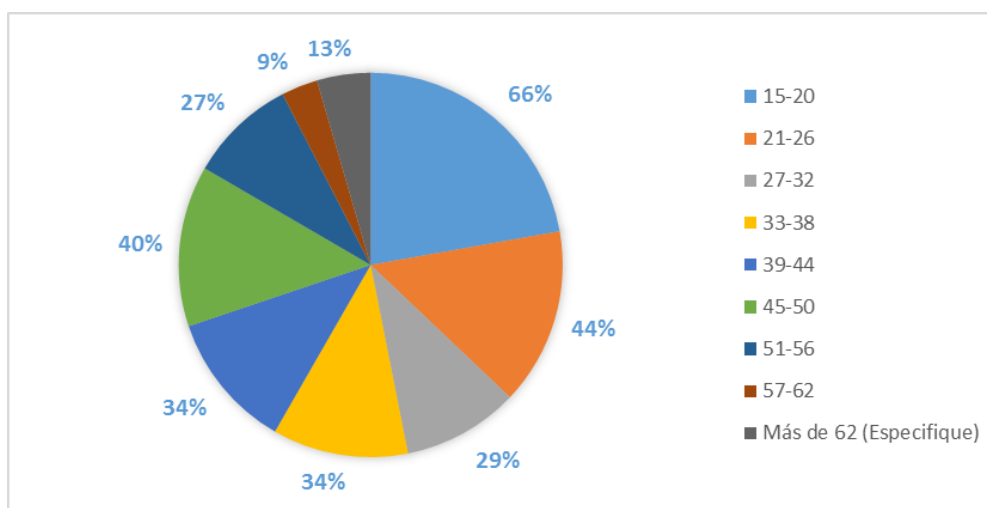
7.- ¿Cuántos miembros de su familia se dedican a la producción y comercialización de los productos agrícolas y de qué edad?

Tabla 16: EDAD DE LAS PERSONAS QUE SE DEDICAN A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

EDAD	CANTIDAD	PORCENTAJE
15-20	231	66%
21-26	155	44%
27-32	102	29%
33-38	119	34%
39-44	120	34%
45-50	141	40%
51-56	94	27%
57-62	32	9%
Más de 62 (Especifique)	47	13%

Fuente: Encuesta realizada a la población de la Parroquia Muyuna
Elaborado por: Karina Quinapallo

Gráfico 7: EDAD DE LAS PERSONAS QUE SE DEDICAN A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN



Fuente: Encuesta realizada a la población de la Parroquia Muyuna
Elaborado por: Karina Quinapallo

Interpretación

A partir de los resultados obtenidos muestran que, el 66% están en edad de 15-20, el 44% de 21-26, el 40% de 45-50, el 34% de 33-38 y de 39-44, el 29% de 27-32 años de edad que se dedican a las labores agrícolas.

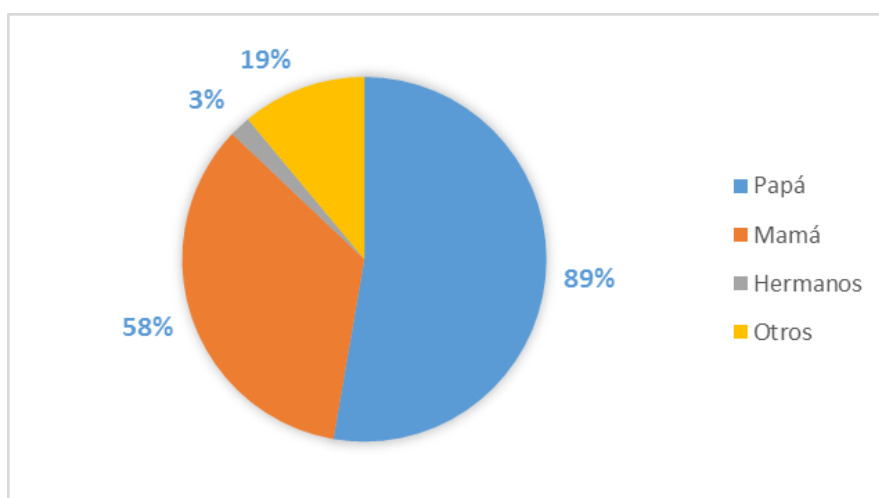
8.- ¿Quién de la familia aporta a la economía?

Tabla 17: MIEMBRO QUE APORTA CON LA ECONOMÍA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Papá	310	89%
Mamá	202	58%
Hermanos	11	3%
Otros	65	19%

Fuente: Encuesta realizada a la población de la Parroquia Muyuna
Elaborado por: Karina Quinapallo

Gráfico 8: MIEMBRO QUE APORTA CON LA ECONOMÍA



Fuente: Encuesta realizada a la población de la Parroquia Muyuna
Elaborado por: Karina Quinapallo

Interpretación

A partir de los resultados obtenidos muestran que, el 89% de la población encuestada manifiesta papá, el 58% la mamá, el 19% otros y el 3% hermanos aportan con la economía en cada una de las familias de la parroquia Muyuna.

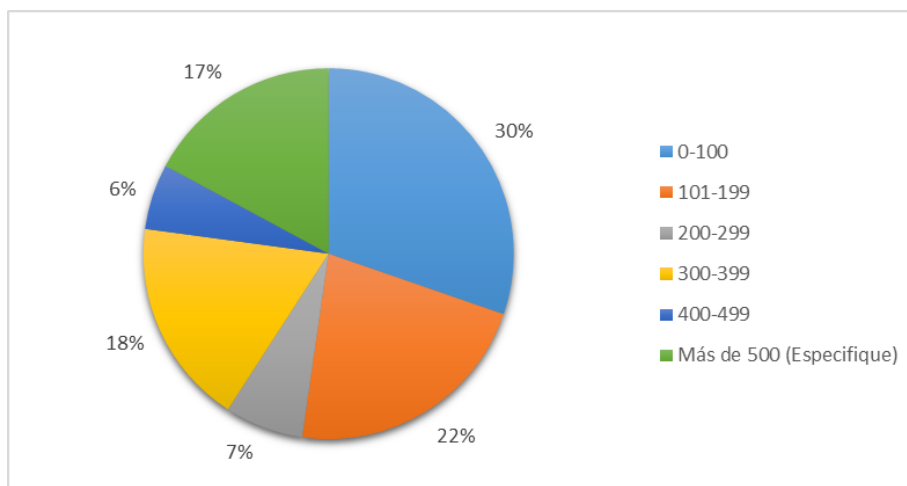
9.- ¿Cuál es el ingreso económico que percibe la familia según el rango?

Tabla 18: VALOR DE INGRESO ECONÓMICO

INGRESOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
0-100	106	30%
101-199	77	22%
200-299	24	7%
300-399	63	18%
400-499	20	6%
Más de 500 (Especifique)	60	17%
TOTAL	350	100%

Fuente: Encuesta realizada a la población de la Parroquia Muyuna
Elaborado por: Karina Quinapallo

Gráfico 9: VALOR DE INGRESO ECONÓMICO



Fuente: Encuesta realizada a la población de la Parroquia Muyuna
Elaborado por: Karina Quinapallo

Interpretación

A partir de los resultados obtenidos muestran que, el 30% percibe ingresos económicos de 0-100 USD, el 22% percibe 101-199 USD, el 18% percibe 300-399 y el 17% percibe más de 500 USD como ingresos económicos en cada una de las familias de la parroquia Muyuna.

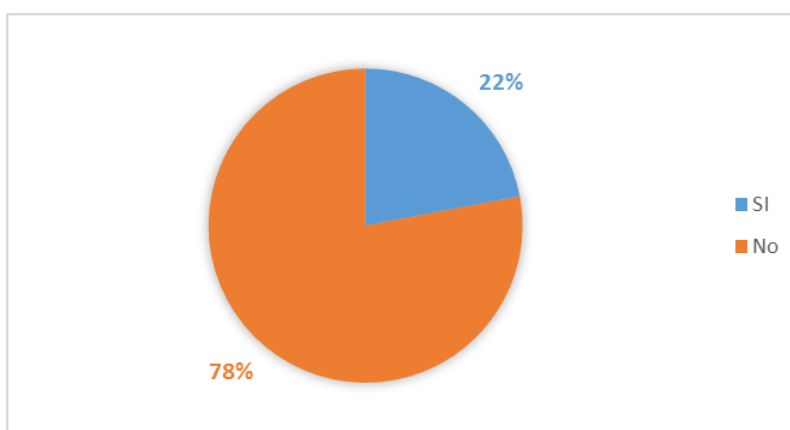
10.- Alguna vez ha recibido un tipo de apoyo para la producción y comercialización de sus productos agrícolas

Tabla 19: EXISTENCIA DE APOYO A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

DESCRIPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	77	22%
No	273	78%
TOTAL	350	100%

Fuente: Encuesta realizada a la población de la Parroquia Muyuna
Elaborado por: Karina Quinapallo

Gráfico 10: EXISTENCIA DE APOYO A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN



Fuente: Encuesta realizada a la población de la Parroquia Muyuna
Elaborado por: Karina Quinapallo

Interpretación

A partir de los resultados obtenidos muestran que, el 78% de la población No ha recibido ningún tipo de apoyo para la producción y comercialización de sus productos agrícolas, mientras que, el 22% menciona Sí haber recibido ayuda por parte del MAGAP en cuanto a semillas para huertos como: pepinillo, cebolla, tomate, sandía y también por parte de la misma institución lo que es la limpieza y poda del cacao; Kallary y Runa Tarpuna les han proporcionado semillas de cacao y guayusa y como es su cuidado.

4.3. DISCUSIÓN

- De las preguntas analizadas, se ha obtenido que el producto que tiene mayor producción en la zona es la yuca con un 96%, y con mayor comercialización el cacao con un 75%, sin embargo cabe recalcar que la variedad de productos que se producen en la zona lo dedican al consumo debido a que el transporte dificulta su salida al mercado.
- En cuanto a la superficie del terreno el 37% de los encuestados manifiestan que cuentan con solares lo cual lo dedican a la producción agrícola, además que el 76% de los pobladores destinan sus productos al consumo y comercialización.
- De los pobladores encuestados el 59%, manifiestan que sus productos lo distribuyen en el mercado local, y el porcentaje restante los hace de puerta a puerta así como también en las afueras o sectores aledaños, ya que el 80% de los encuestados dicen no contar con el apoyo de ninguna asociación ni gremio, mientras que el 20% dicen contar con ayuda de asociaciones tales como: Kallary, Runa Tarpuna quienes aportan con la comercialización de productos como el cacao y la guayusa.
- Un 66% de los encuestados manifiestan que miembros de la familia entre 15-20 años se dedican a la producción y comercialización de productos el porcentaje restante oscila de 26 a 62 años, además un 89% de los encuestados manifiestan que el papá es quien aporta con la economía a la familia.
- El ingreso económico de las familias oscilan entre 0-100 USD en un 30%, entre 100-200 USD un 22%, entre 200-300 USD un 7%, entre 300-400 USD un 18%, el porcentaje restante manifiesta que su ingreso va mayor a 400 USD.
- El 78% de los pobladores encuestados manifiestan que no han tenido ningún tipo de apoyo ni ayuda en cuanto a la producción y comercialización de sus productos, el porcentaje restante dicen contar con el apoyo de asociaciones tales como: Kallary, Runa Tarpuna y del MAGAP, los cuales les han ayudado con semillas de cacao y guayusa, también el cuidado y limpieza de los mismos.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- De la información recolectada se pudo determinar e identificar los sistemas de producción y comercialización de los productos originarios de la Parroquia Muyuna, Cantón Tena, Provincia de Napo, teniendo como resultado que se distribuye en mayor porcentaje al mercado local, con un 59%.
- Mediante la información recolectada y analizada, se estableció cuáles son los productos con mayor producción y comercialización, que brindan una oportunidad de mercado y de ingresos en la economía de las familias, teniendo como producto con mayor producción la yuca, con un 96% y en comercialización el cacao, con un 75%.
- A través de la encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia Muyuna, se logró determinar que en la zona se producen una variedad de productos, sin embargo la falta de transporte no les permite distribuir sus productos en el mercado.

5.2. Recomendaciones

- Una vez realizada la investigación es necesario identificar, que producto tienen mayor accesibilidad al mercado, a fin de impulsar a los pobladores del sector a formar algún tipo de asociación y de esta manera tener una oportunidad de mercado y mejores ingresos en su economía familiar.
- Buscar alternativas para que los pequeños agricultores puedan transportar sus productos al mercado y así fortalecer e impulsar la producción y comercialización de los productos hacia el consumidor e incrementar sus ingresos familiares.
- Es importante realizar una posterior investigación sobre el tema con la finalidad de conocer en qué porcentaje ha mejorado el ingreso en cada una de las familias de la zona investigada, además conocer si ha crecido la producción de los productos con mayor comercialización.

6. BIBLIOGRAFÍA

Barrantes. (2006). *Agricultura Campesina Comercialización y Sostenibilidad ¿Cómo hacer compatibles estos elementos?* Recuperado el 2017, de <http://www.ips.or.cr/Publicaciones/Comercializacion.pdf>

Córdova Ordóñez, M. M. (2015). *DIAGNÓSTICOS DE LOS SISTEMAS DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LAS ASOCIACIONES AGROECOLÓGICAS DE LA CIUDAD DE CUENCA*. CUENCA. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7772/1/UPS-CT004634.pdf>

Cotler Ávalos, H., & Fregoso Domínguez, A. (s.f.). *Sistemas de Producción Agropecuaria*. Recuperado el 2017, de http://www.emapas.inecc.gob.mx/download/lch_sistemas_de_produccion.pdf

De La O, A., & Garner. (2012). *Defining the "Family Farm"*. Recuperado el 18 de 05 de 2017, de <file:///C:/Users/usuario/Documents/i3788s%20interesante%20definiciones%20agricultura%20familiar.pdf>

De Schutter, O. (2011). *La agroecología y el derecho a la alimentación*. Consejo de Derechos Humanos de la organización de las Naciones Unidas, Ginebra. Recuperado el 18 de 05 de 2017

Gaybor. (2007). *Algunas categorías para el análisis del desarrollo desigual en el Campo*. Quito. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1023/1/T-UCE-0004-23.pdf>

Gualoto, A., & Gualoto, G. (2014). *LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL BRÓCOLI Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO SOCIO ECONÓMICO DE LAS COMUNIDADES DE GATAZO ZAMBRANO, GATAZO HOSPITAL, GATAZO CHICO Y GATAZO GRANDE, DURANTE EL PERIODO 2012-2013*. Riobamba.

Houtart, F., & Laforge, M. (2016). *Manifiesto para la agricultura familiar campesina e indígena en Ecuador*. Quito: IAEN.

Laforge, M., & Caller i Salas, P. (2016). *La dinámica contemporánea de la agricultura familiar campesina e indígena en el Ecuador*. Quito: IAEN. Recuperado el 18 de 05 de 2017

Larrea. (2008). Quito: La Tierra.

Larrea. (2008). *Los Campesinos Diversificados en Procesos de Transición Agroecológica hacia la Soberanía Alimentaria*. Quito: EC. Obtenido de https://mail.google.com/mail/u/0/?ui=2&ik=919adaeae9&view=att&th=15bca2c5d8748f26&attid=0.1&disp=safe&realattid=f_j27tip4s0&zw

MAGAP. (2011). *Consolidar la agricultura familiar campesina, contribuir a la soberanía alimentaria y al Sumak Kawsay, fomentando la producción local e impulsando circuitos cortos de comercialización en la provincia de de Pichincha*. Ecuador .

Maletta. (2011). *Tendencias y perspectivas de la Agricultura Familiar en América Latina*. Santiago. Recuperado el 18 de 05 de 2017, de <file:///C:/Users/usuario/Documents/i3788s%20interesante%20definiciones%20agricultura%20familiar.pdf>

Miranda Tufiño, L. (2015). *DISEÑO DE UN SISTEMA DE GESTIÓN PARA LA COMERCIALIZACIÓN ONLINE DE PRODUCTOS AGROECOLÓGICOS EN SEGMENTOS DE MERCADO DE QUITO*. Quito.

Recuperado el 2017, de <http://docplayer.es/11610140-Universidad-central-del-ecuador-facultad-de-ciencias-agricolascarrera-de-ingenieria-agronomica.html>

PDyOT. (2016). PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA PARROQUIA SAN JUAN DE MUYUNA. Recuperado el 16 de 10 de 2016

Revolució Agraria. (2011). *Colectivo de Reflexió y Acció Política*. Quito.

Rovayo. (2008). *Principios básicos de mercadeo y administració*. Quito. Obtenido de https://mail.google.com/mail/u/0/?ui=2&ik=919adaeae9&view=att&th=15bca2c5d8748f26&attid=0.1&disp=safe&realattid=f_j27tip4s0&zw

Sánchez, A. (2008). *La Producción Agraria y la biodiversidad en la normativa*. Recuperado el 18 de 05 de 2017, de La Producción Agraria y la biodiversidad en la normativa

Shepherd. (2008). *Cómo vincular a los productores con los mercados*. Recuperado el 2017, de <http://www.fao.org/3/a-a1123s.pdf>

SIISE. (s.f.). Recuperado el 17 de 05 de 2017, de <http://www.siise.gob.ec/siiseweb/siiseweb.html?sistema=1#>

SIISE. (s.f.). *Ministerio Coordinador de Desarrollo Social*. Recuperado el 16 de 05 de 2017, de Indicadores Relativos : <http://www.siise.gob.ec/agenda/index.html?serial=13>

SIPAE. (2013). *Comercialización y Soberanía Alimentaria*. (F. Hidalgo, P. Lacroix, & P. Román , Edits.) Obtenido de <http://www.oda-alc.org/documentos/1365178640.pdf>

Van Der Ploeg. (2014). DIÉZ CUALIDADES DE LA AGRICULTURA FAMILIAR. *Revista Agriculturas: experiencias en agroecología* .

7. ANEXOS

Tabla 20: Fotografías de las encuestas realizadas a los pobladores de la Parroquia Muyuna





Elaborado por: Karina Quinapallo