



UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR
SEDE CENTRAL
Sucre – Bolivia

MAESTRÍA EN AGROECOLOGÍA Y PRODUCCIÓN ECOLÓGICA

**SEGURIDAD ALIMENTARIA Y DINÁMICA DE PRODUCTOS
FRESCOS DE LOS HUERTOS URBANOS Y PERIURBANOS EN
EL MUNICIPIO DE SUCRE**

Tesis presentada para optar el Grado
Académico de Magíster en Agroecología
y Producción Ecológica

MAESTRANTE: SHAMIR ABUJDER

Sucre – Bolivia

2023



UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR
SEDE CENTRAL
Sucre – Bolivia

MAESTRÍA EN AGROECOLOGÍA Y PRODUCCIÓN ECOLÓGICA

**SEGURIDAD ALIMENTARIA Y DINÁMICA DE PRODUCTOS
FRESCOS DE LOS HUERTOS URBANOS Y PERIURBANOS EN
EL MUNICIPIO DE SUCRE**

Tesis presentada para optar el Grado
Académico de Magíster en Agroecología
y Producción Ecológica

MAESTRANTE: SHAMIR ABUJDER
TUTOR: SUSANA RENGEL ROJAS, PhD.

Sucre – Bolivia

2023

Dedicatoria.

Primeramente, a mi madre Lic. Eufemia Abujder Guzmán, por ser el pilar fundamental en toda esta etapa y haberme impulsado al crecimiento profesional mediante este programa de maestría, exigiéndome siempre honestidad, respeto y responsabilidad.

En memoria a mis Abuelos, por ser el ejemplo para salir adelante, por los consejos que han sido de gran ayuda en mi vida y desarrollo como ser humano. Este trabajo es el resultado de lo que me han enseñado en la vida, ya que siempre han sido unas personas honestas, entregadas a su trabajo, y grandes líderes, pero más que todo eso, grandes personas que siempre han podido salir adelante y ser triunfadoras.

Es por ello que hoy les dedico este trabajo.

Agradecimientos.

A mi Madre Lic. Eufemia Abujder Guzmán, por ser la amiga y compañera que me ha ayudado a crecer, por ser un ejemplo a seguir que estuvo siempre a mi lado brindándome su mano amiga dándome a cada instante una palabra de aliento para llegar a culminar este programa de maestría. Gracias por estar siempre conmigo en todo momento. Gracias por la paciencia que has tenido para enseñarme, por el amor que me das, por tus cuidados en el tiempo, por los regaños que me merecía y que no entendía.

Gracias Mamá por estar al pendiente de mi durante toda esta etapa.

A mi Tutora de tesis Ph.D. Susana Rengel Rojas; y docente en la universidad, por brindarme su apoyo y parte de sus conocimientos.

Gracias por su apoyo y experiencia.

A la “Universidad Andina Simón Bolívar” por acogerme en sus instalaciones, y al plantel docente por haber forjado en mi persona el conocimiento para mi futura vida profesional. Agradezco infinitamente toda su colaboración.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación fue realizado en los Distritos 1 – 5 del municipio de Sucre del departamento de Chuquisaca, se aplicaron encuestas dirigidas a los clientes y/o consumidores de productos frescos, como también a los productores/comercializadores. Teniendo en cuenta que existe una producción agrícola bajo un concepto de agricultura urbana y periurbana en el municipio de Sucre, con sistemas de producción bajo cubierta y otras a campo abierto; donde algunas unidades de producción, realizan una producción enfocada bajo el concepto de ecológico, mientras otros lo hacen de manera orgánica y convencional; por lo que es necesario brindar conocimiento respecto a la dinámica del mercado de estos productos frescos, y su relación según las diferentes dimensiones de la agroecología.

El trabajo de tesis tiene como objetivo analizar la dinámica existente en el mercado con relación a los productos ecológicos frescos, para así demostrar la existencia de una viabilidad económica en la comercialización de productos ecológicos frescos, para la seguridad alimentaria y de esta manera se crean oportunidades de emprendimientos de negocios con productos limpios y sanos, teniendo en cuenta la demanda de la población respecto a la canasta familiar como una necesidad del ser humano y contribuir al conocimiento de la población sobre el consumo de productos ecológicos frescos.

En este sentido la investigación permite comprender como se encuentra el mercado, debido a que está enfocado en un paradigma analítico por lo cualitativo y cuantitativo, ya se analizan las diferentes perspectivas reales de los actores directamente involucrados como son por una parte los clientes y/o consumidores de productos frescos y por otra parte los comercializadores.

La investigación se resume en cuatro etapas; creación de herramientas, trabajo de campo, sistematización de datos y redacción del trabajo.

PALABRAS CLAVE: Agroecología, Productos Ecológicos, Seguridad Alimentaria, Municipio De Sucre, Distrito Urbano y Periurbano, Productos Frescos, Canasta Familiar.

ABSTRACT

This research work was carried out in Districts 1-5 of the municipality of Sucre in the department of Chuquisaca, surveys were applied that were directed directly to customers and / or consumers of fresh products, as well as to marketers. Taking into account that there is an agricultural production under a concept of urban and peri-urban agriculture in the municipality of Sucre, with production systems under cover and others in the open field; where some production units, produce a production focused on the concept of ecological, while others do it in an organic and conventional way; Therefore, it is necessary to provide knowledge regarding the market dynamics of these fresh products, and their relationship according to the different dimensions of agroecology.

The thesis work aims to analyze the dynamics existing in the market in relation to fresh organic products, in order to demonstrate the existence of an economic viability in the marketing of fresh organic products, and in this way opportunities for business ventures are created with clean and healthy products, taking into account the demand of the population regarding the family basket as a necessity of the human being and contributing to the knowledge of the population about the consumption of fresh organic products.

In this sense, the research allows us to understand how the market is, because it is focused on a qualitative and quantitative analytical paradigm, the different real perspectives of the actors directly involved, such as customers and / or on the one hand, are already analyzed. consumers of fresh products and on the other hand the marketers.

The research is summarized in four stages; Creation of tools, field work, data systematization and work writing.

KEY WORDS: Agroecology, Ecological Products, Sucre Municipality, Urban and Peri-Urban District, Fresh Products, Family Basket.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I.....	1
1 INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Introducción a la investigación.....	1
1.2 Planteamiento del problema	3
1.2.1 Formulación del problema.....	4
1.3 Objetivos	4
1.3.1 Objetivo general	4
1.3.2 Objetivos específicos.....	4
1.4 Justificación.....	5
1.5 Metodología.....	6
1.5.1 Enfoque y tipo de investigación	6
1.5.2 Métodos	7
1.5.2.1 Método descriptivo	7
1.5.2.2 Método analítico	7
1.5.3 Técnicas.....	8
1.5.3.1 Encuestas	8
1.6 Población y muestra	8
1.6.1 Descripción de la población	8
1.6.2 Tamaño de la muestra.....	9
1.7 Fases para toma de datos y sistematización	11
1.7.1 Fase uno.....	11
1.7.2 Fase dos	11
1.7.3 Fase tres	12

CAPÍTULO II	13
2 MARCO TEÓRICO.....	13
2.1 Conceptos de agricultura	13
2.1.1 Definición de agricultura convencional.....	13
2.1.2 Definición de agricultura orgánica	13
2.1.3 Definición de agricultura ecológica.....	14
2.1.4 Definición de agricultura agroecológica	14
2.1.5 Seguridad alimentaria.....	16
2.1.6 Soberanía alimentaria	16
2.2 Clasificación de producción ecológica.....	17
2.2.1 Productos frescos o naturales	17
2.2.2 Productos transformados	17
2.2.3 Principales productos de la canasta familiar en Bolivia.....	18
2.3 Centros de compra de productos ecológicos frescos.....	19
2.3.1 Ferias ecológicas	19
2.3.2 Mercados verdes.....	19
2.4 Normativas vigentes en la producción ecológica en Bolivia.....	20
2.4.1 Ley de Revolución Productiva Comunitaria Agropecuaria (Ley N° 144)	20
2.4.2 Ley Marco de la Madre Tierra y Desarrollo Integral Para Vivir Bien (Ley N° 300)	21
2.4.3 Ley de Organizaciones Económicas Campesinas, Indígena Originarias – OECAS y de Organizaciones Económicas Comunitarias – OECOM para la Integración de la Agricultura Familiar Sustentable y la Soberanía Alimentaria (Ley N° 338)	21
2.4.4 Ley de Regulación y Promoción de la producción Agropecuaria y Forestal No Maderable Ecológica (Ley N° 3525)	22

2.4.4.1	Norma Técnica Nacional Sistemas Participativos de Garantía SPG, Para el Comercio Nacional y/o Local en el Proceso de Producción Agropecuaria y Forestal No Maderable Ecológica.....	23
2.4.5	Ley del Sistema de Planificación Integral del Estado SPIE (Ley N° 777).....	23
2.4.6	Agenda patriótica 2025.....	23
2.4.7	Ley de Promoción de Alimentación Saludable (Ley N° 775).....	24
2.5	Desarrollo y economía.....	24
2.5.1	Desarrollo socio-económico.....	25
2.5.1.1	Factores sociales en la producción ecológica	25
2.5.1.2	Factores económicos en la producción ecológica.....	25
2.5.1.3	Sostenibilidad socioeconómica y ecológica	26
2.5.1.4	Relación costo-beneficio	26
2.6	Comercialización de productos ecológicos	26
2.6.1	Factores de éxito en la comercialización de productos ecológicos	26
2.6.2	Limitantes en la comercialización de productos ecológicos	27
2.6.3	Debilidades de la oferta de productos ecológicos frescos.....	27
2.6.4	Balance de la oferta-demanda	27
2.6.4.1	Análisis de los precios	27
2.6.4.2	Punto de equilibrio.....	28
2.7	Investigación de mercado	28
2.7.1	Etapas para el desarrollo de investigación de mercado	28
2.7.2	Tipología de la investigación de mercado	29
2.8	Mix de Marketing en la comercialización de productos	29
2.8.1	Producto.....	30
2.8.2	Precio.....	30
2.8.3	Plaza o Distribución	30

2.8.4	Promoción	31
CAPÍTULO III.....		32
3	MARCO CONTEXTUAL	32
3.1	Ubicación geográfica.....	32
3.2	Población	33
3.2.1	Áreas urbanas y periurbanas.....	33
3.3	Clima	35
3.3.1	Heladas	35
3.3.2	Sequías y precipitación irregular	35
3.3.3	Granizadas	36
3.3.4	Vientos.....	36
3.3.5	Inundaciones.....	36
3.4	Recursos Hídricos.....	37
3.5	Caracterización por distritos urbanos y periurbanos	40
3.5.1	Características del Distrito 1	40
3.5.2	Características del Distrito 2	41
3.5.3	Características del Distrito 3	42
3.5.4	Características del Distrito 4	42
3.5.5	Características del Distrito 5	43
3.6	Uso actual de los suelos urbanos y periurbanos	43
3.7	Educación	45
3.7.1	Infraestructura educativa	45
3.7.2	Población escolar.....	46
3.7.3	Tasa de analfabetismo	46
3.8	Salud.....	46

3.8.1	Mortalidad Infantil.....	46
3.8.2	Mortalidad Materna.....	47
3.8.3	Tasa Global de Fecundidad.....	47
3.9	Servicios Básicos.....	47
3.9.1	Agua.....	47
3.9.2	Energía eléctrica.....	48
3.9.3	Gas Domiciliario.....	49
3.10	Recursos Naturales.....	50
3.10.1	Vegetación.....	50
3.11	Unidades Socioculturales.....	52
3.12	Transporte terrestre.....	53
3.12.1	Transporte aéreo.....	54
3.13	Economía plural.....	54
3.13.1	Economía Plural Actual.....	54
3.14	Actores sociales y productivos.....	55
3.15	Políticas y lineamientos.....	57
3.15.1	Lineamientos estratégicos.....	58
3.15.1.1	Política: La Madre Tierra se constituye como fuente de vida.....	58
3.15.1.2	Política: La Economía Plural genera y redistribuye los recursos.....	58
3.15.1.3	Política: construcción de un ser humano integral que vive en felicidad.....	59
3.15.1.4	Política: Profundización de la Autonomía Municipal.....	59
3.16	Distribución de la producción ecológica.....	60
3.17	Sistema Participativo de Garantía en el municipio de Sucre.....	61
	CAPÍTULO IV.....	62
4	RESULTADOS Y DISCUSIONES.....	62

4.1	Resultados	62
4.1.1	Programas de estadística utilizados	62
4.1.2	Encuestas al cliente.....	62
4.1.2.1	Género del cliente	62
4.1.2.2	Edad del cliente.....	62
4.1.2.3	Conocimiento sobre productos ecológicos frescos.....	63
4.1.2.4	Productos ecológicos frescos.....	64
4.1.2.5	Adquisición de productos ecológicos frescos.....	64
4.1.2.6	Lugar de adquisición de productos ecológicos frescos.....	65
4.1.2.7	Importancia para la salud y el Medio Ambiente.....	66
4.1.2.8	Oferta de productos ecológicos frescos	67
4.1.2.9	Medio de información del cliente	68
4.1.2.10	Identificación del producto ecológico	69
4.1.2.11	Disposición monetaria mensual para la compra de productos ecológicos frescos	70
4.1.2.12	Razón para la adquisición de productos ecológicos	72
4.1.3	Encuestas al productor/comercializador.....	73
4.1.3.1	Genero del productor/comercializador	73
4.1.3.2	Edad del productor/comercializador.....	74
4.1.3.3	Trabajo con Instituciones.....	74
4.1.3.4	Conocimiento de agricultura ecológica	75
4.1.3.5	Garantía de producción y comercialización de productos ecológicos.....	76
4.1.3.6	Costo de producción en la comercialización de productos ecológicos frescos	77
4.1.3.7	Utilidad anual del productor/comercializador	78
4.1.3.8	Venta diaria de productos ecológicos frescos.....	79

4.1.3.9	Temporada de máxima venta.....	80
4.1.3.10	Garantía de productos ecológicos.....	81
4.1.3.11	Finalidad de comercializar productos ecológicos frescos.....	82
4.1.3.12	Canales de distribución al consumidor.....	83
4.1.4	Análisis de oferta y demanda.....	85
4.1.5	Relación costo de producción.....	87
4.1.6	Relación entre cliente y productor/comercializador.....	87
4.2	Discusiones.....	89
CAPÍTULO V.....		91
5	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	91
5.1	Conclusiones.....	91
5.2	Recomendaciones.....	92
BIBLIOGRAFÍA.....		93
ANEXOS.....		99

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Etapas de la investigación.....	12
Gráfico 2: Principales productos de consumo per cápita.....	18
Gráfico 3: Infraestructura educativa por distrito.....	45
Gráfico 4: Tasa de analfabetismo por área.....	46
Gráfico 5: Cobertura de servicios básicos.....	48
Gráfico 6: Porcentaje de conocimiento en productos ecológicos frescos.....	64
Gráfico 7: Porcentaje de clientes que adquieren productos ecológicos.....	65
Gráfico 8: Porcentaje de clientes según lugar de adquisición.....	66
Gráfico 9: Porcentaje de preferencia en el consumo de productos ecológicos.....	67
Gráfico 10: Porcentaje del cliente en relación a la oferta de productos ecológicos.....	68
Gráfico 11: Porcentaje de clientes en información según medio de comunicación.....	69
Gráfico 12: Porcentaje de clientes según identificación de productos ecológicos.....	70
Gráfico 13: Porcentaje de clientes que compran productos ecológicos según cifra monetaria.....	71
Gráfico 14: Porcentaje de clientes según su disposición de compra.....	73
Gráfico 15: Porcentaje de productores/comercializadores que trabajan con una institución.....	75
Gráfico 16: Porcentaje de productores/comercializadores según grado de confianza de sus productos.....	77
Gráfico 17: Porcentaje de productores/comercializadores según su costo de producción.....	78
Gráfico 18: Porcentaje de productores/comercializadores según grado de su utilidad anual.....	79
Gráfico 19: Porcentaje de productores/comercializadores según ingreso monetario por día.....	80

Gráfico 20: Porcentaje de productores/comercializadores que incrementan ventas según temporada.....	81
Gráfico 21: Porcentaje de productores/comercializadores que cuentan con sello ecológico	82
Gráfico 22: Porcentaje de productores/comercializadores de acuerdo a su finalidad de distribución.....	83
Gráfico 23: Porcentaje de productores/comercializadores según canales de distribución	84
Gráfico 24: Relación de la oferta y demanda de hortalizas ecológicas frescas	86
Gráfico 25: Relación clientes y productores/comercializadores	88

ÍNDICE DE MAPAS

Mapa 1: Administrativo de Sucre	32
Mapa 2: Recursos hídricos del municipio de Sucre	39
Mapa 3: Recursos hídricos área urbana	40
Mapa 4: Uso del suelo urbano.....	44
Mapa 5: Unidades de producción ecológica en el municipio de Sucre.....	60

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Proyección de la población distritos 1 al 5 del municipio de Sucre	9
Tabla 2: Proyección de la tasa de migración del municipio de Sucre	9
Tabla 3: Población de los 5 distritos que abarca la ciudad de Sucre.....	10
Tabla 4: Cantidad de comercializadores de productos ecológicos.....	11
Tabla 5: Censo y crecimiento de la población 2001 – 2012	33
Tabla 6: Superficie por distritos y población	34
Tabla 7: Cobertura energía eléctrica	49
Tabla 8: Cobertura de gas domiciliario.....	49
Tabla 9: Clases de formaciones vegetales.....	50
Tabla 10: Cobertura vegetal del municipio de Sucre	51
Tabla 11: Destino y frecuencia de viajes	53
Tabla 12: Tipología de actores.....	56
Tabla 13: Género de cliente	62
Tabla 14: Datos estadísticos sobre la edad del cliente	63
Tabla 15: Grupos por edad del cliente	63
Tabla 16: Conocimiento sobre productos ecológicos frescos.....	63
Tabla 17: Productos ecológicos conocidos por el cliente	64
Tabla 18: Adquisición de productos ecológicos frescos por el cliente	65
Tabla 19: Lugar de adquisición de productos ecológicos frescos.....	66
Tabla 20: Importancia del consumo de productos ecológicos	67
Tabla 21: Complacencia del cliente respecto a la oferta de productos ecológicos	68
Tabla 22: Medio de información del cliente sobre productos ecológicos.....	69
Tabla 23: Identificación de un producto ecológico.....	70
Tabla 24: Disposición económica mensual en la adquisición de productos ecológicos.	71

Tabla 25: Motivo de adquisición de productos ecológicos frescos.....	72
Tabla 26: Genero del productor/comercializador de productos ecológicos.....	73
Tabla 27: Datos estadísticos de edad del productor/comercializador	74
Tabla 28: Grupos de edad del productor/comercializador	74
Tabla 29: Productores/comercializadores que trabajan para una institución.....	75
Tabla 30: Conocimiento sobre agricultura ecológica.....	76
Tabla 31: Confianza sobre comercialización de productos ecológicos	76
Tabla 32: Costo anual de la comercialización de productos ecológicos frescos.....	77
Tabla 33: Porcentaje utilidad anual por la venta de productos ecológicos frescos.....	78
Tabla 34: Promedio de venta por día de productos ecológicos frescos	79
Tabla 35: Temporada de incremento de venta de productos ecológicos frescos	80
Tabla 36: Garantía de los productos ecológicos que comercializa	81
Tabla 37: Motivo de la comercialización de productos ecológicos	82
Tabla 38: Canales de distribución de productos ecológicos frescos.....	84
Tabla 39: Rentabilidad económica según porcentaje de productores/comercializadores	87

CAPÍTULO I

1 INTRODUCCIÓN

1.1 Introducción a la investigación

Es de suma importancia el conocimiento de la población mundial sobre el movimiento socio económico que generan los productos frescos, el presente estudio muestra la alternativa para la sustentabilidad socio económica a partir de los resultados de una producción ecológica; gran parte de los productores tienen un pensamiento negativo sobre la rentabilidad que se obtiene bajo un sistema de producción ecológica, por este motivo creen que no existe un mercado amplio para la inclusión de productos ecológicos.

El término “ecológico” es de dominio público y que se conoce la existencia de forma distinta de producción agrícola que genera “alimentos ecológicos”, en la sociedad ha calado rápidamente este concepto y generalmente lo asocia a productos y forma de vida sana y natural; la agricultura ecológica se práctica en España desde los años 80, siendo su evolución desde entonces espectacular, de manera análoga a lo acontecido en la Unión Europea, en una primera fase se desarrollaron más los aspectos normativos (García, D. & M.T. Santiago., 2011). Sin embargo; para otros autores la producción realizada con agroquímicos sintéticos a nivel mundial dejan el concepto de que: El impacto ambiental que ocasiona el excesivo uso de insecticidas, fungicidas, herbicidas y demás plaguicidas químicos utilizados en la agricultura convencional, ha traído consigo el deterioro del suelo, así como de los recursos acuáticos, donde ha causado severos daños a la salud humana, entre los cuales se incluyen presencia de cáncer, aberraciones genéticas, desórdenes en el aprendizaje, problemas en el sistema inmunológico, alteraciones reproductivas, diabetes, entre otros (Badii & Landeros, 2007).

Los productores campesinos de América Latina es un grupo muy heterogéneo, tanto cultural como ecológico, presentando niveles de subsistencia determinados por los recursos locales y el empleo de técnicas agroecológicas, existiendo también aquellos agricultores semi comerciales y comerciales que utilizan los insumos agroquímicos y con vínculos a los mercados nacionales e internacionales; así es posible encontrar en una región a agricultores que continúan operando en una forma pura de agricultura tradicional (Altieri & Toledo, 2011).

En Latinoamérica existe una interacción socioeconómica de alimentos ecológicos, por ejemplo; en el caso de Quito – Ecuador, existe consumo de alimentos ecológicos donde semanalmente tienen lugar varias ferias agroecológicas, las cuales ofrecen al consumidor hortalizas y procesados producidos ecológicamente por agricultores a pequeña escala provenientes de las parroquias rurales colindantes; pese a estos antecedentes, son escasos los estudios realizados sobre el consumo de productos ecológicos y sus determinantes entre la población de los países menos desarrollados (Palacios et. al., 2015).

La agricultura y producción ecológica nace en Bolivia por los años 1991 regulada por normativas internacionales, como ser la Normas Básicas de la IFOAM (Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica) y el Reglamento 2092/91 de la Unión Europea, posteriormente, como también la Norma Básica de la AOPEB (Asociación de Organizaciones de Productores Ecológicos de Bolivia), inicialmente apoyada por este mismo, para que organizaciones como la ANAPQUI (Asociación Nacional de Productores de Quinua), Central de Cooperativas el CEIBO, (Corporación Agropecuaria Campesina Irupana) CORACA Irupana, (Cooperativa Agrícola Integral Campesino Ltda.) CAIC, y otros exporten sus productos agrícolas; la agricultura y producción ecológica en Bolivia tiene base económica en 4 cultivos, entre ellos el cacao, el café, la castaña o nuez de la amazonia y la quinua, actualmente otros cultivos también se están exportando en calidad ecológica aparte de los mencionados como: frejol negro, sésamo, maca, cañahua, maní, cebolla, manzana, menta, (SENASAG, 2017).

En Bolivia se tienen algunas normativas vigentes entre las cuales se tiene la Ley 3525 de “regulación y promoción de la producción agropecuaria y forestal no maderable ecológica”. Dicha Ley 3525 tiene el objeto de: Regular, promover y fortalecer sosteniblemente el desarrollo de la Producción Agropecuaria y Forestal no Maderable Ecológica en Bolivia, la misma se basa en el principio que para la lucha contra el hambre en el mundo no solo basta producir más alimentos sino que estos sean de calidad, inocuos para la salud humana y biodiversidad, asimismo sean accesibles y estén al alcance de todos los seres humanos; y los procesos de producción, transformación, industrialización y comercialización no deberán causar impacto negativo o dañar el medio ambiente.

Esta Ley declara de interés y necesidad nacional promover la producción ecológica en Bolivia, y además establece:

1. La creación del (Consejo Nacional de Producción Ecológica) CNAPE, como instancia operativa, responsable de planificar, promover, normar, gestionar y apoyar la promoción y desarrollo de la producción ecológica, conformada por representantes del sector público “(Ministerio de Relaciones Exteriores y Cultos) MREC, (Ministerio de Desarrollo Rural Agropecuario y Medio Ambiente) MDRAyMA, (Ministerio de Planificación de Desarrollo) MPD, (Ministerio de Producción y Microempresa) MPM y Universidad” y el sector privado “AOPEB, (Confederación Sindical Única de Trabajadores Campesinos de Bolivia) CSUTCB, (Confederación Nacional de Colonizadores de Bolivia) CSCB, (Camara Nacional de Exportadores de Bolivia) CANEB y (Confederación Nacional Agropecuaria) CONFEAGRO”. También se establece la creación de Comités Departamentales o Municipales de Fomento Para la Producción Ecológica.

2. Crea el Sistema Nacional de Control de la producción ecológica, mediante la designación del (Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria) SENASAG, como autoridad nacional competente, cuya función es el registro y control de la producción, certificación y comercio de productos ecológicos. Se reconoce dos tipos de certificaciones para el comercio de productos ecológicos.

1.2 Planteamiento del problema

En Bolivia surge como alternativa la producción ecológica a causa del gran problema que está causando la excesiva producción bajo un sistema convencional; dicho sistema que se basa en producir alimentos bajo la utilización de abonos químico-sintéticos, además y no menos importante la producción de alimentos transgénicos los cuales son nocivos para la salud humana; donde este tipo de biotecnología mediante la manipulación genética de alimentos y el uso de agentes químico-sintéticos no solo afectan a la parte humana sino también el medio ambiente; por este motivo, es que se debe realizar algún aporte de investigación; la cual haga cambiar la perspectiva del modo de vida que se lleva.

El creer que un sistema de producción ecológica implica una pérdida de tiempo en la relación de costo/beneficio, para las grandes empresas que parten de un sistema de comercialización manejada por intermediarios y algunas empresas agrícolas; dejan

mucho que desear a la hora de pensar en una sustentabilidad socio económica a partir de un sistema de producción.

Sin embargo; en Bolivia la producción ecológica actualmente es practicada por algunas organizaciones rurales, como también a nivel urbano y periurbano en algunas ciudades del país; en la ciudad de Sucre a través de la Honorable Alcaldía Municipal de Sucre, están trabajando con sistemas de producción ecológica en la zona urbana y periurbana de la ciudad. Además, la (Organización de las Naciones Unidas Para la Agricultura y la Alimentación) FAO; también realizan algunos proyectos que direccionan a la temática de producción ecológica a nivel nacional, como ser; (Agricultura Urbana y Periurbana) AUP.

El insuficiente nivel de conocimiento sobre el movimiento económico que destacan los productos ecológicos lleva a pensar; que existe una parte de la población las cuales desconocen los beneficios en la salud de estos productos, además; de la rentabilidad económica que existe por comercializar productos ecológicos, entre este grupo personas también existen profesionales en el área agrícola, mismos que tienen un conocimiento basado en un sistema de agricultura convencional.

1.2.1 Formulación del problema

¿Qué factores influyen en la dinámica de productos frescos en los huertos urbanos y periurbanos de los Distritos 1 al 5 del municipio de Sucre?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Realizar el análisis de la dinámica de productos frescos para la seguridad alimentaria que se producen en los huertos urbanos y periurbanos de los Distritos 1 al 5, del municipio de Sucre.

1.3.2 Objetivos específicos

- Caracterizar el contexto de la producción y comercialización de productos frescos en el Municipio de Sucre.
- Realizar el análisis de mercado para identificar la oferta y demanda local de productos frescos en los huertos urbanos y periurbanos de los Distritos 1 al 5.

- Analizar la viabilidad económica, social y ambiental para la comercialización de los productos frescos en el municipio de Sucre.

1.4 Justificación

La falta de información y de conocimiento a nivel general de la población, en la temática de productos ecológicos y su importancia en la salud humana es muy pobre; por lo cual esta falencia en la población, contribuye a realizar acciones negativas dejando un vacío muy grande a la hora de respetar el medio en el que habitamos los seres humanos; debido al uso de agentes químicos-sintéticos en la producción de alimentos frescos, el mundo está degradándose en varios aspectos por la propia mano del hombre.

En el cual empresas inmensas e importantes también contribuyen a esta degeneración ambiental que se está atravesando en la actualidad, con sus productos químico-sintéticos que son utilizados a gran escala en la agricultura convencional. Todos estos aspectos nos hacen pensar que un futuro no muy lejano, nos llevarán al desarrollo de enfermedades mortales del ser humano.

Asimismo, si se sigue en esta línea de alimentación nociva pues más adelante se lamentará de enfermedades mortales, las cuales parten a causa de la propia intervención que se realiza sin respetar la naturaleza. De acuerdo a lo anteriormente descrito, se describe que la población en general necesita bases de investigaciones científicas para crecer como seres humanos.

Actualmente, se están creando bases de información comprobadas mediante diferentes tipos de investigación, partiendo de una agricultura ecológica siendo esta una alternativa muy importante de producción a la hora de tener una alimentación saludable, además; la cual respeta el Medio Ambiente. Sin embargo, no se puede dejar de lado la importancia económica que generan los alimentos ecológicos frescos.

La importancia que existe actualmente en proteger el Medio Ambiente en el que vivimos, además; de poder llevar un equilibrio de vida respetando todos los factores que influyen de alguna manera en lo social, económico y ambiental, nos lleva a generar una investigación para el aporte del conocimiento de la población en general; sobre la importancia del mercado de productos frescos en el municipio de Sucre, y así poder partir de esta investigación, como base para futuras investigaciones y proyectos de trabajo, y dejar un pequeño aporte a las diferentes instituciones gubernamentales o no

gubernamentales, que trabajan en la temática de producción ecológica; teniendo un respaldo del movimiento socio económico que existe en los productos frescos.

En este contexto, el inconveniente del cambio de paradigma en los profesionales con bases de producción convencionales, los cuales están muy equivocados al pensar o creer que una producción ecológica es de rentabilidad baja o casi nula; mediante esta investigación se demuestra que, para emprender un negocio de producción agrícola rentable, no es necesario ni mucho menos recomendable realizar una producción convencional.

La contribución de la investigación se enfoca a contribuir a la seguridad alimentaria en el municipio de Sucre, con proyección hacia el país, para el desarrollo sostenible y así también en una excelencia de vida.

1.5 Metodología

1.5.1 Enfoque y tipo de investigación

Existiendo diferentes conceptos en lo que refiere a enfoques de investigación científica se analiza algunos conceptos según los autores, (Hernández, et. al. 2006); el enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías; mientras que el enfoque cualitativo utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación. Sin embargo; cabe mencionar que la unión de los anteriores enfoques está definida por el siguiente concepto; la investigación mixta, que no ha sido comentada hasta ahora, es un paradigma en la investigación relativamente reciente *últimas dos décadas* e implica combinar los enfoques cuantitativo y cualitativo en un mismo estudio (Hernández, et. al. 2006).

La presente investigación se clasifica directamente con el enfoque de tipo mixta; debido a que se observa algunos datos estadísticos de manera cuantitativa como también el de expresar otros resultados de una manera cualitativa.

1.5.2 Métodos

1.5.2.1 Método descriptivo

El método descriptivo busca un conocimiento inicial de la realidad que se produce de la observación directa del investigador y del conocimiento que se obtiene mediante la lectura o estudio de las informaciones aportadas por otros autores. Se refiere a un método cuyo objetivo es exponer con el mayor rigor metodológico, información significativa sobre la realidad en estudio con los criterios establecidos por la academia (Abreu, 2014). Para otros autores como (Calduch, 2017); consiste en realizar una exposición narrativa, numérica y/o gráfica, lo más detallada y exhaustiva posible de la realidad que se investiga, el objetivo de este método es disponer de un primer conocimiento de la realidad tal y como se desprende de la observación directa que realiza el analista y/o del conocimiento que ha adquirido a través de la lectura o estudio de las informaciones aportadas por otros autores.

Este método se utilizó para obtener y presentar, con el máximo rigor o exactitud posible, la información sobre una realidad; directamente en esta investigación fue al momento de recopilar información mediante las herramientas necesarias, y así por medio de este estudio se pudo exponer y describir los diferentes resultados obtenidos en dicha investigación, para de esta manera aportar al conocimiento en general.

1.5.2.2 Método analítico

El método analítico permite aplicar posteriormente el método comparativo, permitiendo establecer las principales relaciones de causalidad que existen entre las variables o factores de la realidad estudiada. Es un método fundamental para toda investigación científica o académica y es necesario para realizar operaciones teóricas como son la conceptualización y la clasificación (Abreu, 2014).

Sin embargo, este concepto para otros autores como (Pérez & Rodríguez, 2017), Este método se refiere a dos procesos intelectuales inversos que operan en unidad: el análisis y la síntesis; el análisis es un procedimiento lógico que posibilita descomponer mentalmente un todo en sus partes y cualidades, en sus múltiples relaciones, propiedades y componentes; permite estudiar el comportamiento de cada parte; la síntesis es la operación inversa, que establece mentalmente la unión o combinación de las partes

previamente analizadas y posibilita descubrir relaciones y características generales entre los elementos de la realidad.

Este método fue utilizado en esta investigación directamente en el análisis de los resultados obtenidos; además de relacionar algunas variables entre los actores de estudio y así obtener un mejor grado de síntesis en la descripción de resultados de acuerdo a la información recopilada.

1.5.3 Técnicas

Partiendo del conocimiento del tipo de investigación mixta al cual corresponde este estudio que fue realizado según la temática anteriormente planteada, es de suma importancia poder describir paso a paso las diferentes herramientas y técnicas que se utilizaron para realizar dicho trabajo de investigación.

La técnica que se utilizó en esta investigación fue directamente la encuesta, dicha técnica fue realizada para la recopilación de información respecto a analizar la dinámica de mercado que existe en el municipio de Sucre; por lo que, fue direccionada en dos grupos de la población por una parte a clientes y/o consumidores, y por otra parte a los productores/comercializadores.

1.5.3.1 Encuestas

En base a la técnica que fue utilizada en esta investigación, las encuestas están dirigidas a los diferentes actores que están directamente involucrados a la temática de estudio, como son los productores/comercializadores de productos frescos, igualmente; a los clientes que adquieren estos productos ecológicos frescos. De esta manera es que se logra obtener la información necesaria desde las diferentes perspectivas tanto de los clientes como de los comercializadores. (Ver Anexo 1)

1.6 Población y muestra

1.6.1 Descripción de la población

Esta investigación se la realizó en el municipio de Sucre, el cual presenta un área urbana de 237.480 personas; y se encuentra situado a una altura aproximada de 2750 msnm. Según Instituto Nacional de Estadística, (INE, 2012); en los distritos 1 al 5 del municipio de Sucre, se tiene una población de 117.833 habitantes dentro del grupo etario de 20 a 60 años con una proyección de crecimiento en la población del 11% entre el año 2012 y 2020

con una cifra de 130.477 habitantes, lo cual no tiene incidencia dentro de la producción de productos ecológicos (Ver Anexo 8).

Tabla 1: Proyección de la población distritos 1 al 5 del municipio de Sucre

Grupo etario	Población año 2012	Taza de Crecimiento	Proyección año 2020
20 a 60 años	117833	11%	130477

Fuente. Instituto nacional de estadística (INE, 2012-2020).

En cuanto a la proyección de migración del municipio de Sucre en el año 2012 se tiene una tasa de -9,5% y para el año 2020 se tiene una tasa de migración de -7,3 (Ver Anexo 9). El factor económico familiar es crucial a la hora de adquirir los diferentes productos de la canasta familiar. Específicamente sobre los productos ecológicos frescos que se comercializan en mercados, tiendas, ferias agro productivas, entre otros. Debido al precio elevado por parte de algunos comercializadores, por lo que limitan a la adquisición de los sus productos por el factor económico que presenta cada familia.

Tabla 2: Proyección de la tasa de migración del municipio de Sucre

Año	Población	Migrantes	Taza de Migración
2012	596470	2553	-9,5
2020	637013	1591	-7,3

Fuente. Instituto nacional de estadística (INE, 2012-2020).

1.6.2 Tamaño de la muestra

Según (Paz, et. al. 2017), existen dos fórmulas para hallar el tamaño de muestra estas son; la finita e infinita; para el cálculo del tamaño de la muestra teniendo conocimiento del tamaño de la población se utiliza la finita, en tanto si no se conociera la población se utiliza la fórmula infinita. La fórmula utilizada para obtener el tamaño de la muestra será:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra.

N = tamaño de población.

Z = nivel de confianza.

P = Probabilidad de éxito o proporción esperada.

Q = probabilidad de fracaso (p - 1).

D = Precisión (Error máximo admisible en términos de proporción).

Partiendo de los datos según el (INE, 2012), la población en un rango de edad entre 20 a 60 años es de 117.833 personas; por lo que, para esta investigación este dato será tomado en cuenta y de esta manera definir el tamaño de la muestra respecto a los clientes. (Ver Anexo 5)

Tabla 3: Población de los 5 distritos que abarca la ciudad de Sucre

Edad	Distrito 1	Distrito 2	Distrito 3	Distrito 4	Distrito 5	TOTAL
20 a 39	7480	38052	17628	9403	10235	82798
40 a 60	3694	16014	7327	3789	4211	35035
TOTAL	11174	54066	24955	13192	14446	117833

Fuente. Instituto nacional de estadística (INE, 2012).

Según (Salazar, 2010); indica que el 13% de la población del municipio de Sucre en el departamento de Chuquisaca, si consumen productos ecológicos, mientras que el 87% de la población no consumen productos ecológicos.

Entonces: N = 117833; Z = 1.96; P = 0.13; Q = 0.87; D = 0.05

Reemplazando en la fórmula: $n = \frac{117833 \cdot 1.96^2 \cdot 0.13 \cdot 0.87}{0.05^2 \cdot (117833 - 1) + 1.96^2 \cdot 0.13 \cdot 0.87}$

$n = 174$ encuestas.

Por lo tanto, para definir el tamaño de la muestra en esta investigación respecto a los comercializadores de productos ecológicos frescos en el municipio de Sucre, se toma como base el dato, según la Organización de las Naciones Unidas para la agricultura y la alimentación FAO, respecto al proyecto de agricultura urbana y periurbana AUP, en el municipio de Sucre, se tiene una población de 628 unidades productivas urbanas y periurbanas de las cuales solo una cifra de 380 productores y comercializadores, tendrían una certificación bajo producción ecológica.

Tabla 4: Cantidad de comercializadores de productos ecológicos

Comercializadores con SPGs 2017		
Certificado	Transición 2	Transición 1
326	52	2

Fuente. Agricultura urbana y periurbana (AUP, 2017).

Entonces: $N = 380$; $Z = 1.96$; $P = 0.97$; $Q = 0.03$; $D = 0.05$

Reemplazando en la fórmula: $n = \frac{380 \cdot 1.96^2 \cdot 0.97 \cdot 0.03}{0.05^2 \cdot (380 - 1) + 1.96^2 \cdot 0.97 \cdot 0.03}$

$n = 41$ encuestas.

1.7 Fases para toma de datos y sistematización

Para brindar un mejor conocimiento sobre las diferentes fases realizadas en este estudio y cuál fue la manera en la que se llega a obtener información para su posterior análisis y descripción de los diferentes resultados, que se relacionan directamente con la temática planteada en esta investigación en lo que se refiere a la dinámica de mercado de productos frescos, se desarrolla explícitamente cada una de las diferentes fases que se realizó paso a paso.

1.7.1 Fase uno

Primeramente, se estableció las diferentes herramientas utilizadas como son; las guías para la entrevista y el cuestionario, siendo primordial tener conocimiento de estos dos conceptos revisando la bibliografía correspondiente, y así de esta manera se formuló las preguntas pertinentes a la temática de esta investigación; posteriormente se procedió a crear las diferentes encuestas a realizar, mismas que fueron dirigidas tanto a clientes y/o consumidores, como también a los comercializadores de los productos ecológicos frescos en los distritos 1 – 5 del municipio de Sucre.

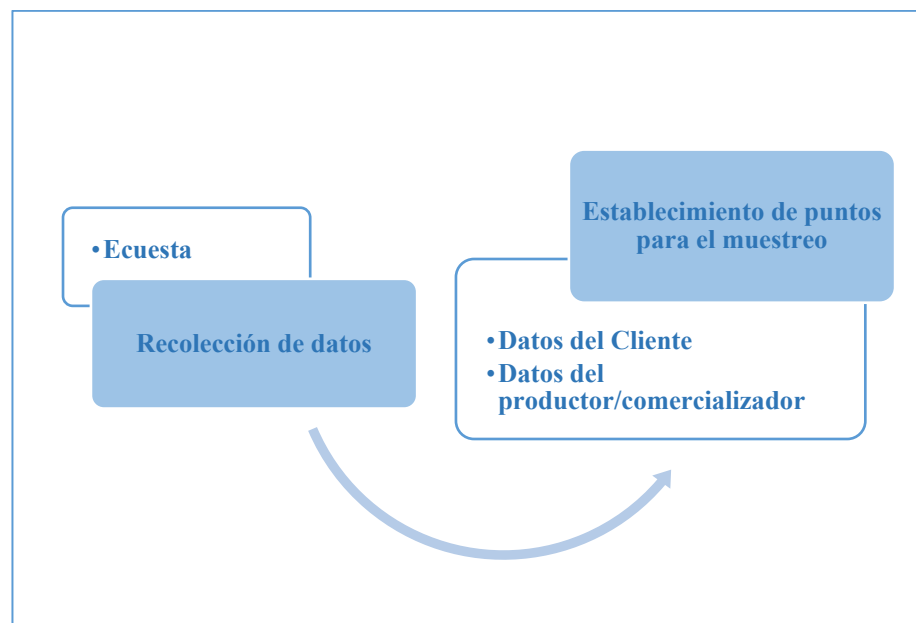
1.7.2 Fase dos

Se procedió a la recolección de datos en el área de estudio en este caso en relación a los distritos 1 – 5 del municipio de Sucre; para este cometido de obtener la información necesaria se contó con ayuda de diferentes encuestas realizadas a los sujetos de observación según la temática de esta investigación, como por una parte son los clientes

y/o consumidores, y por otra parte los comercializadores de productos ecológicos frescos, donde los puntos de muestreo fueron realizadas en ferias ecológicas y comercios de producción limpia.

Para una mejor comprensión de este trabajo realizado en lo que se refiere a la obtención de información real para el posterior análisis de los resultados obtenidos, dentro de esta parte, se esquematiza lo teórico-descriptivo en el gráfico 1.

Gráfico 1: Etapas de la investigación



Fuente. Elaboración propia.

1.7.3 Fase tres

Una vez que se realizó la recolección de datos necesarios para la investigación, se procedió a la sistematización estadística utilizando el programa SPSS v.25; como software de análisis de los resultados. Se obtuvieron respuestas de las encuestas previamente se seleccionó los datos del cliente por un lado y los datos del productor/comercializador por otro; para así de esta forma lograr mejor orden a la hora de introducir los datos en el sistema. Además, para dicha sistematización con respecto a la introducción de datos al software de análisis estadístico se deja claro que fue minuciosa para así evitar errores con los resultados para su posterior interpretación.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Conceptos de agricultura

Primera forma que conoció la humanidad para cultivar la tierra, Consiste en abrir un hueco en la tierra y depositar allí una semilla o una pequeña planta; esta técnica es rentable y se utiliza en la actualidad en regiones que no han sido sobre explotadas ni contaminadas, el esfuerzo se concentra en la protección contra los depredadores (Condiza, 1998).

Tomando en cuenta los diferentes tipos de agricultura que existen a nivel mundial y nacional, se toma las definiciones de agricultura convencional, orgánica, ecológica y agroecológica; para así ampliar un poco más el conocimiento sobre estos diferentes tipos de agricultura, lo cual permitirá describir en cuál de estas definiciones conceptuales se encuentra direccionada esta investigación.

2.1.1 Definición de agricultura convencional

El modelo de agricultura convencional fue adoptado desde la década de los cincuentas, se fundamenta en un sistema de producción de alta eficiencia, dependiente de un alto uso de insumos sintéticos, donde el manejo monocultivista se justifica como herramienta fundamental para lograr la mayor eficiencia del proceso productivo. Sin embargo, este sistema de producción ha mostrado serios problemas de sostenibilidad en veinte o treinta años de uso intensivo (Ecured, 2017).

Para otros autores la agricultura convencional fue dada; gracias al desarrollo tecnológico (Revolución Verde), reflejado en la aplicación de semillas mejoradas, fertilizantes químicos, pesticidas, herbicidas, etc., se logró que la agricultura incrementara considerablemente su nivel de producción; de tal forma que se consiguió un aumento significativo tanto en alimentos básicos como en otros productos agrícolas, además de que la tenencia per cápita de estos bienes se mejoró gradualmente (Torres & Trápaga, 1997).

2.1.2 Definición de agricultura orgánica

Existen definiciones van direccionadas a el respeto hacia el medio ambiente, tal como afirma (Restrepo, 2007); “La agricultura orgánica es entregarse a la tarea de desenterrar y rescatar el viejo paradigma (no agotado) de las sociedades agrarias que practicaron y

garantizaron durante mucho tiempo la autodeterminación alimentaria de sus comunidades, a través del diseño de auténticos modelos de emprendimientos familiares rurales, donde conjugaron sabiduría y habilidades para garantizar la sostenibilidad y el respeto por la naturaleza, esta misma agricultura, es mucho más que una simple revolución en las técnicas agrícolas de producción. Es la fundación práctica de un movimiento espiritual, de una revolución, para cambiar la forma de vivir de los seres humanos”.

Sin embargo, para (Rosset, & Altieri, 1997); la agricultura orgánica o ecológica que mantiene monocultivos depende de insumos externos biológicos y/o botánicos, y no está basada en principios agroecológicos. Este enfoque de "sustitución de insumos" esencialmente sigue el mismo paradigma de la agricultura convencional, es decir, superar el factor limitante, pero esta vez con insumos biológicos u orgánicos. Muchos de estos "insumos alternativos" se han convertido en mercancía, por lo tanto, los agricultores siguen dependiendo de proveedores, cooperativas o empresas.

2.1.3 Definición de agricultura ecológica

La producción ecológica trata de aquellos productos agrícolas o agroalimentarios que se producen bajo un conjunto de procedimientos denominados ecológicos; estos tienen como objetivo la obtención de alimentos saludables, protegiendo el medio ambiente por medio de técnicas no contaminantes y que además disminuyan el empleo de sustancias inorgánicas (García & Santiago., 2011). En otra definición se dice que; "Los términos agricultura ecológica, biológica, orgánica, biodinámica, etc. definen un sistema agrario cuyo objetivo fundamental es la obtención de alimentos de máxima calidad respetando el medio ambiente y conservando la fertilidad de la tierra mediante la utilización óptima de los recursos y sin el empleo de productos químicos de síntesis" (Guerrero, 2001).

Sin embargo; la producción ecológica para el (Ministerio de Medio Ambiente de España, 2009); es un sistema de producción agraria que nos ofrece alimentos de gran calidad y saludables, al tiempo que contribuye a la diversidad biológica y a la preservación de las especies y los hábitats naturales de nuestro mundo rural.

2.1.4 Definición de agricultura agroecológica

La Agroecología a menudo incorpora ideas sobre un enfoque de la agricultura más ligado al medio ambiente y más sensible socialmente; centrada no sólo en la producción sino

también en la sostenibilidad ecológica del sistema de producción; a esto podría llamarse el uso normativo o prescriptivo del término agroecología, porque implica un número de características sobre la sociedad y la producción que van mucho más allá de los límites del predio agrícola; los sistemas agroecológicos pueden ser administrados mejor, con menores impactos negativos en el medio ambiente y la sociedad, más sostenidamente y con menor uso de insumos externos (Ángel, Prager &, Restrepo., 2000).

Para los autores (Altieri &, Nicholls., 2000); la disciplina científica que enfoca el estudio de la agricultura desde una perspectiva ecológica se denomina “agroecología” y se define como un marco teórico cuyo fin es analizar los procesos agrícolas de manera más amplia. El enfoque agroecológico considera a los ecosistemas agrícolas como las unidades fundamentales de estudio; y en estos sistemas, los ciclos minerales, las transformaciones de la energía, los procesos biológicos y las relaciones socioeconómicas son investigados y analizados como un todo.

Cabe indicar que para (Altieri &, Nicholls., 2000); existen seis principios agroecológicos los cuales se cita a continuación:

- Diversificación vegetal y animal a nivel de especies o genética en tiempo y en espacio.
- Reciclaje de nutrientes y materia orgánica, optimización de la disponibilidad de nutrientes y balances del flujo de nutrientes.
- Provisión de condiciones edáficas óptimas para crecimiento de cultivos manejando materia orgánica y estimulando la biología del suelo.
- Minimización de pérdidas de suelo y agua manteniendo la cobertura del suelo, controlando la erosión y manejando el microclima.
- Minimización de pérdidas por insectos, patógenos y malezas mediante medidas preventivas y estímulo de fauna benéfica, antagonistas, alelopatía, etc.
- Explotación de sinergias que emergen de interacciones planta-planta, plantas y animales y animales-animales.

Tomando en cuenta estas definiciones; un método de producción agrícola que se caracteriza por conjugar prácticas agrarias adecuadas con un enfoque inocuo a los seres humanos y no menos importante el de respetar el medio ambiente en el que vivimos, como también el conjunto de normas exigentes para mantener elevados niveles de

biodiversidad y no aplicar productos químicos sintéticos, todo ello para poner al alcance de la población alimentos saludables y de calidad.

2.1.5 Seguridad alimentaria

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, desde la Cumbre Mundial de la Alimentación (CMA) de 1996, (FAO, 2019); la seguridad alimentaria existe cuando todas las personas tienen, en todo momento, acceso físico, social y económico a alimentos suficientes, inocuos y nutritivos que satisfacen sus necesidades energéticas diarias y preferencias alimentarias para llevar una vida activa y sana, esta definición plantea cuatro dimensiones primordiales de la seguridad alimentaria:

1. La disponibilidad física de los alimentos.
2. El acceso económico y físico a los alimentos.
3. La utilización de los alimentos.
4. La estabilidad en el tiempo de las tres dimensiones anteriores.

Para (Altieri & Nicholls., 2000); la seguridad alimentaria brinda a erradicar la pobreza, conservar y proteger el ambiente y los recursos naturales; aunque la agricultura es una actividad basada en recursos renovables y algunos no renovables (petróleo), al implicar la artificialización de los ecosistemas, esta se asocia al agotamiento de algunos recursos como ser la reducción de la fertilidad del suelo, la erosión, la contaminación de aguas, la pérdida de recursos genéticos, etc., son manifestaciones claras de las externalidades de la agricultura, además de implicar costos ambientales, estas externalidades, también implican costos económicos.

Tomando en cuenta los conceptos mencionados se entiende que la seguridad alimentaria; no es otra cosa que brindar estabilidad en la producción, para que no exista hambruna en el marco local, nacional y mundial. Se podría decir simplemente que es mantener una línea de producción para que el pueblo no pase hambre, basada en cualquier sistema de producción respetando el Medio Ambiente.

2.1.6 Soberanía alimentaria

La soberanía alimentaria responde a la crisis alimentaria con la agricultura campesina, cuya vocación es alimentar a los seres humanos, la soberanía alimentaria protege los mercados nacionales para la agricultura campesina, tanto de los precios bajos, como de

los precios altos de la especulación; la soberanía alimentaria responde a las crisis climática y energética también, porque precisamente el uso de combustible fósil en la agricultura industrializada y en el transporte internacional de alimentos representa de 30 a 40% de todas las emisiones de gases de efecto invernadero en el planeta (La vía campesina, 2013).

Por este motivo se describe que la soberanía alimentaria; se la entiende como la capacidad de producir diversidad de alimentos con un sistema propio, inocuos para el ser humano y el medio ambiente; en síntesis, es el derecho del pueblo a determinar sus políticas agrarias.

Sin embargo, seguridad alimentaria con soberanía; es el derecho del pueblo de producir diversidad de alimentos inocuos garantizando la abundancia de éstos; generando políticas agrarias que coadyuven a la población el acceso a una producción caracterizada por mantener 4 aspectos: sustentabilidad, equidad, estabilidad y productividad.

2.2 Clasificación de producción ecológica

2.2.1 Productos frescos o naturales

Es muy importante comprender este concepto en lo que refiere a una definición de producto natural por lo que, según (Estévez &, Gutiérrez., 2009); en sentido amplio un producto natural está formado por todos los compuestos de la Naturaleza.

Los alimentos naturales son aquellos que proceden de cultivos respetuosos con el medio ambiente; la agricultura ecológica es la que produciría alimentos que se van a destinar al consumo humano que podrían considerarse más naturales (Revista Botanical, 2017).

2.2.2 Productos transformados

La definición más básica de procesamiento de alimentos es; todas aquellas operaciones mediante las cuales los alimentos crudos pasan a ser adecuados para su consumo, preparación o almacenamiento (CISAN, 2016).

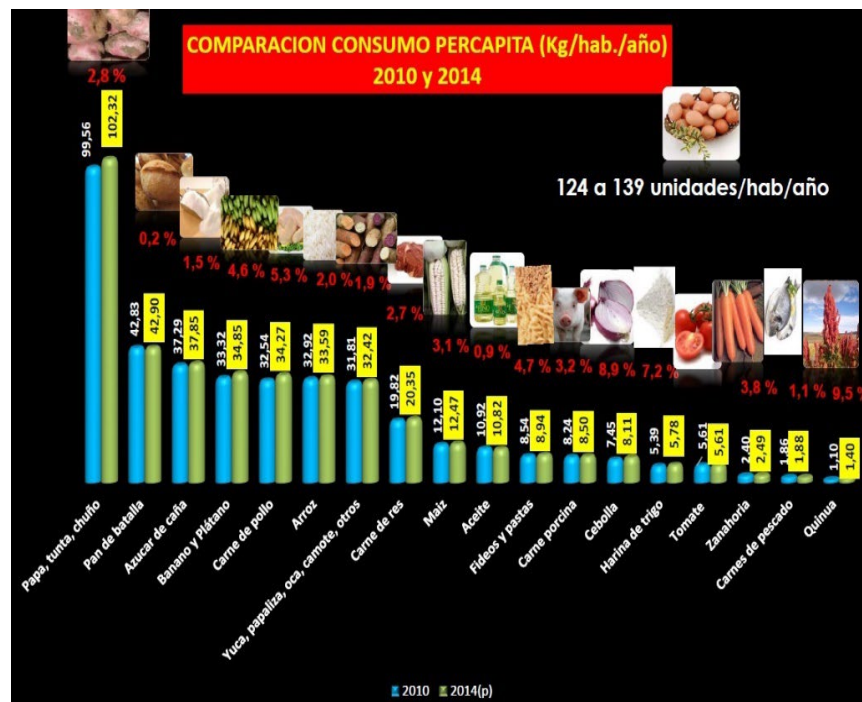
Según la revista (Council Foundation, 2017); es toda modificación deliberada de un alimento que se produce entre el lugar de origen y la disponibilidad de dicho alimento para el consumo, el grado de procesamiento puede ir desde el enlatado o congelado de frutas y verduras.

2.2.3 Principales productos de la canasta familiar en Bolivia

A nivel nacional existe un índice de compras en mayor proporción de algunos productos alimenticios según demanda la necesidad de la población del país; Debido a esto se considera como canasta familiar a los diferentes productos de mayor consumo que demanda la población nacional. Para llegar a obtener esta información es necesario realizar un trabajo de recopilación de datos que fundamente cuáles son los productos de la canasta familiar en Bolivia.

Como se puede observar detalladamente en el siguiente Grafico 2, de los principales productos de consumo de la canasta familiar en Bolivia; estos datos fueron el resultado de un trabajo realizado por un Ministerio del nuestro país, por lo tanto, entonces cabe señalar que según el (Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras) MDRyT; mediante una publicación que brindo sobre cuáles son los principales productos de la canasta familiar del 26 de noviembre de 2015, en el gráfico 2.

Gráfico 2: Principales productos de consumo per cápita



Fuente: Ministerio de desarrollo y tierras (MDyT, 2015).

En este sentido para la investigación, se tomó como base de estudio los productos agrícolas frescos. Teniendo en cuenta que en Bolivia según el MDRyT; establece que los principales productos de la canasta familiar son dieciocho, de los cuales solo estarían

sometidos a la investigación los productos frescos, dejando de lado a los productos transformados o semitransformados.

2.3 Centros de compra de productos ecológicos frescos

2.3.1 Ferias ecológicas

Las ferias libres son el espacio de excelencia para la comercialización de productos ecológicos. En todo el mundo ésta es normalmente la primera opción cuando se busca comercializar la producción ecológica de los agricultores familiares; vale destacar también que las ferias, al favorecer la comercialización de un amplio mix de productos, incluso aquellos producidos en pequeñas escalas y con una calidad visual relativa, tiene un reflejo bastante positivo sobre la agrobiodiversidad (Meirelles, 2017).

Para algunos autores como (Velásquez, 2006); las ferias deben diseñarse como eventos de promoción comercial dirigidos a la micro y pequeña industria, con independencia del sector productivo al que pertenezcan; deben entenderse como productos que forman parte de la estrategia para fomentar el desarrollo económico de un territorio concreto, en ellas se unen los objetivos de los productores y comerciantes participantes, de realizar ventas e incrementar el número de sus clientes, con los de los responsables y promotores de desarrollar los sectores productivos de la comunidad, distrito, provincia o región.

2.3.2 Mercados verdes

Son mercados de productos y servicios ambientalmente amigables, derivados del aprovechamiento sostenible del medio ambiente. El mercado verde lo constituye un grupo de actuales y potenciales compradores de un bien o servicio, que responde a una preferencia o necesidad, en la cual se involucran aspectos ambientales que impulsan el crecimiento de este sector económico (Ministerio de Ambiente Vivienda y Desarrollo Territorial, 2009).

Sin embargo; para (Echeverri, 2010); el mercadeo verde no ve a los consumidores como individuos con apetitos insaciables, sino como seres humanos preocupados por las condiciones del mundo; además, tiene en cuenta la manera como los bienes materiales pueden impactar sus vidas positiva y negativamente en el corto y largo plazo. El negocio verde en el mundo se resume en productos innovadores y flexibles.

En el Municipio de Sucre desde el 2016, año de la creación de los Mercados Verdes, son más de 20 versiones que se realizaron y que movilizaron a 70 y 100 productores, además de vendedores de los distritos urbanos y rurales del municipio de Sucre.

La feria de Mercados Verdes se realiza en el Parque Multipropósito del municipio de Sucre; donde se ofrecen verduras, hortalizas y frutas producidas de manera orgánica en carpas solares instaladas en distritos rurales de Sucre. Tomando en cuenta los productos de temporada según la fecha en que se realice la feria de Mercados Verdes, donde acudirán productores de los distritos rurales 6, 7 y 8, además de los distritos 4 y 5 que son productores de la agricultura urbana y periurbana.

Bueno gracias a la existencia de Mercados Verdes en un municipio, se puede destacar lo siguiente "Que este tipo de emprendimientos genera empleo y evita la migración a otros lugares".

2.4 Normativas vigentes en la producción ecológica en Bolivia

En Bolivia existen normativas vigentes respecto a la producción ecológica, pero como también existen contradicciones por parte de autoridades a la hora de establecer la introducción en el país de (Organismos Genéticamente Modificados) OGMs; los cuales van en perjuicio de una producción ecológica. Para lo cual se puede nombrar a continuación las normativas importantes referentes a la producción ecológica.

La Constitución Política del Estado de Bolivia, promulgada el 7 de febrero del 2009, establece fines y funciones que orientan sus políticas públicas en el horizonte del vivir bien; algunos valores destacables en los que se sustenta hoy la Nueva Constitución del Estado Boliviano son la unidad, igualdad, dignidad, libertad, reciprocidad, respeto, complementariedad, armonía, transparencia, equilibrio, igualdad de oportunidades, responsabilidad, distribución y redistribución de los productos y bienes sociales. (Huanacuni, 2010).

2.4.1 Ley de Revolución Productiva Comunitaria Agropecuaria (Ley N° 144)

Esta ley tiene como prioridad a la producción orgánica que va en armonía y equilibrio con las bondades de la Madre Tierra. Como indica en parte del (artículo 3); que dicha ley tiene como finalidad lograr la soberanía alimentaria en condiciones de inocuidad y calidad

para el vivir bien de las Bolivianas y los Bolivianos; además, que esta ley en su (artículo 6); también indica 8 principios los cuales son:

1. Armonía y equilibrio con la Madre Tierra.
2. Complementariedad.
3. Corresponsabilidad
4. Transparencia.
5. Vivir bien.
6. Reciprocidad y solidaridad.
7. Alimentación adecuada.
8. Soberanía alimentaria.

2.4.2 Ley Marco de la Madre Tierra y Desarrollo Integral Para Vivir Bien (Ley N° 300)

Según el (artículo 1); la presente Ley tiene por objeto establecer la visión y los fundamentos del desarrollo integral en armonía y equilibrio con la Madre Tierra para Vivir Bien, garantizando la continuidad de la capacidad de regeneración de los componentes y sistemas de vida de la Madre Tierra, recuperando y fortaleciendo los saberes locales y conocimientos ancestrales, en el marco de la complementariedad de derechos, obligaciones y deberes; así como los objetivos del desarrollo integral como medio para lograr el Vivir Bien, las bases para la planificación, gestión pública e inversiones y el marco institucional estratégico para su implementación.

En su (artículo 13, párrafo 9); establecimiento de mejores condiciones y capacidades integrales para la producción, acceso y consumo de alimentos más sanos, inocuos, nutritivos, agroecológicos y culturalmente adecuados para los seres humanos, con énfasis en las áreas urbanas.

2.4.3 Ley de Organizaciones Económicas Campesinas, Indígena Originarias – OECAS y de Organizaciones Económicas Comunitarias – OECOM para la Integración de la Agricultura Familiar Sustentable y la Soberanía Alimentaria (Ley N° 338)

La presente Ley tiene por objeto normar la agricultura familiar sustentable y las actividades familiares diversificadas, realizadas por las (Organizaciones Económicas

Campesinas, Indígena Originarias) OECAS, las (Organizaciones Económicas Comunitarias) OECOM, y las familias productoras indígena originario campesinas, interculturales y afro-bolivianas organizadas en la agricultura familiar sustentable, basadas en el uso y aprovechamiento de los componentes de la Madre Tierra, acordes a su vocación y potencial productivo en los diferentes pisos ecológicos, de todo el país y con diferente grado de vinculación a mercados locales, regionales, nacionales e internacionales, para contribuir a la soberanía alimentaria (artículo 2).

2.4.4 Ley de Regulación y Promoción de la producción Agropecuaria y Forestal No Maderable Ecológica (Ley N° 3525)

Como dice en su (artículo 2, párrafo 1); la Agropecuaria Ecológica, es la ciencia y el arte empleados con soberanía durante el proceso de producción agrícola, pecuaria, apícola, forestal y obtención de alimentos (sanos, nutritivos, inocuos a la salud humana, de calidad y de fácil acceso a toda la población, provenientes de especies domesticadas y sus parientes silvestres), incluida la transformación, industrialización y comercialización.

Es de suma importancia destacar el contenido completo del (artículo 3); a efectos de la presente Ley, adicionalmente a todo lo establecido en el “artículo 2”, se especifica la denominación de productos ecológicos a los siguientes:

- a) Productos provenientes del aprovechamiento racional y sostenible de la actividad agrícola, pecuaria, de los recursos forestales no maderables, del medio de vida silvestre vegetal y animal, (especies domesticadas y sus parientes silvestres), transformados y no transformados, tipificados como agrícola, animal y forestal no maderable ecológicos.
- b) Productos acuícolas transformados y no transformados, tipificados como ecológicos.
- c) Los productos destinados a la alimentación humana, compuestos esencialmente por uno o más ingredientes de origen vegetal y/o animal, tipificados como ecológicos.
- d) Insumos destinados a la producción ecológica: semillas, abonos, bioplaguicidas, control de malezas y otros tipificados como ecológicos.

2.4.4.1 Norma Técnica Nacional Sistemas Participativos de Garantía SPG, Para el Comercio Nacional y/o Local en el Proceso de Producción Agropecuaria y Forestal No Maderable Ecológica

Es el instrumento legal que determina la forma de organización, estructura y funcionamiento de los SPG's; los cuales garantizan que los productos son ecológicos como también señalan los roles y funciones de los actores que participan y que son responsables de implementar el SPG, que garantiza la producción ecológica.

Un (Sistema Participativo de Garantía) SPG, es una forma de certificación donde participan agricultores, consumidores, autoridades, instituciones y otros que se identifican con la producción ecológica, a estas personas se las denomina actores del SPG; por lo tanto, garantiza la calidad ecológica de los productos y genera confianza en los consumidores mediante un compromiso de control y garantía social, como también es función del SPG solicitar el uso de sello nacional para etiquetar los productos ecológicos.

2.4.5 Ley del Sistema de Planificación Integral del Estado SPIE (Ley N° 777)

Dicha ley tiene por objeto según el (artículo 1); la presente Ley tiene por objeto establecer el (Sistema de Planificación Integral del Estado) SPIE, que conducirá el proceso de planificación del desarrollo integral del Estado Plurinacional de Bolivia, en el marco del Vivir Bien. Además de integrar la parte ecológica en este sistema de planificación integral del Estado, tal como indica el (artículo 10 párrafo I): El Sistema de Planificación Integral del Estado, tiene como horizonte la construcción del Vivir Bien a través del desarrollo integral en armonía con la Madre Tierra, integrando las dimensiones sociales, culturales, políticas, económicas, ecológicas y afectivas, en el encuentro armonioso y metabólico entre el conjunto de seres, componentes y recursos de la Madre Tierra para Vivir Bien con uno mismo, con los demás y con la naturaleza.

2.4.6 Agenda patriótica 2025

La (Agenda Patriótica 2025); surge a consecuencia que en el año 2025 Bolivia cumplirá 200 años desde su fundación, y en conmemoración a este futuro hito histórico; el presidente del Estado Plurinacional, Evo Morales Ayma, ha planteado 13 pilares para constituir la Bolivia digna y soberana, con el objetivo de levantar una sociedad y un Estado más incluyente, participativo, democrático, sin discriminación, racismo, odio, ni división.

Así que para un mejor conocimiento se nombra los pilares 7, 8 y 9; que involucran directamente a la producción ecológica y agroecológica, dentro de los 13 pilares de la Bolivia digna y soberana, se cita los siguientes:

7. Soberanía sobre nuestros recursos naturales con nacionalización, industrialización y comercialización en armonía y equilibrio con la Madre Tierra.
8. Soberanía alimentaria a través de la construcción del saber alimentarse para Vivir Bien.
9. soberanía ambiental con desarrollo integral, respetando los derechos de la Madre Tierra.

Pero lo más importante dentro de estos pilares anteriormente citados, es la definición del noveno pilar una dimensión indica lo siguiente; “Preservar, conservar y contribuir a la protección del medio ambiente y fauna silvestre manteniendo el equilibrio ecológico y el control de la contaminación ambiental”.

2.4.7 Ley de Promoción de Alimentación Saludable (Ley N° 775)

Esta ley tiene por objeto; establecer lineamientos y mecanismos para promover hábitos alimentarios saludables en la población boliviana, a fin de prevenir las enfermedades crónicas relacionadas con la dieta; por otra parte, la finalidad es de contribuir al ejercicio del derecho humano a la salud y a la alimentación sana, adecuada y suficiente para Vivir Bien.

Además, un detalle importante es que dicha ley señala en su (artículo 7), haciendo referencia a la alimentación saludable que dice: “Es una alimentación variada, preferentemente en estado natural o con procesamiento mínimo, que aporta energía y nutrientes que cada persona necesita para mantenerse sana, permitiéndole tener una mejor calidad de vida en todas las edades”.

2.5 Desarrollo y economía

En este punto se describe los diferentes conceptos existentes en relación a un desarrollo económico social, referente a la temática de esta investigación, la cual va direccionada a la dinámica de mercado en productos frescos.

2.5.1 Desarrollo socio-económico

Es la “Condición, goce o estado que garantiza el goce y ejercicio pleno de los derechos y garantías” en sentido estricto, pero cuando se refiere a los países esta condición va más allá, pues implica un proceso que se relaciona con el modo de vida de los individuos que habitan ellos; visto el desarrollo como proceso entonces se puede definir como aquel que implica la mejoría continuada y consistente en las condiciones de vida de los originarios de los países (García, 2012).

Tomando en cuenta el aspecto socioeconómico cabe señalar que; la agricultura ecológica está permitiendo la generación de impactos socioeconómicos positivos en el nuevo marco del desarrollo rural, añadiendo a la generación de renta y empleos adicionales (respecto a la agricultura convencional) a través de la producción y comercialización de productos de calidad (Alonso, 2004).

2.5.1.1 Factores sociales en la producción ecológica

El factor social dentro de un tipo de producción que surge a la necesidad de mantener niveles óptimos de bienestar presentes y futuros, mediante la autosuficiencia alimentaria, satisfacción de necesidades locales salud, vivienda, educación, independencia y autonomía, desarrollo endógeno y de pequeñas unidades productivas, participación y toma de decisión (Martínez, 2004).

Por otro lado, según (García, & Santiago, 2011); Permitir que todos aquellos involucrados en la producción agrícola ecológica y el procesamiento ecológico lleven una vida que les permita cubrir sus necesidades básicas y obtener ingresos adecuados incluyendo un entorno laboral seguro y progresar hacia una cadena de producción, procesamiento y distribución socialmente justa y ecológicamente responsable.

2.5.1.2 Factores económicos en la producción ecológica

Se ha podido constatar que la agricultura ecológica, en términos generales, contribuye a generar renta y empleos adicionales respecto a la agricultura convencional, revelándose como una de las alternativas más prometedoras en el nuevo marco del desarrollo rural; En efecto la agricultura ecológica está originando impactos socioeconómicos positivos en el medio rural, a la vez que, en basé a su regulación normativa (principalmente la parte relacionada con la limitación del uso de plaguicidas y fertilizantes químicos), está

contribuyendo a reducir las externalidades negativas sobre los recursos naturales y los seres vivos que la actividad agraria convencional está ocasionando (Alonso, 2004).

2.5.1.3 Sostenibilidad socioeconómica y ecológica

Para lograr la sostenibilidad ambiental es imprescindible que las tasas de explotación de los recursos renovables sean iguales a las tasas de regeneración de estos recursos (Riechmann, 2003). Desde el punto de vista económico, los agroecosistemas sostenibles son aquellos que presentan una producción rentable y estable a lo largo del tiempo, haciendo el uso eficiente de los recursos naturales y económicos, sin desperdicio (Masera et. al., 1999).

2.5.1.4 Relación costo-beneficio

El análisis costo-beneficio es un conjunto de técnicas de cálculo económico que han nacido en las economías del mercado para evaluar las actuaciones públicas en términos de objetivos sociales (Jordana, & Keller, 2017). Sin embargo; (Morin, 2009) resume que; consiste en valorar los costos y beneficios de un proyecto considerando el horizonte de evaluación para determinar la conveniencia o no de ejecución.

2.6 Comercialización de productos ecológicos

Para comercializar productos en los mercados internacionales como productos "orgánicos", "biológicos" o "ecológicos", se requiere la inspección y certificación de la unidad productiva y/o procesadora; se vende no sólo un producto sano sino también la confianza en un sistema productivo ecológico y su control (Pinto, 2002).

2.6.1 Factores de éxito en la comercialización de productos ecológicos

Las estrategias para el éxito en la comercialización será la de promoción, presentación, comunicación y venta de producto deben ir encaminadas a facilitar o potenciar cada una de las fases del proceso de compra para asegurar que éste se produce y lo hace a favor de los productos ecológicos; sin necesidad de diseñar, planificar y ejecutar grandes estrategias empresariales y de mercado a medio y largo plazo, el canal de venta especialista puede poner en marcha sencillas propuestas que ayudan a facilitar este proceso de compra y, por tanto, la venta de producto ecológico (PRO-vocación, 2012).

2.6.2 Limitantes en la comercialización de productos ecológicos

El primer elemento en la comercialización de productos ecológicos frescos es la evidencia de que muy pocos de los productores ecológicos que comercializan sus productos utilizan estrategias de venta explícitas. Es decir, en algunos de los casos ni siquiera informan a sus compradores que sus alimentos son producidos de formas agroecológicas; con esta práctica es que es muy difícil que el consumidor se entere que lo que está comprando es un alimento ecológico o que lo distinga de los alimentos convencionales que abundan en los puestos de los mercados o ferias (AGRECOL, 2018).

2.6.3 Debilidades de la oferta de productos ecológicos frescos

Cuando se habla de venta de productos ecológicos, muchas veces el comprador desconfía de que el producto sea realmente ecológico, Para esto, algunos productores ecológicos (sobre todo apoyados por algunas ONGs) han certificado su producción con los SPGs (Sistemas Participativos de Garantía). Sin embargo, solamente el 0.02% de la producción está certificada y por ende el resto debe venderse solamente basado en la confianza con los productores. La confianza puede generarse en circuitos cortos de comercialización, pero no así en las cadenas largas con muchos eslabones de intermediación (AGRECOL, 2018).

2.6.4 Balance de la oferta-demanda

2.6.4.1 Análisis de los precios

El conocimiento del precio actual a que se vende a los mayoristas y a los consumidores finales permite realizar estimaciones sobre los costos, conocer los márgenes de utilidad es de interés, pues si son grandes pueden en cierto sentido financiar un descuento interno de los precios y hacer fracasar una empresa nueva que pretenda sustituir las importaciones de que se trate (Naciones Unidas, 1958).

La orientación de las producciones hacia el mercado mundial está haciendo que los agricultores y agricultoras pierdan el control sobre los precios, que quedan en manos de las distribuidoras; comprando directamente a los productores se elimina a intermediarios que elevan el precio de los alimentos de forma innecesaria, de esa forma, el agricultor recibe un precio justo, y los consumidores pagan también un precio justo (López, 2016).

2.6.4.2 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es aquel en el cual los ingresos totales son iguales a los costos totales de producción y de operación; esto significa que el volumen de ventas o ingresos, igualan a los costos totales de la empresa, por lo que no se reportan utilidades, pero tampoco pérdida, como se dice coloquialmente: se quedan tablas (Cortes, 2012).

Por otra parte, para (Gomes, 2006); en el punto de equilibrio el mercado “se vacía”, al precio de equilibrio: Es decir, que se satisface simultáneamente tanto a los consumidores como a los productores.

2.7 Investigación de mercado

La investigación de mercados es una disciplina estratégica de decisión, porque tiene definidos los caminos que hay que seguir para gestionar conocimiento de clientes internos y externos en las empresas y las instituciones que interactúan en el mercado; por otra parte una investigación de mercado también incluye el estudio de la encuesta y, la elaboración de estadísticas para analizar las tendencias en el consumo, con el fin de prever la cantidad de productos y la localización de los mercados más rentables de un determinado tipo de bien o servicio (Pilco &, Ruiz., 2015).

Sin embargo; para el autor (Bertesaghi, 2011); la investigación de mercados es la función que enlaza al consumidor, el cliente y el público con el mercadólogo a través, de la información utilizada para identificar y definir las oportunidades y problemas de la mercadotecnia; generar, refinar y evaluar sus acciones; monitorear las actividades o desempeño y mejorar el entendimiento de la mercadotecnia como un proceso.

2.7.1 Etapas para el desarrollo de investigación de mercado

Al igual que otros estudios, el de mercado para las (Naciones Unidas, 1958); comprende de dos etapas:

- a) La recopilación de antecedentes, y el establecimiento de bases empíricas para el análisis
- b) La elaboración y el análisis de esos antecedentes; estas respuestas se deberán referir a la demanda actual y a la futura.

2.7.2 Tipología de la investigación de mercado

Dentro de estos tipos existen tres tipos de investigación de mercado; como la exploratoria, cualitativa y la concluyente-descriptiva-causal. para lo cual según los autores (Pilco &, Ruiz., 2015); conceptualizan de la siguiente manera:

- La investigación exploratoria; contempla el planteamiento de una problemática o necesidad de información, un objetivo general y varios específicos.
- La investigación cualitativa; identifica cuál es el comportamiento, las actitudes y las diferentes formas de reacción en los entrevistados; nunca son suficientes los datos que se recopilan en el listado de preguntas, necesariamente se debe observar cuál es la actitud y reacción de las personas.
- La investigación concluyente; la forma más común de trabajar en esta investigación es a través del manejo del cuestionario, utilizando para ello la técnica de la encuesta con sus diferentes clases.
- La investigación descriptiva; da a conocer detallada y porcentualmente cómo suceden los fenómenos y los hechos que son percibidos y se encuentran en análisis en la mente de los clientes.
- La investigación causal; establece relaciones de causa y efecto al determinar el grado de dependencia de las variables que se esté investigando. Se presentan correlaciones o explicaciones entre variables de estudio definidas por la investigadora o el investigador.

2.8 Mix de Marketing en la comercialización de productos

El marketing explica las variaciones que influyen en la compra u adquisición de un servicio o producto, determinando las necesidades y creando el vínculo para satisfacerlas. Esta actividad logra observar el comportamiento del consumidor, observando sus necesidades y deseos para describir cual debe ser el proceso que se adapte de manera efectiva en el mercado competitivo que hay en la actualidad (Chempen &, Isla., 2017).

En la comercialización de productos agroalimentarios, agrícolas y alimentos son diversos los tipos de empresas u organizaciones que intervienen, como agricultores, productores, industria, comerciantes, procesadores y distribuidores entre otros. Desde el punto de vista del marketing es clave comprender cual es el papel que cada una de ellas desempeña en

el canal de comercialización y las interrelaciones que se establecen entre ellas (Mollá, 2004).

2.8.1 Producto

Por norma general, en las sociedades desarrolladas los deseos y necesidades se satisfacen a través de productos; normalmente el término producto nos sugiere un bien físico, pero también representa el servicio o beneficio básico que el consumidor busca cuando compra el producto, incluye los componentes principales del producto como las características funcionales, el valor percibido, la imagen o la tecnología asociada (Monferrer, 2013).

(Peñaloza, 2005); en términos generales, producto es todo lo que pueda ser mercadeado; Está conformado por un conjunto de elementos tangibles e intangibles, como son el producto básico, la marca, el empaque, la etiqueta, la calidad y los servicios de apoyo que en un todo armónico contribuyen a satisfacer las necesidades y las expectativas del comprador.

2.8.2 Precio

Este concepto según (Kotler, 2010); precio es atribuido a la cantidad que se cobra por un producto o servicio adquirido; por lo que, este es la suma de conjunto de variables que los consumidores otorgan a cambio de los beneficios de adquirir un producto o servicio.

Por otra parte, para otros autores como (Casado & Sellers, 2006); desde el punto de vista del marketing esta conceptualización del precio resulta demasiado restringida; por ello, desde el punto de vista del marketing, el precio es el conjunto de esfuerzos y sacrificios, monetarios y no monetarios, que un comprador debe realizar como contrapartida de la obtención de un determinado nivel de utilidad.

2.8.3 Plaza o Distribución

En este concepto señala el autor (Peñaloza, 2005); que la distribución, entendida como el conjunto de actividades, organizaciones y personas que hacen posible que el bien llegue al consumidor final o al usuario organizacional, representa una decisión estratégica de trascendencia, pues compromete a la empresa a largo plazo; es una de las decisiones de mayor alcance, por cuanto una compañía puede cambiar sus precios, su publicidad e incluso modificar su línea de productos, pero no resulta fácil cambiar sus canales de distribución.

En las empresas de distribución alimentaria, supermercados y tiendas de descuento principalmente, la sección de frutas y hortalizas está siendo, cada vez más, un factor para competir entre las diferentes cadenas y para atraer clientes del comercio tradicional, lo cual lleva a que las empresas minoristas traten de mantener unos precios competitivos para sus clientes sin que por ello tengan que reducir sus márgenes comerciales, teniendo que soportar esos descuentos en destino los productores en origen, ya que las subidas de los precios y de los márgenes comerciales no parecen responder a subidas en los precios en origen percibidos por los productores (Rebollo et. al., 2006).

2.8.4 Promoción

La Promoción comprende actividades que comunican las ventajas del producto y convencen a los consumidores meta de comprarlo, en lo que refiere a publicidad, promoción en ventas, relaciones públicas, ventas personales (Armstrong & Kotler, 2008).

Este concepto como lo define (Rodríguez & Vázquez, 2017); consiste en que los clientes conozcan de su producto o servicio a través de diferentes modos de publicidad y se apoya en los medios fuertes de comunicación ya sea por medio de revistas, televisión, periódico, radio, entre otras; en conclusión, se acuerda que la promoción es muy importante en la comercialización de los productos dentro del mercado ya que esta sirve para informar o recordarle al público acerca de sus productos o de sus servicios.

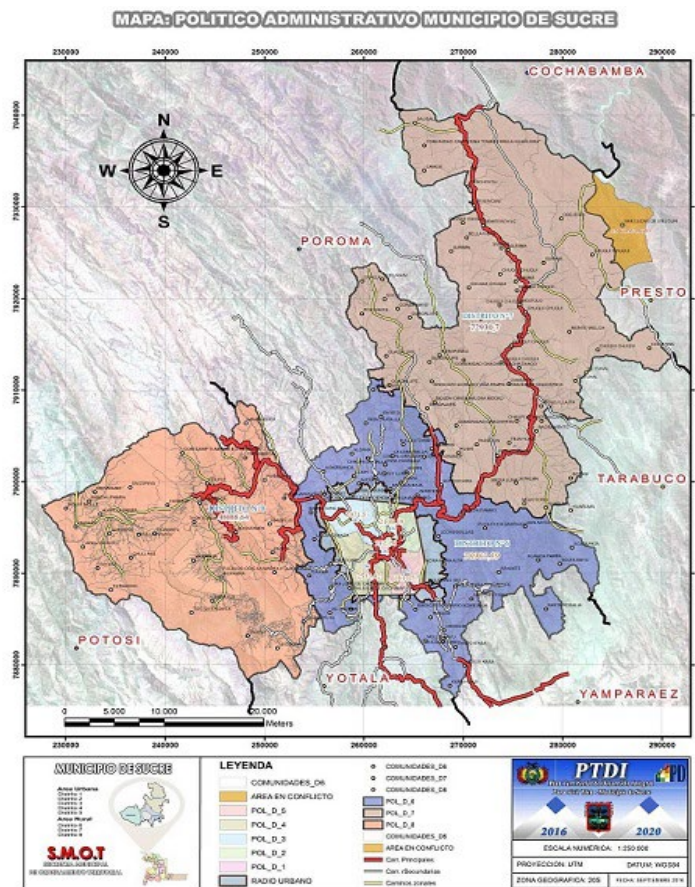
CAPÍTULO III

3 MARCO CONTEXTUAL

3.1 Ubicación geográfica

Sucre fue fundada por Pedro de Anzures el 29 de septiembre de 1538, se encuentra localizado en la Provincia Oropeza del Departamento de Chuquisaca, limita al Norte con el Municipio de Poroma, al Sur con el Municipio de Yotala, al Este con el Municipio de Tarabuco y al Sudeste con el Municipio de Yamparáez, territorialmente se encuentra dividido en 8 distritos, de los cuales 5 son urbanos, periurbanos y 3 rurales, cuenta con una extensión territorial de 171.88,64 Ha; la Ciudad de Sucre se encuentra situada entre los 19°3'2" de Latitud Sur y los 65°47'25" de Longitud Oeste del meridiano de Greenwich, a una altitud de 2,750 m.s.n.m. conformando parte de la unidad geomorfológica denominada “Cordillera Andina Oriental” (PTDI, 2016-2020).

Mapa 1: Administrativo de Sucre



Fuente: Plan territorial de desarrollo integral (PTDI 2016-2020).

3.2 Población

Según los resultados del Censo Nacional de Población y Vivienda de 2012 el municipio de Sucre contaba con una población empadronada 261.201 habitantes y presentaba una tasa de crecimiento anual intercensal de 1.74; el 44,94% de la población del Departamento de Chuquisaca se encuentra concentrada en el municipio de Sucre, según proyecciones del INE el municipio de sucre contara con 295.476 habitantes para el 2020, el crecimiento poblacional es similar al nacional, el 91,4 % de los habitantes del municipio de sucre se encuentran en el área urbana conformada por cinco distritos municipales, la población femenina supera con el 4,6% a la población masculina (PTDI, 2016-2020).

Tabla 5: Censo y crecimiento de la población 2001 – 2012

MUNICIPIO DEPARTAMENTO	INCREMENTO ABSOLUTO POR SEXO		CRECIMIENTO ABSOLUTO ANUAL	CRECIMIENTO ABSOLUTO POR SEXO		TASA ANUAL DE CRECIMIENTO INTERCENSAL 2001-2012 (%)
	HOMBRE	MUJER		HOMBRE	MUJER	
BOLIVIA	895.597	889.934	159.262	79.884	79.379	1,74
CHUQUISACA	25.270	24.555	4.444	2.254	2.190	0,80
Oropeza	22.013	24.650	4.162	1.963	2.199	1,58
Sucre	21.737	24.551	4.129	1.939	2.190	1,74

Fuente: Instituto nacional de estadística (INE,2012).

El municipio de Sucre según los distritos cuenta con un área urbana conformada por los distritos municipales 1, 2, 3, 4 y 5, cuenta con 239.000 habitantes y presenta mayor cobertura de servicios básicos, el área rural de municipio está conformada por los distritos 6,7 y 8 con una población de 22.201 habitantes (PTDI, 2016-2020).

3.2.1 Áreas urbanas y periurbanas

La ordenanza Municipal 023/95 del 5 de mayo de 1995 dividió a la Sección Municipal de Sucre en 9 distritos municipales, 5 en el área urbana y periurbana y 4 en el área rural. En el año 1996 se redujeron a 8 distritos debido a que el Distrito 9 paso a constituirse en la Sección Municipal de Yotala; por lo que quedaron 5 distritos en la ciudad de Sucre en el área urbana (Distrito urbano se refiere a la porción de territorio continuo o discontinuo, con edificaciones y espacios configurados físicamente por un sistema vial que conforma manzanas y predios destinados a la residencia y al desarrollo de actividades económicas predominantemente del sector secundario y terciario; que cuenta con un asentamiento humano concentrado, servicios básicos de agua potable, energía eléctrica, provisto de

equipamientos de educación, salud, recreación, comercio, administración. Ministerio de la Presidencia, 2019), y periurbana (Las zonas periurbanas, se refiere a cuyo acceso a los servicios básicos son limitados, además tienen una característica rural, se tiene producción agropecuaria. Flores, 2010), y 3 en el área rural (se refiere a los distritos que territorialmente abarcan a comunidades campesinas en sindicatos agrarios, es necesario destacar que en el Distrito 8 se caracteriza principalmente por mantener tradiciones culturales de pueblos originarios pertenecientes a la cultura Jalq'a, es una región montañosa alta, de suelos rocosos con escasa cobertura vegetal. Comprende las subcentralías de: Chaunaca, Maragua, Potolo, Mamahuasi, y Quila Quila; que ocupan un territorio de 49,762.02 hectáreas que integran a 8,782 habitantes. PTDI, 2016-2020). Las superficies que ocupan cada uno de estos distritos se detallan a continuación; el promedio de habitantes de todo el municipio de Sucre es de 146 habitantes por kilómetro cuadrado. La superficie del radio urbano asciende a 171.931,49 Hectáreas, el radio de los distritos urbanos representa el 4,95% de la superficie y el restante 95,05% está constituido por los distritos 6,7 y 8 (PTDI, 2016-2020).

Tabla 6: Superficie por distritos y población

DISTRITOS	SUPERFICIE HAS	%	POBLACIÓN 2012	DENSIDAD HAB/HA
Distrito 1	212,16	0,12	19.393	91,41
Distrito 2	2.108,19	1,23	105.533	50,06
Distrito 3	2.071,50	1,20	54.021	26,08
Distrito 4	2.513,42	1,46	26.960	10,73
Distrito 5	1.610,57	0,94	29.132	18,09
Area de Expansión			3.961	
SUB TOTAL	8.515,84	4,95	239.000	196,36
Distrito 6	38.983,59	22,7	4678	0,12
Distrito 7	76.343,42	44,4	8751	0,11
Distrito 8	48.088,64	28,0	8772	0,18
SUB TOTAL	169.505,44	95,05	22.201	0,42

Fuente: Plan territorial de desarrollo integral (PTDI, 2016-2020).

3.3 Clima

El Municipio de Sucre posee un clima templado y presenta tres tipos de climas según el método Thornthwaite y en función al índice de aridez, el tipo de clima que predomina en el municipio es el clima subhúmedo – seco, clima sin húmedo – húmedo y el clima semiárido los datos proporcionados por el servicio meteorología de Sucre, referidas a las temperaturas del municipio de Sucre según evolución de temperaturas presentan temperatura máxima media de 22°C, las temperaturas mínimas medias de 8,4 °; la ciudad de Sucre está íntegramente incluida en la zona climática de subhúmedo – seco, donde la precipitación se encuentra entre 600 a 700 mm, es decir que presenta excesos hídricos entre dos y cuatro meses, mientras que hay entre tres y cinco meses con déficit. El sector de la unión de los ríos Chico y Grande, la precipitación se encuentra entre 500 a 600 mm; que corresponde a un clima semiárido (PTDI, 2016-2020).

3.3.1 Heladas

En los últimos diez años, según (Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología) SENAMHI, las heladas han afectado el desarrollo de la mayoría de los cultivos, ya que con la influencia de los fenómenos climáticos - El Niño y la Niña -, las frecuencias han aumentado principalmente en las alturas. Existen microclimas en el área rural, que atenúan el impacto de las heladas, especialmente las que se encuentran en los piedemontes y valles; los días con heladas ocurren con mayor intensidad en los meses de junio y septiembre con diferente y son de corta duración, coincidiendo con el periodo seco, registrándose temperaturas mínimas de hasta - 4 °C (PTDI, 2016-2020).

3.3.2 Sequías y precipitación irregular

En gran parte del territorio municipal las sequías son usuales y ocurren en mayor parte del año con diferentes intensidades en invierno y parte de la primavera. Considerando la frecuencia de lluvias en el Municipio de Sucre, las inundaciones se registran en los meses de enero a marzo con mayor intensidad y de septiembre hasta la segunda quincena de diciembre con menor intensidad. En los distritos rurales, según el SENAMHI, se da en períodos entre cinco a diez años y ocasionalmente cada cinco años. Esta irregularidad afecta a la producción agropecuaria; la duración no alcanza a más de cinco a siete días, con daños severos en las terrazas de cultivos, viviendas precarias y en obras civiles cercanas a las orillas de los ríos (Río Chico, Río Grande, Pilcomayo, Quirpinchaca), éstas

zonas bajas, son las más afectadas por las elevadas crecidas – “debido a la demanda de terrenos de parte de los ciudadanos de Sucre, para la construcción de viviendas recreacionales, los productores campesinos han optado por la alternativa de recuperar tierras del río con la construcción de gaviones” (PTDI, 2016-2020).

Otro factor que influye negativamente, es la falta de regularidad en la distribución de las precipitaciones. Este hecho es más notorio, por ejemplo, en las escasas precipitaciones en periodos de mayor necesidad para el desarrollo de los cultivos, o por la excesiva precipitación en periodos donde ya no se requiere de mucha humedad, de esta manera poniendo en riesgo la producción agrícola y generando grandes pérdidas económicas a los productores (PTDI, 2016-2020).

3.3.3 Granizadas

Las granizadas son eventos agro-climatológicos locales cuya ocurrencia es difícil de pronosticar, una sola granizada intensa puede ser muy perjudicial para árboles frutales, la floricultura otros cultivos. Según el SENAMHI 2008, la ocurrencia, la variabilidad de las granizadas es muy grande en el municipio de Sucre, como también su intensidad (PTDI, 2016-2020).

3.3.4 Vientos

Los vientos que circundan en el área del municipio de Sucre, se caracterizan por ser fuertes que vienen en dirección norte y predominan entre los meses de agosto y septiembre provocando erosiones de tipo eólico con desprendimientos de grandes ramas y árboles, las velocidades de los vientos alcanzan a los 4 a 6 Km/hora situación que repercute en la baja cobertura vegetal de las zonas altas (PTDI, 2016-2020).

3.3.5 Inundaciones

Este fenómeno natural, es el de mayor impacto negativo para el municipio Sucre, que afectan a los distritos urbanos y rurales. En la ciudad de Sucre, especialmente en las zonas de alto riesgo (periurbanas) como el Distrito 5 (las causas de inundación por precipitación pluvial, provocan movimientos de masas que afectan a las viviendas circundantes a los cerros Sica Sica y Churuquilla), en los Distritos rurales, según el SENAMHI, se da en periodos de entre los 5 a 10 años y ocasionalmente cada 5 años (PTDI, 2016-2020).

Las inundaciones tienen una duración que generalmente alcanza más de 4 o 5 días, ya que el efecto devastador de las máximas avenidas es más bien instantáneo y en general, entre la llegada y la atenuación de la crecida, sólo pasan horas. Los daños generalmente son severos en las terrazas de cultivos, en viviendas ubicadas en laderas y serranías, caminos pedregosos y obras civiles; la afección severa se da principalmente por las crecidas, que cubren las partes bajas que se encuentran en las riveras de los ríos, es decir a lo largo de los ríos Chico y Grande. Las unidades de terreno han sido reemplazadas en el Distrito 7 – cambio de uso de suelo- en los últimos años, por las tendencias de demanda del mercado de Sucre por espacios recreacionales y de descanso, provocando que la tierra resulte pequeña. En consecuencia, los campesinos optan por la alternativa de recuperar tierras del río para ampliar sus áreas de cultivo, con la construcción de gaviones (esta recuperación tiene antecedentes desde las primeras intervenciones que ha realizado el Proyecto Chuquisaca Norte de la Ex (Corporación Regional de Desarrollo de Chuquisaca) CORDECH; (PTDI, 2016-2020).

3.4 Recursos Hídricos

La Ciudad de Sucre y su área de influencia están muy próximas (alrededor de 5 Km.) de la divisoria de aguas entre las dos Macrocuencas Sudamericanas, la del Río Amazonas cuya cuenca es el río Grande, las subcuencas son Río Chico y Presto y a estas además desembocan pequeñas micro cuencas de ríos y quebradas y la del Río de la Plata, cuya cuenca es el río Pilcomayo, la subcuenca es Cachimayu y a esta desemboca el río Quipinchaca y otras.

Estas subcuencas se describen a continuación:

La cuenca del Río Pilcomayo, perteneciente a esta última, es la receptora del río Cachimayu. Es importante destacar que es un área donde la red de drenaje presenta alta densidad: 0,91, siendo una de las mayores de la Subregión Chuquisaca Norte. Además, es límite departamental entre Chuquisaca y Potosí (PTDI, 2016-2020).

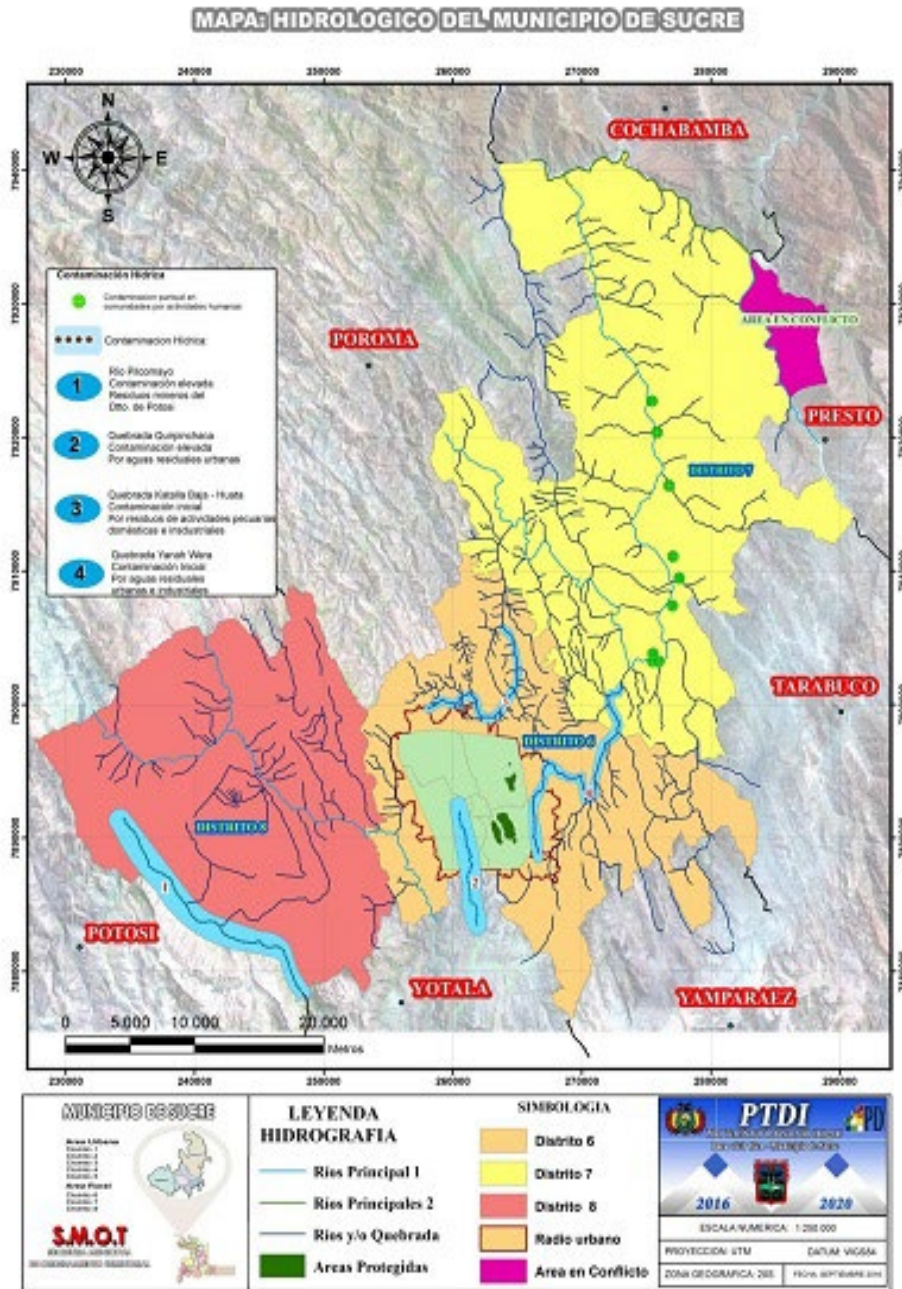
La cuenca del Río Grande, presenta una gran diferencia entre los caudales en la época lluviosa y la época seca, ello como consecuencia de la variación establecida entre las crecidas en temporada de máximas precipitaciones y el escurrimiento mucho más bajo en periodo de estiaje. La mayor parte de su recorrido es el límite natural entre los Departamentos de Chuquisaca y Cochabamba (PTDI, 2016-2020).

En esta instancia interesa destacar la participación de los cursos de agua en la cobertura de servicios urbanos, dada su importancia en la calidad de vida del ambiente urbano. Se destaca el Río Ravelo y las quebradas que desaguan en él ya que suministra el 90% de las aguas de abastecimiento para la población de la ciudad de Sucre (PTDI, 2016-2020).

El Río Quirpinchaca, afluente de la subcuenca Cachimayo, constituye el principal colector de la red de alcantarillado de la ciudad en este río, en el que afluyen las aguas residuales aportadas por las quebradas de Valle Hermoso, Kantuna, La Aguada, Fe y Alegría, 6 de agosto, Aranjuez (Inisterio, 88 Ha; Santa Teresa, 130 Ha; Asnahuaico, 55 Ha), Phiscojaitana (695 Ha), Planta Diesel y Prosperina por un lado, y Tucsupaya y Yuraj Yuraj por el otro. Otras quebradas desaguan en este río, como Santa Catalina y Toro Cancha (PTDI, 2016-2020).

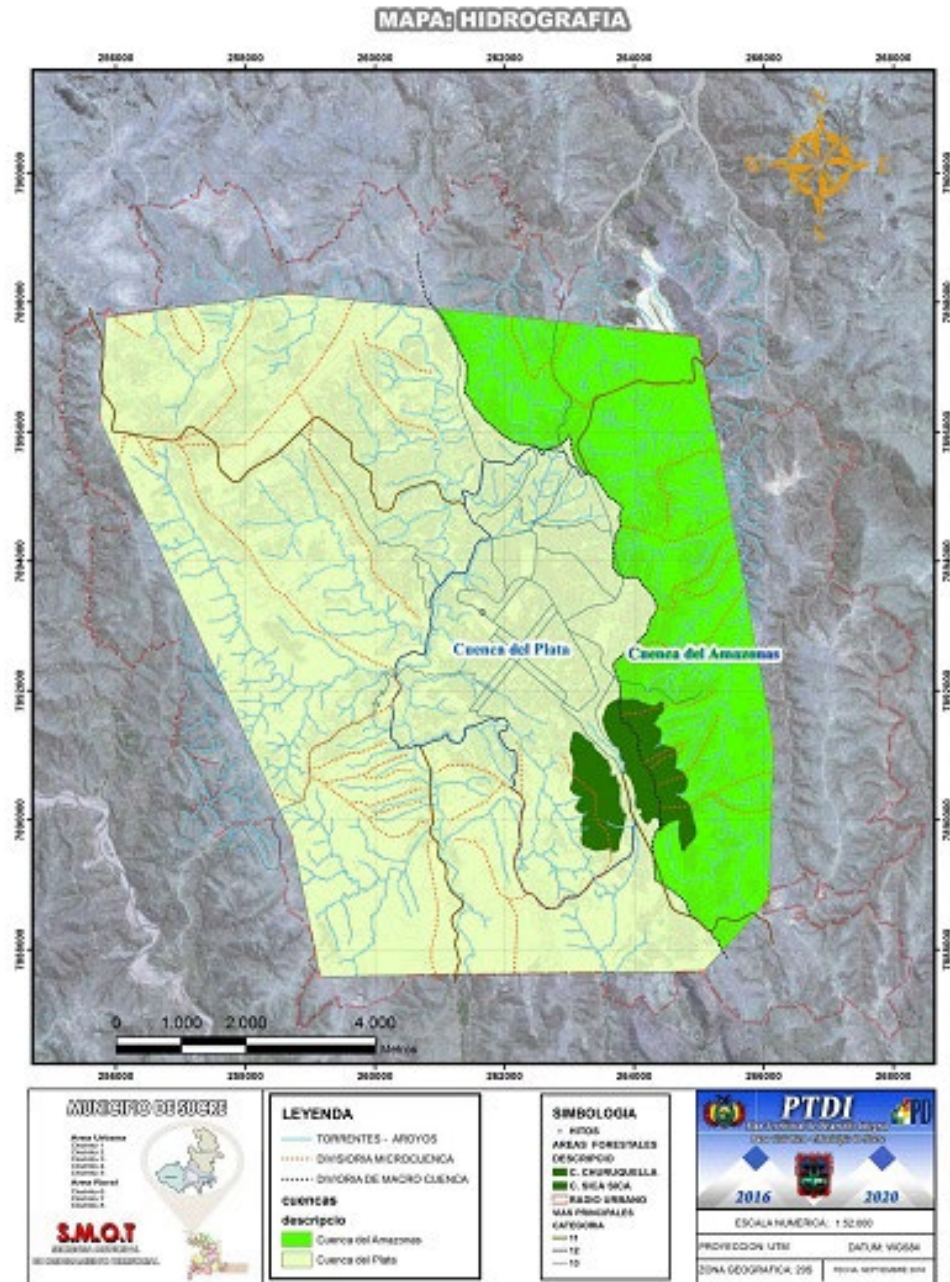
El Río Sancho, se encuentra hacia el Este de la ciudad, también integra el sistema de alcantarillado de la ciudad, apartando aguas residuales a la cuenca del Río Chico (área donde se encuentra una gran cantidad de sectores cultivados). Hacia el Sudeste de la ciudad de Sucre, junto a la salida del camino a Tarabuco, se encuentra la pequeña Represa Rumi Rumi. (PTDI, 2016-2020).

Mapa 2: Recursos hídricos del municipio de Sucre



Fuente: Plan territorial de desarrollo integral (PTDI, 2016-2020).

Mapa 3: Recursos hídricos área urbana



Fuente: Plan territorial de desarrollo integral (PTDI, 2016-2020).

3.5 Caracterización por distritos urbanos y periurbanos

3.5.1 Características del Distrito 1

Corresponde al Centro Histórico, alberga el 90 % del área declarada ciudad Patrimonio Cultural de la Humanidad por la (Organización de Naciones Unidas Para la Educación la Ciencia y la Cultura) UNESCO; con una población de 32995 habitantes en una extensión

de 216,27 Has cuenta con la densidad más alta del municipio de 1534 hab/ha. Se emplaza al pie de los cerros Sica Sica y Churuquilla.

Se constituye en la centralidad primaria, con roles de jerarquía nacional (Poder Judicial), departamental (Prefectura del Departamento de Chuquisaca) y municipal, reflejados en equipamiento de similar escala. Presenta una total cobertura de servicios, infraestructura y equipamientos colectivos (con sobreoferta incluso en el educativo) que producen congestión vehicular, peatonal y contaminación ambiental.

El Cementerio General y el Parque Simón Bolívar, son equipamientos, que destacan por su carácter paisajístico, histórico y arquitectónico, junto a los once museos y casi la totalidad de los atractivos turísticos urbano arquitectónicos que existen en el distrito.

La concentración excesiva de equipamientos determina una población flotante estimada en 78.000 personas del resto de los distritos, que deben desplazarse para desarrollar diversas funciones urbanas: trabajar, estudiar, adquirir productos, realizar gestiones administrativas, comerciales, recreativas, culturales y atenciones médicas determinando uno de los macro problemas urbanos (PMOT, 2009-2018).

3.5.2 Características del Distrito 2

Con 124.886 habitantes (42% del total) en una extensión de 1278,50 Has, pasa a ser el segundo en densidad de habitantes promedio, con 97 hab/ha.

La zona del Mercado Campesino, es la que concentra el mayor porcentaje edificatorio y poblacional, con sectores que sobrepasan los 300 hab/ha. Tiene como principal vía estructurante la Av. Jaime Mendoza y Germán Mendoza, que rodean el área patrimonial, y que son a su vez las principales vías de conexión junto a la Av. Ostría Gutiérrez; su prolongación es la Av. Marcelo Quiroga Santa Cruz de la que parte la carretera troncal hacia Cochabamba.

Constituye la segunda centralidad urbana, debido a la cantidad de equipamientos universitarios (47% de carreras universitarias y el 39% de alumnado entre la USFXCH y UNIVALLE), 353 unidades comerciales y de servicios (41% del total). En este barrio está el campus de la (Universidad de San Francisco Xavier de Chuquisaca) USFXCH, en la ex – refinería de petróleo. Alberga también equipamiento macro urbano como la Terminal de Buses, la Prefectura, el Estadio Olímpico Patria, Estadio Sucre, Coliseo Jorge

Revilla Aldana la Villa Bolivariana y el Polideportivo. El principal sector recreativo es el Parque Mariscal Sucre el Parque Cretácico y la factoría principal del cemento FANCESA (PMOT, 2009-2018).

3.5.3 Características del Distrito 3

El distrito 3, tiene 46.310 habitantes con el 16.08% del total, habitando en una extensión de 1.546,39 Has con una densidad de 30 Hab/ha, la más baja de la ciudad, aunque a medida que se acerca al área central la densidad fluctúa entre media y alta. Situado al norte, ocupa la parte más alta de la ciudad, con mayores posibilidades de consolidarse, debido al extenso territorio vacante. Las principales vías son la Av. 6 de Agosto y Av. Juana Azurduy de Padilla, que comunican el centro histórico con el Aeropuerto y sobre las cuales se van consolidando diversas urbanizaciones, gran parte de ellas de carácter residencial de nivel medio. Estas avenidas confluyen en la carretera Diagonal Jaime Mendoza de vinculación con Oruro y La Paz a través de Ravelo y centros mineros.

El principal equipamiento es el Aeropuerto Juana Azurduy de Padilla, muy cerca del mismo se encuentra el predio destinado al Parque Industrial. Adjunto al Parque Industrial se encuentra el Batallón V de Ingeniería Ovando y hacia el sur la Fábrica de Cerveza Sociedad Industrial del Sur S.A. El principal equipamiento de salud es el Hospital San Pedro Claver, colinda con los predios de la futura Ciudadela Médica. En proceso de obras está la Piscina Olímpica. Sobre la quebrada Tinta Mayu se procederá construir el Parque del Bicentenario (PMOT, 2009-2018).

3.5.4 Características del Distrito 4

Tiene una población de 27.377 habitantes, la más baja del municipio, habitan en una extensión de 560,27 Has, con una densidad de 49 hab/ha; que aumenta a medida que se acerca al área central. Situado al sur, ocupa la parte baja de la ciudad, con mayores diferencias de pendientes, debido a la presencia de quebradas. Las principales vías estructurantes son la Av. Circunvalación, que tiene conexión con la Av. Destacamento Chuquisaca, su prolongación es la carretera troncal de interconexión interdepartamental pavimentada a Potosí (que va paralela en algunos tramos a la quebrada del Quirpinchaca), la cual determina el crecimiento de la mancha urbana sobre la misma.

Concentra los principales macro equipamientos de salud de la ciudad: Caja de Salud Jaime Mendoza, Hospital Gastroenterológico, Hospital Cristo de las Américas, Hospital

de la Mujer y Psicopedagógico que determinan una dinámica urbana elevada, por la extensión del servicio que genera en la zona. El Poli gimnasio está en construcción. Es el distrito con menor porcentaje de áreas verdes, pero cuenta con varias quebradas, aptas para utilizarse como áreas con roles ambientales-ecológicos y recreativos, aunque están invadidas parcialmente con construcciones. Sobre la Av. Destacamento Chuquisaca, está localizado el Batallón Sucre II de Infantería, en la zona del Tejar, la ex estación de ferrocarriles, y más adelante el Palacete de la Florida, el Castillo de la Glorieta (recientemente restaurado y que funcionará como Museo de Época) y el Liceo Militar Edmundo Andrade (PMOT, 2009-2018).

3.5.5 Características del Distrito 5

El distrito 5, tiene una población de 30.020 habitantes en una extensión de 705,61 has incluidos los cerros Sica Sica y Churuquilla (370,15 Has) con una densidad promedio media de 56 hab/ha.

Situado al sur ocupa la parte alta de la ciudad, al pié de Sica Sica y Churuquilla, declarados como de Protección paisajista, con una superficie de 370,15 m², Ambos cerros son elementos estructurantes, al contener la Avenida del Ejército en medio, que tiene continuidad con la carretera Diagonal Jaime Mendoza, que conecta a Sucre con Santa Cruz, a través de las localidades de Tarabuco y Camiri.

Este distrito, alberga el 10 % del área declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad. Particularmente, el sector fundacional de la ciudad en el complejo urbano de La Recoleta (PMOT, 2009-2018).

3.6 Uso actual de los suelos urbanos y periurbanos

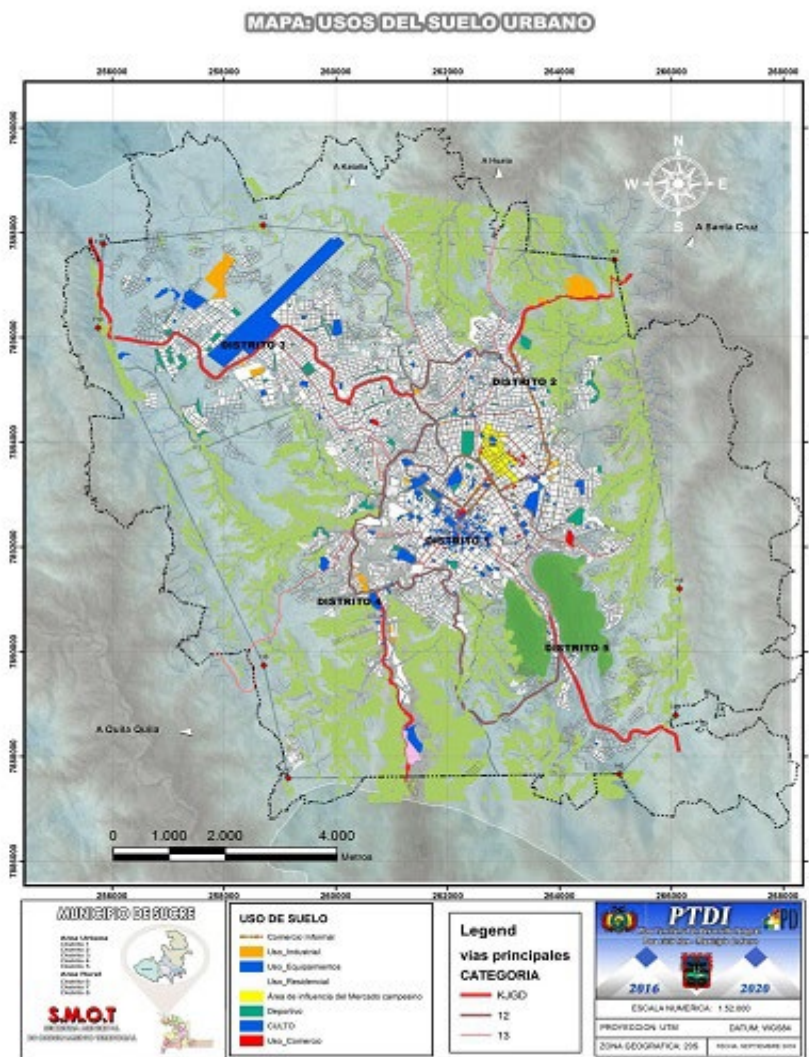
En el Municipio de Sucre, la actividad agrícola, pecuaria y forestal, se desarrolla básicamente en sus distritos rurales 6, 7 y 8 ya que los distritos 1, 2, 3, 4 y 5 presentan características urbanas y en parte periurbanas. La agricultura se constituye en la principal actividad económica generadora de ingresos/empleos y de subsistencia de la mayor parte de las familias del área rural del municipio (PDM, 2010-2014).

En los distritos urbanos (D- 2, D-3, D-4 y D-5), en las zonas periurbanas se desarrollan actividades agrícolas en menor escala y se crían animales para el autoconsumo. En los

distritos rurales (D-6, D- 7 y D-8) se utilizan pequeños espacios para la agricultura a secano en manchas irregulares (PMOT, 2009-2018).

En las zonas periurbanas ha disminuido la vocación para el cultivo en estos suelos, en la actualidad, están destinados para la construcción y expansión de la mancha urbana. La existencia de zonas de cultivo y cría de animales dentro de la mancha urbana, refleja la procedencia de sus habitantes, pero también el destino del área, previo a su incorporación a la ciudad (PMOT, 2009-2018).

Mapa 4: Uso del suelo urbano



Fuente: Plan territorial de desarrollo integral (PTDI, 2016-2020).

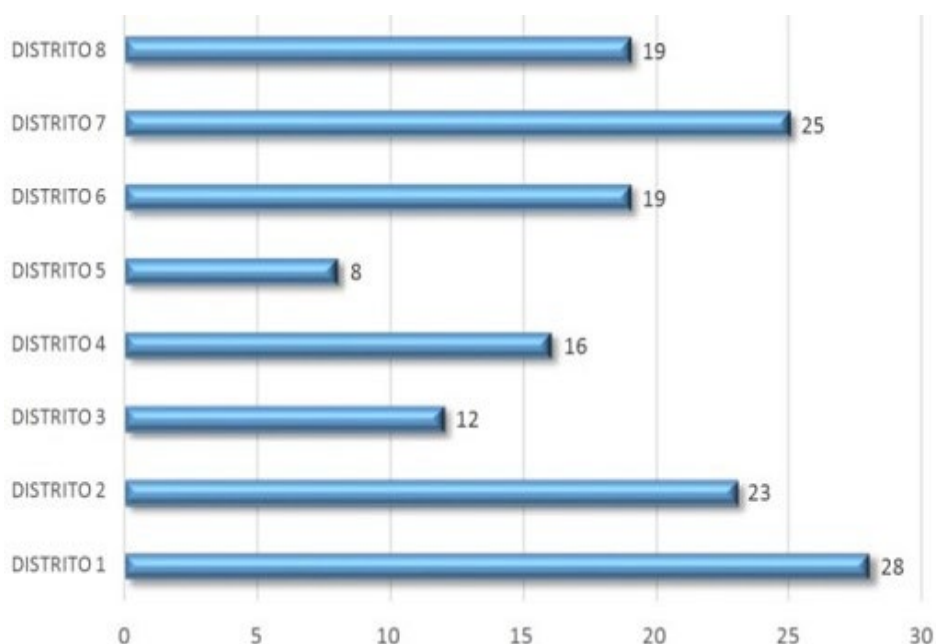
3.7 Educación

En nuestro el país, la educación es un derecho fundamental establecido en la Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia, la educación se encuentra estructurado de la siguiente manera; educación regular (inicial, primaria y secundaria), educación especial, alternativa y permanente; en ese sentido para el análisis de este sector se considera indicadores de asistencia escolar, cobertura, promoción, grado de instrucción, analfabetismo e infraestructura escolar, etc., (PTDI, 2016-2020).

3.7.1 Infraestructura educativa

Los datos de infraestructura educativa, presentan la cantidad de espacios o ambientes destinados a desarrollar procesos de enseñanza y aprendizaje sean estos correspondientes a educación inicial, primaria o secundaria en el municipio de Sucre; según información proporcionada por la Dirección de Educación del Gobierno Autónomo Municipal de Sucre se cuenta con 150 infraestructura educativas distribuidas en el municipio, el 58% de la infraestructura está distribuida entre los distritos 1, 2, 3,4 y 5 y el resto 42% se encuentra distribuida en el área dispersa de los distritos rurales del municipio de Sucre (PTDI, 2016-2020).

Gráfico 3: Infraestructura educativa por distrito



Fuente: Plan territorial de desarrollo integral (PTDI, 2016-2020).

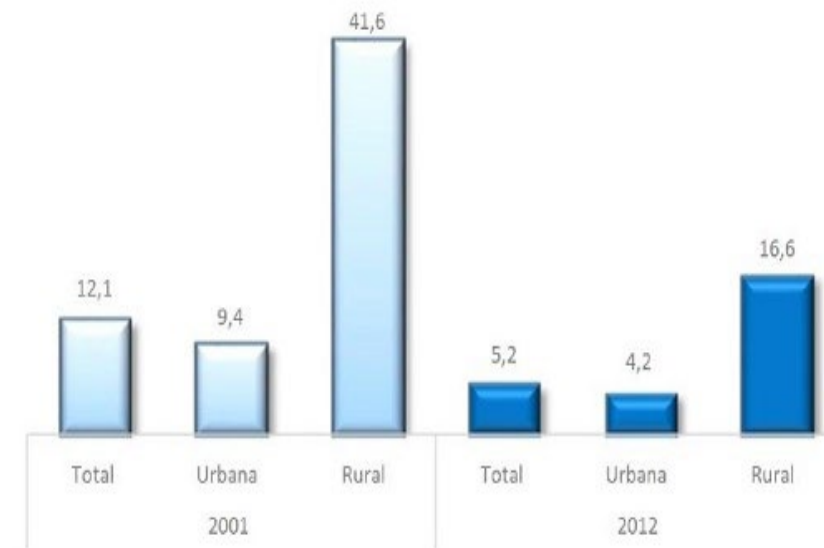
3.7.2 Población escolar

La Población en edad escolar está comprendida entre 4 a 19 años, según información del INE 2012 se cuenta con una población de 75.323 en edad escolar en el municipio de Sucre la relación proporcional entre la cantidad de unidades educativas y la población en edad escolar es de 341 alumnos por unidad educativa (PTDI, 2016-2020).

3.7.3 Tasa de analfabetismo

A pesar de contar a nivel Departamental con una tasa de analfabetismo del 1,1% como promedio, se observa que en el municipio de Sucre redujo la tasa de analfabetismo en 5,2 % a consecuencia de la implementación del programa de post-alfabetización se logró reducir los siguientes resultados a participantes graduados de 7291, representado 4.03% durante las gestiones 2013 a 2015 (PTDI, 2016-2020).

Gráfico 4: Tasa de analfabetismo por área



Fuente: Plan territorial de desarrollo integral (PTDI, 2016-2020).

3.8 Salud

3.8.1 Mortalidad Infantil

El municipio de Sucre durante la gestión 2013 registro la muerte de 928 niños, cuenta con una población mayor de niñas y niños en relación al departamento, las principales causas de mortalidad infantil figuran las enfermedades diarreicas agudas (EDAs) y las infecciones respiratorias agudas (IRAs), subnutrición y por las complicaciones

perinatales por la no asistencia de las mujeres gestantes a los controles antes del parto y deficiencia de parto fuera de los centros de salud además de considera que factores como los distintos riesgos que presuponen vivir en una ciudad más grande y con mayores riesgos para la vida, aportan para que ésta cifra sea tan elevada (PTDI, 2016-2020).

3.8.2 Mortalidad Materna

El Municipio de Sucre, por cuestiones poblacionales cuenta con la mayor cantidad de mujeres en edad fértil, número de partos y además número de decesos maternos, durante la gestión 2015 se registró el deceso de 6 mujeres presentando una disminución en relación a gestiones anteriores, además de que una mayor cantidad de madres gestantes que recurren a los centros de salud para poder realizarse sus controles y la implementación del bono Juana Azurduy de Padilla (PTDI, 2016-2020).

3.8.3 Tasa Global de Fecundidad

Según Información proporcionada por SEDES Chuquisaca, El municipio de Sucre presenta una tasa global de fecundidad de 7 nacidos vivos por cada mil mujeres en edad fértil (15 a 49 años de edad) durante la gestión 2015 que es una de las tasas de fecundidad alta en relación a los otros municipios (PTDI, 2016-2020).

3.9 Servicios Básicos

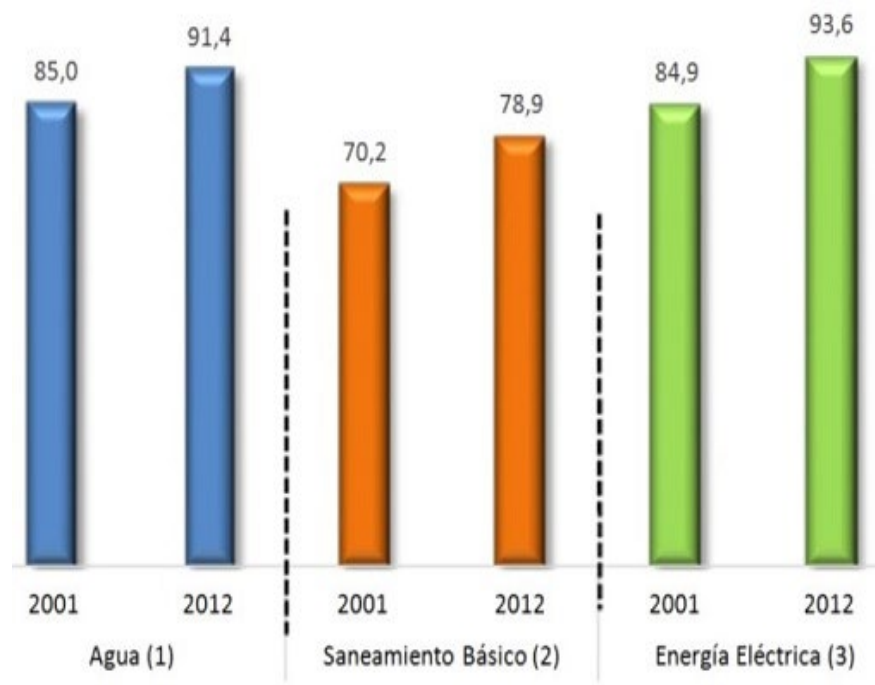
El acceso a los servicios básicos reduce la cantidad de enfermos y muertes de la sociedad, siendo estos indispensables para mejorar la calidad de vida. A nivel Urbano existe mayor intervención por presencia de empresas prestadoras de servicios. A nivel Rural la carencia de servicios, se muestra de manera muy marcada. Todos los gobiernos tienen como objetivo, incrementar el porcentaje de cobertura en las áreas rurales (PTDI, 2016-2020).

3.9.1 Agua

La cobertura de agua en los distritos rurales (6,7 y 8) del municipio de sucre durante la gestión 2001 era de 35,8% y el área urbana presentaba una cobertura de 90, 6%, durante la gestión 2012 la cobertura del área rural y urbana se incrementó en 49,2% y 95,2%; respectivamente, según datos de Instituto Nacional de Estadísticas la cobertura de agua en el municipio de sucre ascendió a 91,4% , considerando que la el 54, 6 % de los hogares tiene agua por cañería de red, el 10,4% cuenta con una pileta pública para poder acceder al agua, el 11,8% accede al agua por el carro repartidor, el 6,6 % de los hogares cuenta

con pozo, y el restante 9,5% de hogares accede al agua en ríos, vertientes, acequias, lagos laguna y curichi; según información y proporcionada por ELAPAS la cobertura de agua potable en el municipio de sucre durante la gestión 2013 fue del 97%, en relación a la cobertura del servicio de saneamiento básico el 70,2 % de las viviendas particulares del municipio durante la gestión 2001, el área urbana tenía una cobertura de 76,3% y la cobertura de saneamiento básico en viviendas particulares del área rural ascendían solo al 16,2%, sin embargo estos indicadores mejoraron para el 2012 donde la cobertura llego a un 78,9%; el registro de cobertura de saneamiento básico de ELAPAS para la gestión 2013 es de 87,88% (PTDI, 2016-2020).

Gráfico 5: Cobertura de servicios básicos



Fuente: Plan territorial de desarrollo integral (PTDI, 2016-2020).

3.9.2 Energía eléctrica

La cobertura de energía eléctrica en el municipio fue incrementada de un 84,9% a 93,6% entre los periodos 2001 – 2012, el área urbana del municipio durante la gestión 2012 presentaba una cobertura de 97, 8% y la cobertura del área rural es de 49,7%; (PTDI, 2016-2020).

Tabla 7: Cobertura energía eléctrica

2001			2012		
ÁREA URBANA	ÁREA RURAL	TOTAL	ÁREA URBANA	ÁREA RURAL	TOTAL
84,9	92,1	20,4	93,6	97,8	49,7

Fuente: Plan territorial de desarrollo integral (PTDI, 2016-2020).

3.9.3 Gas Domiciliario

En la ciudad de Sucre se encuentra instalada la Planta de recepción de gas natural y gas licuado ubicada en Qhora Qhora, la cual alimenta a dos ramales que distribuyen gas natural a las industrias y a la red secundaria que distribuye gas al sector doméstico y comercial; durante las gestiones 2006 – 2015 se ejecutaron 40.114 metros lineales de conexión a la red primaria y 46.780 metros lineales de red secundaria en 26.146 predios con 130.730 beneficiarios directos incrementado la cobertura de gas domiciliario en el Municipio de Sucre (PTDI, 2016-2020).

Tabla 8: Cobertura de gas domiciliario

GESTIÓN	INSTALACIONES INTERNAS		RED PRIMARIA	RED SECUNDARIA
	PREDIOS	BENEFICIARIOS	MTS.	MTS.
2006	2.021	10.105		55.150
2007	2.062	10.310		
2008	1.652	8.260	19.335	
2009	2.949	14.745	6.624	35.942
2010	1.419	7.095	2.511	77.534
2011	2.835	14.175		66.792
2012	3.300	16.500	6.114	38.007
2013	3.563	17.815	5.530	36.856
2014	4.143	20.715		23.503
2015	2.202	11.010		12.924
TOTAL	26.146	130.730	40.114	346.708

Fuente: Redes de gas YPFB.

3.10 Recursos Naturales

La situación de los recursos naturales en el Municipio de Sucre, es un tema preocupante, esto, obviamente por el poco interés que le presta la comunidad a la temática referida; de acuerdo al Programa de Lucha contra la Desertificación y Sequia (José Escalante 1996), la estimación de la extensión superficial de suelos afectados por la erosión en el país, oscila entre 35% y 41% equivalente a 418,000 km² y 450,000 km² en la que se incluyen las áreas de agricultura tradicional principalmente (PDM, 2010-2014).

3.10.1 Vegetación

El municipio de Sucre se distribuye en tres principales eco-regiones dentro de la Cordillera Oriental, presenta tres tipos de formación vegetal que son el bosque ralo, matorral y herbácea caracterizada por una vegetación semidecidua, pero en la parte occidental predomina el matorral decido, asociado con gramíneas y relictos de pequeños bosques. La vegetación protectora del suelo en los últimos años, se ha tornado cada vez más escasa por el excesivo pastoreo, extracción de leña y procesos de urbanización, que a su vez facilita el rápido escurrimiento superficial del agua y la formación de diversos procesos de erosión (PTDI, 2016-2020).

Tabla 9: Clases de formaciones vegetales

Código	Código UNESCO	Clase de Formación	Subclase	Grupo	Piso
25	2B5c	Bosque Ralo	Caducifolio	Espinoso	Montano
33	2C5c	Bosque Ralo	Xeromórfico	Espinoso	Montano
37	2A3d	Matorral	Siempre Verde	Semideciduo	Subalpino
45	3B2c	Matorral	Caducifolio	Estacional	Montano
47	3B3c	Matorral	Caducifolio	Semideciduo	Montano
48	3B3d	Matorral	Caducifolio	Semideciduo	Subalpino
50	3B4c	Matorral	Caducifolio	Deciduo por Sequia Espinoso	Montano
56	3C3c	Matorral	Xeromórfico	Semideciduo	Montano
98	5F8c	Herbácea	Graminoide Baja	Sinusia Arbóreo	Montano
100	5F9d	Herbácea	Graminoide Baja	Sinusia Arbustiva	Subalpino

Fuente: Plan territorial de desarrollo integral (PTDI, 2016-2020).

Las características físico – biológicas (fisiografía, relieve, suelo, clima y altitud), asociada las actividades socioeconómicas del hombre, han determinado la evolución de una cobertura vegetal variada, cuya tendencia depende de las actividades antrópicas y de la expansión de área urbana de la ciudad de Sucre (PTDI, 2016-2020).

Tabla 10: Cobertura vegetal del municipio de Sucre

Código	Km ²	%	DISTritos	Comunidades
25	290.6	16.1	Distrito 7	Carapari, Caraparicito, Imilla Huayñusca y Ovejera
33	229.2	12.7	Distrito 7	Camos, Imilla Huayñusca, Soto Kasa, Naranjos Mojtulo, Surima, Toro, Paredon, San Jose y Chacarilla
37	64.1	3.6	Distrito 8	Molle Molle, Macuri, Potolo, Socapaya
45	13.7	0.8	Distrito 6	Charcoma, Duraznillo, Guzman, Koyuli, San Juan, thullma
47	199.6	11.1	Distrito 6	Guadalupe, Tinteros, Takos, Kochis, Molle Kasa, Azari
48	423.7	23.5		Chaunaca, Mana Huasi, La Esperanza, Charcoma, San Juan, Molle Molle Lechuguillas, Takos, Kochis, Molle Kasa, Pampa Huasi,
50	86.1	4.8	Distrito 8	Quila Quila, Purunquilla, Talula, Humaca, Estancia Tarwi Pampa, Estancia Changurí.
56	75.6	4.2	Distrito 8	Arabate, Molle Khasa, Puca Puca
98	276.9	15.3	Distrito 1,2,3,4,5	
100	20.6	1.1	Distrito 8	Molle Molle
Área Urbana	20.4	1.1		
c	86.2	4.8	Distrito 7 y 8	Rivera del Rio Chico (Melonar, Surima, Chuqui Chuqui, Chaco, Mojo y Paredón
F	18.4	1.0	Distrito 5 Y 8	Chaunaca, cerros Sica Sica y Churuquilla

Fuente: Plan territorial de desarrollo integral (PTDI, 2016-2020).

3.11 Unidades Socioculturales

En el transcurso de los siglos XVI - XVIII se dio una trascendental evolución en la ciudad evidenciada en las designaciones otorgadas a la “Villa de La Plata” y posterior Ciudad de La Plata, connotaciones destacadas en el continente que dieron lugar a las mejores páginas de la historia nacional como ser la Gesta Libertaria (1809) y la firma del Acta de la Independencia (1825) con la creación de la República de Bolivia de la que Sucre se constituye en su Capital (PTDI, 2016-2020).

Durante la gestión 1950 se empieza a dar un crecimiento a partir de la migración acelerada generada por cambios políticos, institucionales y económicos este cambio se hace visible en la gestión 1960 surgen nuevas urbanizaciones y barrios sobre vías y carretera de salida a los departamentos de Cochabamba y provincias del departamento; el continuo crecimiento poblacional y de la mancha urbana con bajos índices de densidad en la periferia urbana debido a la gran cantidad de predios que no tiene edificaciones y las comunidades inapropiadas del sitio debido a la topografía irregular existente en su extensión territorial por la presencia de quebradas con elevadas pendientes y cursos de río (PTDI, 2016-2020).

Sucre comparte la cosmovisión de la cultura andina cultura quechua que basa sus principios en la dualidad, reciprocidad y complementariedad en la búsqueda del bien común estar en equilibrio con su entorno natural y social (PTDI, 2016-2020).

Las características socioculturales del Municipio de Sucre según el censo 2012 han sido estructuradas según las variables de idioma materno, el primer idioma y la auto pertenecía de la población , en ese sentido el municipio de sucre predomina el idioma materno castellano con 67,73% el Quecha con 31,5 aymara, el 67,73% de los habitantes del municipio hablan el idioma castellano, el 25,86% hablan el idioma quechua y el 0,36% hablan el idioma Aymara , según la auto pertenecía la población el 88,9% de la población se identificó como Quechua y el 2,6% se identificó como aymara con la que se identificó con alguna nación o pueblo (PTDI, 2016-2020).

Las manifestaciones culturales expresadas en el municipio se reflejan a partir del ritual a la pachamama, festividad a la Virgen de Guadalupe realizada en el mes de septiembre, el festival internacional de la cultura y la festividad de Todos los Santos (PTDI, 2016-2020).

3.12 Transporte terrestre

El flujo de transporte en la terminal de buses, concentra los flujos de buses hacia los otros departamentos, pero también a los taxis que realizan la vinculación con Potosí y una importante accesibilidad en transporte público urbano, por sus importantes zonas comerciales, la terminal de buses se ha vuelto una de las principales zonas de movimiento urbano de la ciudad de Sucre; el 65% de los viajes se realizan hacia el sur, el 30% de los viajes se realizan hacia la zona norte y el restante 5% hacia el este del Departamento de Chuquisaca (PTDI, 2016-2020).

Tabla 11: Destino y frecuencia de viajes

DESTINO	Nro de Buses	Frecuencias
Potosí (destino final)	37 buses/día	Salida sur : 65%
La Paz	10 buses/día	
Tarija o Villazón	9 buses/día	
Otros hacia la salida sur	9 buses/día	
Santa-Cruz	20 buses/día	Salida norte : 30%
Cochabamba	12 buses/día	
Camiri – Yacuiba	5 buses/día	Salida este : 5%

Fuente: Plan territorial de desarrollo integral (PTDI, 2016-2020).

El Municipio de Sucre cuenta con comunicación terrestre (i) interdepartamental directa con las capitales de departamento Cochabamba, Potosí, Tarija, Oruro, La Paz y Santa Cruz. Disponiendo terminal de buses con servicios público diario a los distintos destinos arriba mencionados y así mismo se implementó otro medio de transporte diario vía taxis y trufis principalmente a la ciudad de Potosí lo cual facilita el transporte masivo hacia Uyuni como destino turístico. (ii) así mismo se dispone de transporte interprovincial diaria de buses que comunica a la ciudad Capital Sucre con las capitales del 100% de

municipios. Importante mencionar que Sucre dispone de empresas de transporte de carga terrestre para todo tipo de productos (PTDI, 2016-2020).

3.12.1 Transporte aéreo

Si bien la Ciudad de Sucre cuenta con el aeropuerto Juana Azurduy de Padilla ubicado a 5,9 km que actualmente no se encuentra operando debido a que a partir de la presente gestión 2016 entró en funcionamiento el Aeropuerto Internacional de Alcántari ubicado a 30 Kilómetros de la ciudad de Sucre en el Municipio de Yamparáez, este aeropuerto permite realizar operaciones de aeronavegación internacionales las 24 horas de día a diferencia de las dificultades y limitaciones operativas sobre todo el días de clima adverso (PTDI, 2016-2020).

3.13 Economía plural

La economía plural es una parte fundamental para el desarrollo de un municipio y el funcionamiento de un territorio, considerando que la dinámica económica está fuertemente articulada al desarrollo humano e integral. En este sentido, deberán analizarse los aspectos de desarrollo económico y productivo vinculado al sector público, sector privado, sector cooperativo y comunitario, y sus interrelaciones; la economía plural considera la consolidación de complejos productivos territoriales, que articulan los procesos de producción primaria, transformación y comercialización, estableciendo una integración productiva de diversas formas de organización de la economía plural, con condiciones básicas para su desarrollo y soporte, de manera que, se generen empleos e ingresos para los diferentes actores que habitan en el territorio (PTDI, 2016-2020).

3.13.1 Economía Plural Actual

La economía plural actual del municipio de sucre en el marco del ordenamiento territorial comprende; análisis de infraestructuras productivas (complejos productivos, proyectos de riego, proyectos productivos de mecanización, otros) en cohesión con las redes de acceso vial; cualidades productivas (Plan de Uso de Suelos-PLUS, aptitud del suelo, valor bruto de producción); por otro lado, se toma en cuenta los servicios complementarios como la cobertura de agua segura, redes de distribución de energía (PTDI, 2016-2020).

En el Municipio de Sucre de acuerdo a la Constitución Política del Estado (CPE), Art. 306 “la economía plural está constituida por las formas de organización económica

comunitaria, estatal, privada y social cooperativa, y está orientada a mejorar la calidad de vida y el vivir bien de todas las bolivianas y bolivianos”. Esto equivale a decir que la economía plural debiera ser la convivencia armónica de estas formas económicas tal que generen riqueza y que ésta se distribuya equitativamente para el logro del vivir bien (PTDI, 2016-2020).

La búsqueda del vivir bien y no de “desarrollo” en el paradigma boliviano es el que lleva a colocar la economía en su verdadera dimensión, al servicio de la sociedad y su medioambiente y no a la inversa; el municipio de sucre tiene cuatro tipos de economía reconocidos por la constitución las cuales son: Social comunitaria, Social cooperativa, Privada, y Estatal (PTDI, 2016-2020).

Estas economías, pueden asociarse a la tenencia de la tierra y al modo de producción que se realiza en ellas, así se puede estimar la localización referencial de estos tipos de economías. Se define a la economía comunitaria como la producción de bienes y servicios, donde el desarrollo de organizaciones económicas, procesos productivos son de propiedad colectiva, respetando los principios que rigen a los pueblos o naciones (indígenas-originarios-campesinos) para la redistribución y reinversión productiva de los excedentes, en equilibrio con la naturaleza para vivir bien (PTDI, 2016-2020).

La economía social comunitaria en el Municipio de Sucre se asocia al modo de producción del tipo comunitario, campesino e indígena originario que incluye una visión integral de relacionamiento entre hombre, naturaleza y cultura. Se puede decir que la economía Estatal está asociada a la tenencia de la tierra por el Estado y a la dinámica económica que generan las empresas Estatales. El modo de producción y la apropiación del territorio individual se asocian a la economía privada (PTDI, 2016-2020).

3.14 Actores sociales y productivos

Considerando que el Plan Territorial de Desarrollo Integral es de cumplimiento obligatorio para las entidades públicas y orientador para las instituciones privadas y organizaciones sociales, el marco institucional corresponde al total del universo de actores que operan en el municipio de Sucre; por tanto, el presente análisis se presenta desde el punto de vista de la tipología de los diversos actores que tienen mayor responsabilidad en la ejecución del Plan (PTDI, 2016-2020).

Tabla 12: Tipología de actores

N°	Actor	Principales Instituciones / Programas	Tipo de Actor	Rol / Responsabilidad	Productos
1	Público – Central	<ul style="list-style-type: none"> Gobierno central Ministerios 	<ul style="list-style-type: none"> Interno 	<ul style="list-style-type: none"> Normar, regular, promover el desarrollo económico y social de Bolivia. 	<ul style="list-style-type: none"> Normas (Leyes, Decretos, Resoluciones). Obras físicas (Caminos, Riegos, electrificación, etc.). Servicios (Agropecuarios, turísticos, de salud, de educación, de información, etc.).
2	Público – Programas	<ul style="list-style-type: none"> Bolivia Cambia – Evo Cumple. Programas de desarrollo sectoriales (Caminos, riegos, agua, etc.). 	<ul style="list-style-type: none"> Interno 	<ul style="list-style-type: none"> Contribuir al desarrollo del Estado Plurinacional de Bolivia. 	<ul style="list-style-type: none"> Obras físicas (Caminos, riegos, electrificación, etc.). Servicios (Agropecuarios, turísticos, de salud, de educación, de información, etc.).
3	Público – Entidades Autónomas Territoriales	<ul style="list-style-type: none"> Gobiernos Municipales. Sub alcaldías Municipales Concejo Municipal 	<ul style="list-style-type: none"> Interno 	<ul style="list-style-type: none"> Administrar y gobernar en su jurisdicción territorial. 	<ul style="list-style-type: none"> Normas (Leyes, Decretos, Resoluciones). Obras físicas (Caminos, riegos, electrificación, etc.). Servicios (Agropecuarios, turísticos, de salud, de educación, de información, etc.).
4	Público – Otros	<ul style="list-style-type: none"> Brigada Parlamentaria. Policia Nacional. Poder Judicial. Impuestos Nacionales. Universidad SFXCH. Dirección Departamental de Educación. SEDES 	<ul style="list-style-type: none"> Interno 	<ul style="list-style-type: none"> Administrar y ejecutar las políticas públicas referidas a su área de competencia. 	<ul style="list-style-type: none"> Normas. Servicios (Policiales, judiciales y de recaudación impositiva, educativas, de salud entre otros).
5	Pública – Productivas	<ul style="list-style-type: none"> FANCESA YPFB 	<ul style="list-style-type: none"> Interno 	<ul style="list-style-type: none"> Contribuir al crecimiento y desarrollo nacional departamental y 	<ul style="list-style-type: none"> Bienes (Cemento e Hidrocarburos).
6	Privadas de Desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> FEPCH CADEPIA CIOEC OECAS MYPES 	<ul style="list-style-type: none"> De apoyo 	<ul style="list-style-type: none"> Contribuir al crecimiento y desarrollo municipal 	<ul style="list-style-type: none"> Bienes y servicios (varios).
7	Privadas cívicas	<ul style="list-style-type: none"> CODEINCA Federación De Juntas Vecinales. 	<ul style="list-style-type: none"> De apoyo 	<ul style="list-style-type: none"> Acompañar e impulsar las iniciativas de desarrollo económico y social 	<ul style="list-style-type: none"> Servicios de acompañamiento y seguimiento.

Fuente: Plan territorial de desarrollo integral (PTDI, 2016-2020).

Resultado de un mapeo de actores en el Municipio, los actores internos, que corresponden ser las instituciones públicas, son los más relevantes del proceso de desarrollo (en términos de responsabilidad de ejecución de las acciones e inversiones propuestas), puesto que depende el desarrollo del departamento, del esfuerzo en términos de inversión

pública y de las acciones que puedan realizar; por tanto corresponde incorporarlos cuanto antes en todos los procesos de cambio que se proponen en el presente Plan (PTDI, 2016-2020).

Estos actores directos, están presentes en Sucre a través de los distintos niveles que interactúan en cumplimiento de la Constitución Política del Estado y de toda la normativa pública (Nacional, departamental y local); por tanto, será el Gobierno Autónomo Municipal de Sucre la Gobernación de Chuquisaca que coordine su accionar a partir de su competencia y carta orgánica autonómico (PTDI, 2016-2020).

En segunda instancia están los actores de apoyo, que su accionar corresponde más a criterios de complementariedad a los esfuerzos públicos, cuyo desempeño deberá estar coordinado y regulado por los actores directos, y en especial por la Gobernación de Chuquisaca (PTDI, 2016-2020).

Por último, los actores más relevantes del proceso son los directos, que corresponden a todas las personas, juntas vecinales, comunidades y entidades que se benefician de los procesos de cambio, en consecuencia, su participación es imprescindible en todos y cada uno de los momentos de la elaboración, ejecución y retroalimentación del Plan de Desarrollo (PTDI, 2016-2020).

3.15 Políticas y lineamientos

La planificación estratégica territorial, del Gobierno Autónomo Municipal de Sucre a partir del presente Plan, establece el despliegue de las siguientes políticas denominadas “Políticas del Vivir Bien” asociados a los lineamientos estratégicos, objetivos estratégicos institucionales, con respecto a la Programación de Operaciones, ejecución y seguimiento creando un sistema de control a través de los indicadores (PTDI, 2016-2020).

Las políticas establecidas para el PTDI son:

- La Madre Tierra se constituye como fuente de vida
- La Economía Plural genera y redistribuye los recursos económicos con equidad
- Construcción de un ser humano integral que vive en felicidad
- Profundización de la Autonomía Municipal

Estas políticas constituyen en el corto y mediano plazo el referente conductor para guiar el nuevo modelo de gestión institucional del Gobierno Autónomo Municipal de Sucre en cumplimiento al mandato social del Estado Boliviano (PTDI, 2016-2020).

3.15.1 Lineamientos estratégicos

De la misma forma El GAMS establece lineamientos estratégicos que tienen el desafío de encarar el desarrollo de modelos de gestión en el marco institucional, ambiental, territorial, etc. en ese sentido se definen como siguen:

3.15.1.1 Política: La Madre Tierra se constituye como fuente de vida

Lineamiento Estratégico (LE-1):

- Fortalecimiento de la Economía de la Madre Tierra para la generación de ingresos con redistribución y erradicación de la extrema pobreza.

Lineamiento Estratégico (LE-2):

- Respeto de los derechos de la Madre Tierra.

Lineamiento Estratégico (LE-3):

- Gestión de los Sistemas de vida de la Madre Tierra con identidad cultural.

Lineamiento Estratégico (LE – 4):

- Conservación y manejo integral de los recursos naturales.

Lineamiento Estratégico (LE – 5):

- Manejo integral del agua y mejoramiento de la gestión compartida de los recursos hídricos.

Lineamiento Estratégico (LE – 6):

- Gestión participativa del riesgo y cambio climático.

Lineamiento Estratégico (LE – 7):

- Conservación y protección de la biodiversidad de la Madre Tierra a través de las áreas protegidas.

3.15.1.2 Política: La Economía Plural genera y redistribuye los recursos

Lineamiento Estratégico (LE – 1):

- Desarrollo Agropecuario sustentable con soberanía alimentaria.

Lineamiento Estratégico (LE – 2):

- Aprovechamiento e industrialización de los recursos naturales estratégicos con patrones de producción no contaminantes y mejores tecnologías.

Lineamiento Estratégico (LE – 3):

- Mejora de los servicios básicos, promoción y desarrollo del turismo.

Lineamiento Estratégico (LE – 4):

- Desarrollo del conocimiento y acceso a la información.

Lineamiento Estratégico (LE – 5):

- Desarrollo de complejos productivos comunitarios, ecológicos y alimentarios.

3.15.1.3 Política: construcción de un ser humano integral que vive en felicidad

Lineamiento Estratégico (LE – 1):

- Universalización de los servicios básicos con mínima presión e impacto sobre los sistemas de vida.

Lineamiento Estratégico (LE – 2):

- Integridad física, psicológica y sexual.

Lineamiento estratégico (LE – 3):

- Acceso a la seguridad ciudadana integral.

Lineamiento Estratégico (LE – 4):

- Expansión de los derechos sociales y humanos fundamentales.

3.15.1.4 Política: Profundización de la Autonomía Municipal

Lineamiento estratégico (LE – 1):

- Desarrollo de las manifestaciones culturales territoriales.

Lineamiento Estratégico (LE – 2):

- Fortalecer la identidad cultural a todos los ciudadanos del municipio.

Lineamiento Estratégico (LE – 3):

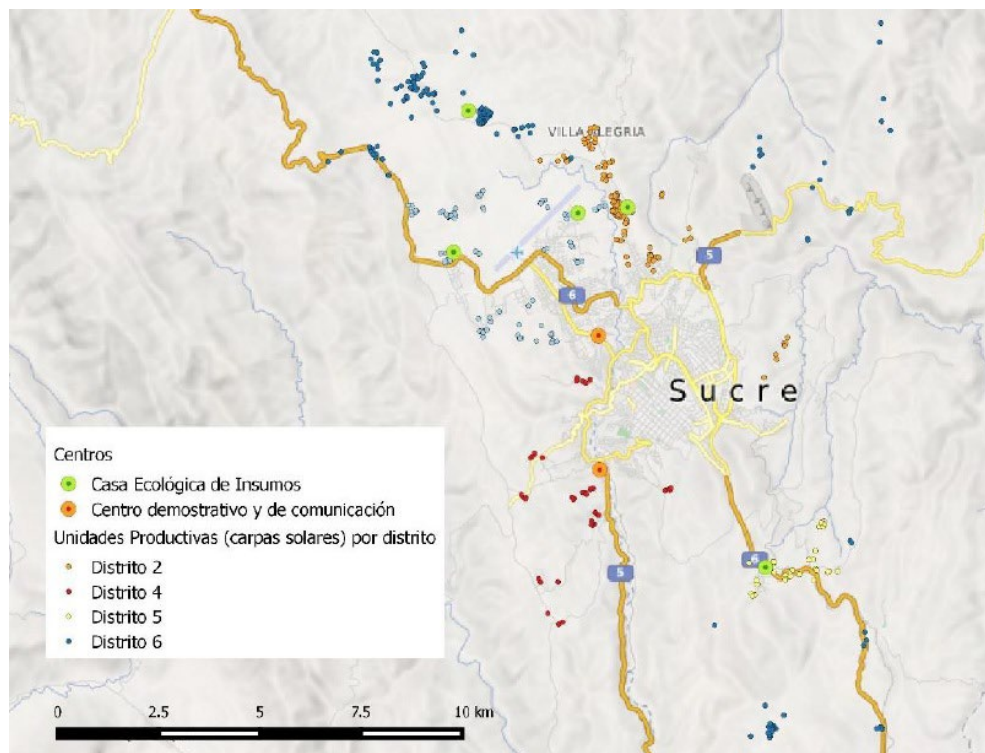
- Respeto a las expresiones culturales propias del municipio.

3.16 Distribución de la producción ecológica

En el municipio de Sucre existe un programa que incentiva a los pequeños y medianos productores a realizar una producción bajo un sistema ecológico; la FAO desde el año 2003 en Bolivia contribuye con un programa de producción ecológica.

La Organización de las naciones unidas para la agricultura y la alimentación de Bolivia (FAO, 2014); señala que, la Agricultura Urbana y Periurbana AUP, puede ser definida como el cultivo de plantas y la cría de animales en el interior y en los alrededores de las ciudades, la agricultura urbana y periurbana proporciona productos alimentarios de distintos tipos de cultivos granos, raíces, hortalizas, hongos, frutas; animales aves, conejos, cabras, ovejas, ganado vacuno, cerdos, cobayas, pescado, etc. así como productos no alimentarios plantas aromáticas y medicinales, plantas ornamentales, productos de los árboles.

Mapa 5: Unidades de producción ecológica en el municipio de Sucre



Fuente: Organización de las naciones unidas para la agricultura y la alimentación (FAO, 2016).

3.17 Sistema Participativo de Garantía en el municipio de Sucre

Según la (FAO, 2017); brinda información de que en el municipio de Sucre existen 628 unidades productivas ecológicas, de estas anteriormente mencionadas una cantidad de 380 cuentan con SPGs; las cuales brindan con asesoramiento por parte del programa (Agricultura Urbana y Periurbana) AUP. (Ver Anexo 7)

CAPÍTULO IV

4 RESULTADOS Y DISCUSIONES

4.1 Resultados

4.1.1 Programas de estadística utilizados

Como la investigación está sujeta a describir e interpretar diferentes variables, las cuales fueron obtenidas mediante encuestas realizadas a clientes y/o consumidores como a los productores/comercializadores de los distritos 1 – 5 del municipio de Sucre perteneciente al departamento de Chuquisaca, para el desarrollo de la investigación fue fundamental utilizar un programa de sistemas que pudo contribuir en la obtención de resultados estadísticos, respecto a los datos recopilados mediante las encuestas anteriormente mencionadas; por lo que en síntesis los cálculos de esta investigación fueron analizados mediante el software SPSS v.25. (Ver Anexo 2 y 3)

4.1.2 Encuestas al cliente

4.1.2.1 Género del cliente

Según la tabla 13, el género de los clientes muestra que de un total de 174 clientes encuestados una cifra del 60.3 % de los mismos corresponde al género femenino con alrededor de 105 mujeres; mientras que tan solo el 39.7 % es correspondiente al género masculino presentando así una cantidad de tan solo 69 hombres.

Tabla 13: Género de cliente

	Genero	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	105,00	60,30	60,30	60,30
	Masculino	69,00	39,70	39,70	100,00
	Total	174,00	100,00	100,00	

Fuente. Elaboración propia.

4.1.2.2 Edad del cliente

La edad de los diferentes clientes y/o consumidores en relación al tamaño de la muestra, según los datos estadísticos el resultado para la esta variable edad en esta investigación se puede observar, que la edad media de los clientes y/o consumidores es de casi los 34

años, mientras que la edad que más se repite o que mayor fue encuestada corresponde a los 28 años de edad, como se aprecia en la tabla 14.

Tabla 14: Datos estadísticos sobre la edad del cliente

Edad del cliente		
N	Válido	174,00
	Perdidos	0,00
Media		33,76
Moda		28,00

Fuente. Elaboración propia.

En la tabla 15, según grupos de edad se observa detalladamente que el grupo de 20 a 30 años corresponde a un 42.5% y se destaca entre los demás grupos de edad con una cifra de 74 personas; sin embargo, el grupo de edad 31 a 40 años se hace notar bastante ya que el 38.5% corresponde al este grupo, además el cual presenta una cifra de 67 personas.

Tabla 15: Grupos por edad del cliente

	Grupo de edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	de 20 a 30	74,00	42,50	42,50	42,50
	de 31 a 40	67,00	38,50	38,50	81,00
	de 41 a 50	19,00	10,90	10,90	92,00
	de 51 a 60	14,00	8,00	8,00	100,00
	Total	174,00	100,00	100,00	

Fuente. Elaboración propia.

4.1.2.3 *Conocimiento sobre productos ecológicos frescos*

En relación a los niveles de conocimiento sobre los productos ecológicos, en la tabla 16, se muestra cómo los clientes y/o consumidores varían en sus opiniones.

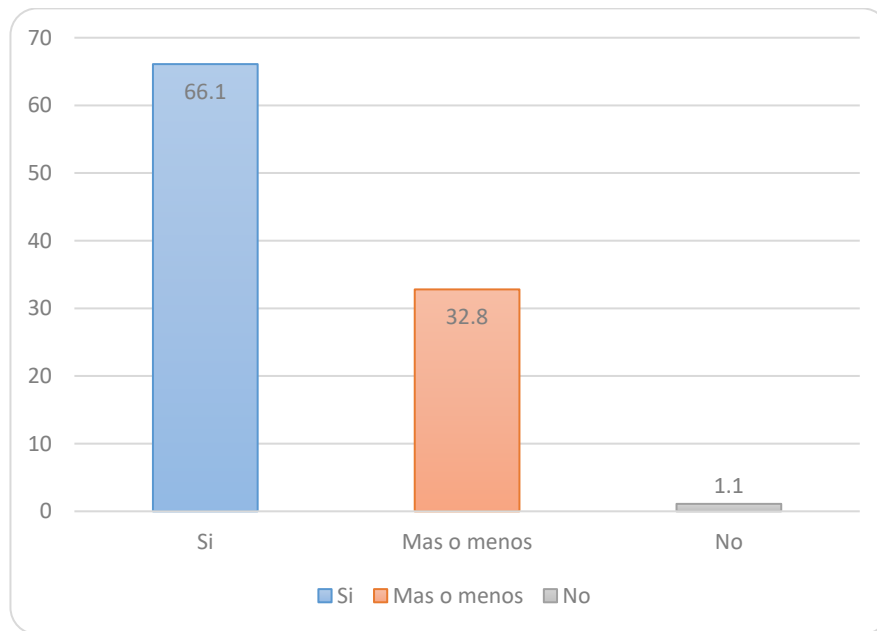
Tabla 16: Conocimiento sobre productos ecológicos frescos

	Conocimiento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	115,00	66,10	66,10	66,10
	Mas o menos	57,00	32,80	32,80	98,90
	No	2,00	1,10	1,10	100,00
	Total	174,00	100,00	100,00	

Fuente. Elaboración propia.

En el gráfico 6, de porcentaje de conocimiento se puede observar que el 66.1% si conoce sobre los productos ecológicos frescos, mismo que corresponde a 115 personas; y el 32.8% más o menos, con una cifra de 57 personas; mientras que 2 personas que corresponden al 1.1% no tienen conocimiento.

Gráfico 6: Porcentaje de conocimiento en productos ecológicos frescos



Fuente. Elaboración propia.

4.1.2.4 *Productos ecológicos frescos*

Respecto al conocimiento sobre si los clientes conocen los diferentes tipos de productos ecológicos frescos, entre hortalizas, frutas, tubérculos o todos; se observa en la tabla 17, que un 100% de los clientes respondió que si conocen todos los productos anteriormente citados.

Tabla 17: Productos ecológicos conocidos por el cliente

Válido	Productos conocidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Todos	174,00	100,00	100,00	100,00

Fuente. Elaboración propia.

4.1.2.5 *Adquisición de productos ecológicos frescos*

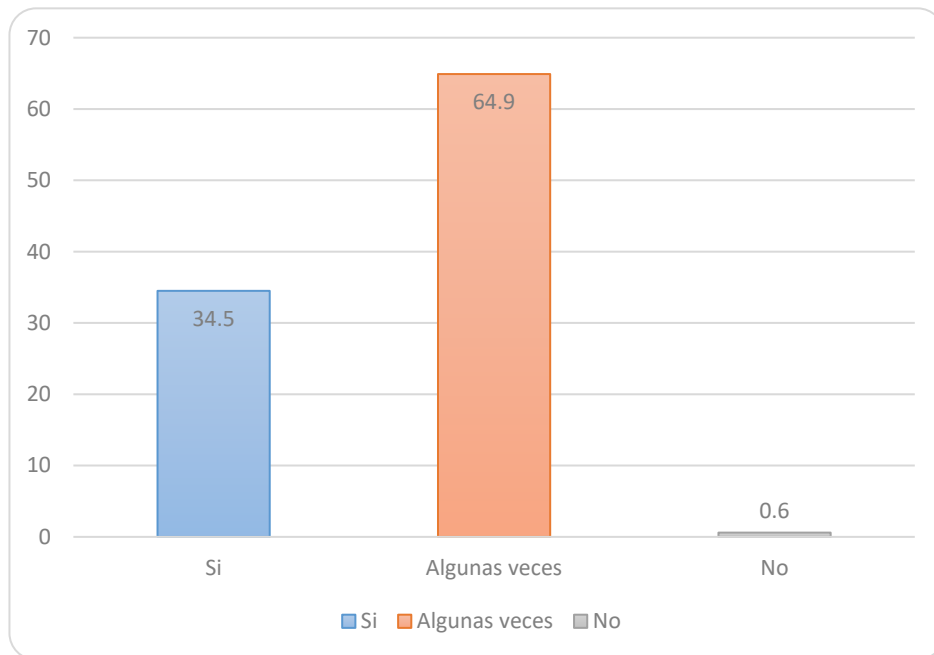
En cuanto a la cantidad del porcentaje de los clientes y/o consumidores que generalmente adquieren estos productos ecológicos frescos, como se puede apreciar la tabla 18.

Tabla 18: Adquisición de productos ecológicos frescos por el cliente

	Adquiere	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	60,00	34,50	34,50	34,50
	Algunas veces	113,00	64,90	64,90	99,40
	No	1,00	0,60	0,60	100,00
	Total	174,00	100,00	100,00	

Fuente. Elaboración propia.

De acuerdo al gráfico 7, el índice de clientes y/o consumidores que ha comprado y alguna vez productos ecológicos frescos tiene una cifra de 64.9%, correspondiente a una cantidad de 113 personas, mientras que el 34.5% si realiza compras de productos ecológicos frescos los cuales corresponden a 60 personas.

Gráfico 7: Porcentaje de clientes que adquieren productos ecológicos

Fuente. Elaboración propia.

4.1.2.6 Lugar de adquisición de productos ecológicos frescos

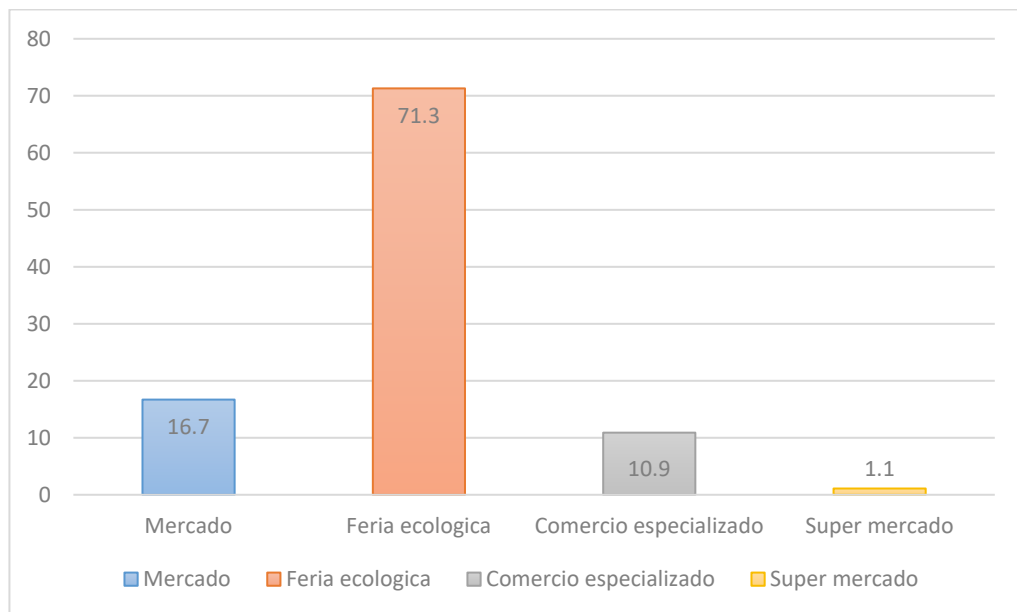
En este punto se describe el sitio de preferencia donde los clientes realizan la adquisición de los diferentes productos ecológicos frescos, en la tabla 19, se detallan los datos al respecto. Sin embargo, este podrá brindar conocimiento de los productores y comercializadores, para que ellos así puedan generar estrategias de mercado.

Tabla 19: Lugar de adquisición de productos ecológicos frescos

	Lugar	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En el mercado	29,00	16,70	16,70	16,70
	En una feria de productos ecológicos	124,00	71,30	71,30	87,90
	En un comercio especializado en producción ecológica	19,00	10,90	10,90	98,90
	En un super mercado	2,00	1,10	1,10	100,00
	Total	174,00	100,00	100,00	

Fuente. Elaboración propia.

Como se puede observar en el gráfico 8, la cantidad mayor de clientes corresponde a una cifra del 71.3% los cuales realizan sus compras en ferias especializadas en la comercialización de productos obtenidos mediante un sistema de producción ecológica. Mientras que el 16.7% de los clientes realizan sus compras en el mercado.

Gráfico 8: Porcentaje de clientes según lugar de adquisición

Fuente. Elaboración propia.

4.1.2.7 Importancia para la salud y el Medio Ambiente

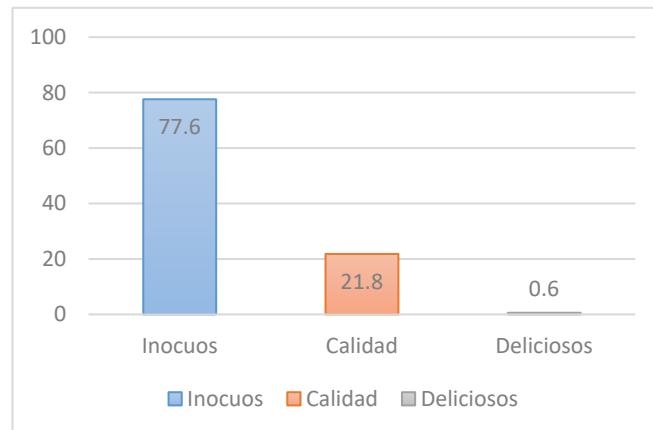
Debido a que existen diversos factores en el consumo de productos alimenticios, como se observa en la tabla 20, de cual la importancia para una persona a la hora de adquirir estos productos.

Tabla 20: Importancia del consumo de productos ecológicos

	Consumo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si porque son inocuos para mi salud y Medio Ambiente	135,00	77,60	77,60	77,60
	Si porque son deliciosos	1,00	0,60	0,60	78,20
	Si porque son de buena calidad	38,00	21,80	21,80	100,00
	Total	174,00	100,00	100,00	

Fuente. Elaboración propia.

Respecto a si los clientes consideran importante consumir productos ecológicos frescos porque son inocuos para su salud y el Medio Ambiente en el gráfico 9, se aprecia que el 77.6% de clientes realmente si consideran este aspecto de suma importancia. Mientras que el 21.8% de clientes porque los productos son de buena calidad. El análisis efectuado que se tiene en base a la Norma Técnica Nacional SPG, (Ver Anexo 10), considerando que el consumidor de productos ecológicos tiene interés de cambio de hábitos alimenticios, debido a cuidar su salud y por la contaminación que generan los agentes químico-sintéticos bajo un sistema de producción convencional.

Gráfico 9: Porcentaje de preferencia en el consumo de productos ecológicos

Fuente. Elaboración propia.

4.1.2.8 Oferta de productos ecológicos frescos

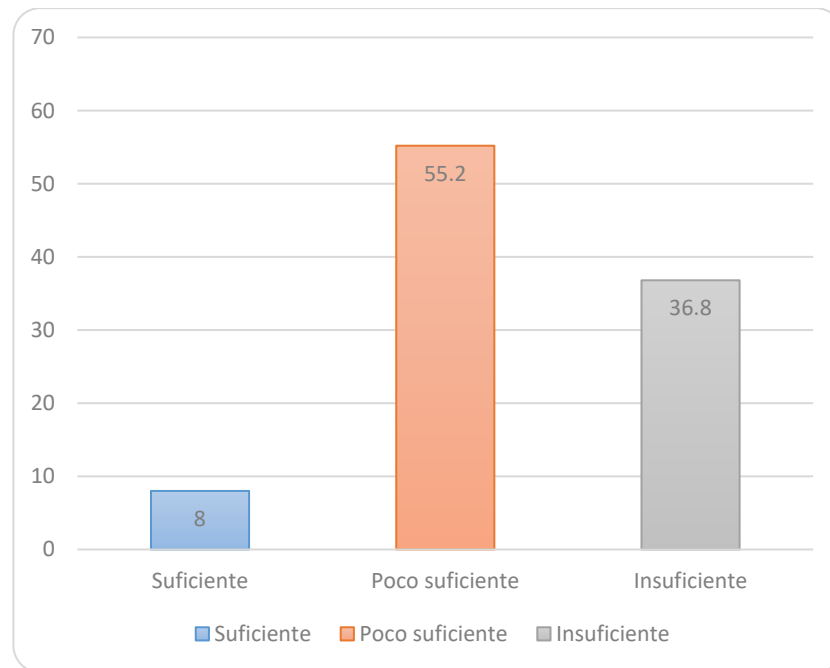
Los clientes tienen diferentes consideraciones sobre la cantidad ofertada por los diferentes productores y comercializadores de productos ecológicos frescos en el municipio de Sucre, como se describe en la tabla 21.

Tabla 21: Complacencia del cliente respecto a la oferta de productos ecológicos

	Oferta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Suficiente	14,00	8,00	8,00	8,00
	Poco suficiente	96,00	55,20	55,20	63,20
	Insuficiente	64,00	36,80	36,80	100,00
	Total	174,00	100,00	100,00	

Fuente. Elaboración propia.

Según el gráfico 10, un 55.2% de los clientes consideran que la oferta de productos ecológicos frescos es poco suficiente en la ciudad de Sucre. Sin embargo, el con una cifra del 36.8% de los clientes consideran que es insuficiente.

Gráfico 10: Porcentaje del cliente en relación a la oferta de productos ecológicos

Fuente. Elaboración propia.

4.1.2.9 Medio de información del cliente

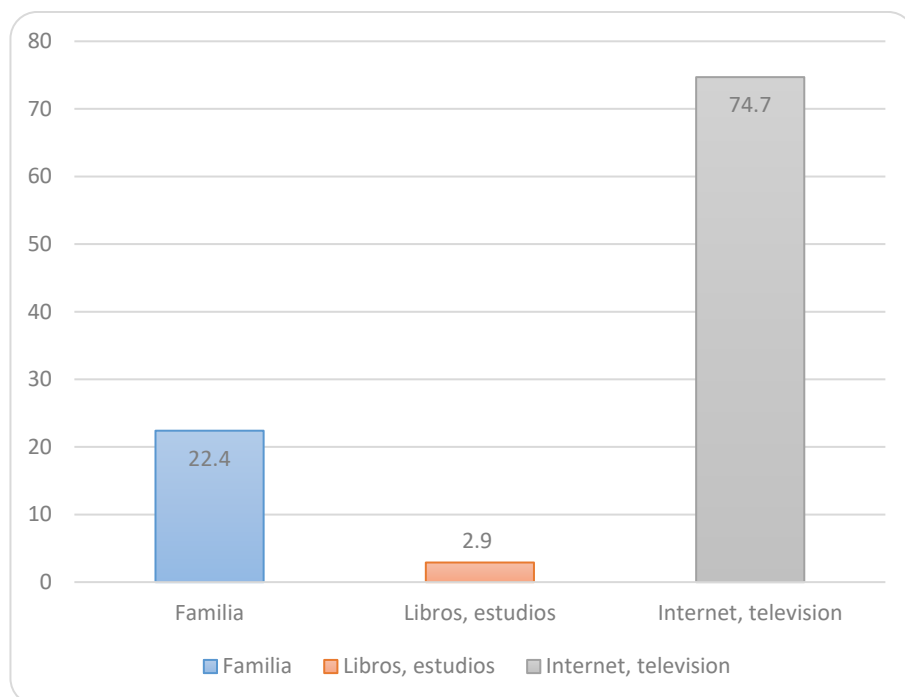
Tener la certeza del medio de comunicación por el que los clientes y/o consumidores ampliaron sus conocimientos en relación a los productos ecológicos frescos, en la tabla 22, se presenta la preferencia por los medios de información y comunicación.

Tabla 22: Medio de información del cliente sobre productos ecológicos

	Medio de información	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De su familia	39,00	22,40	22,40	22,40
	Institutos, libros, estudios universitarios	5,00	2,90	2,90	25,30
	De la televisión, internet, revistas, periódicos	130,00	74,70	74,70	100,00
	Total	174,00	100,00	100,00	

Fuente. Elaboración propia.

Como se observa en el gráfico 11, el 74.7% de los clientes cultivaron su conocimiento sobre productos ecológicos a través de medios como son el internet, televisión, revistas, periódicos. Mientras que el 22.4% de los clientes recibió información por parte de su familia.

Gráfico 11: Porcentaje de clientes en información según medio de comunicación

Fuente. Elaboración propia.

4.1.2.10 Identificación del producto ecológico

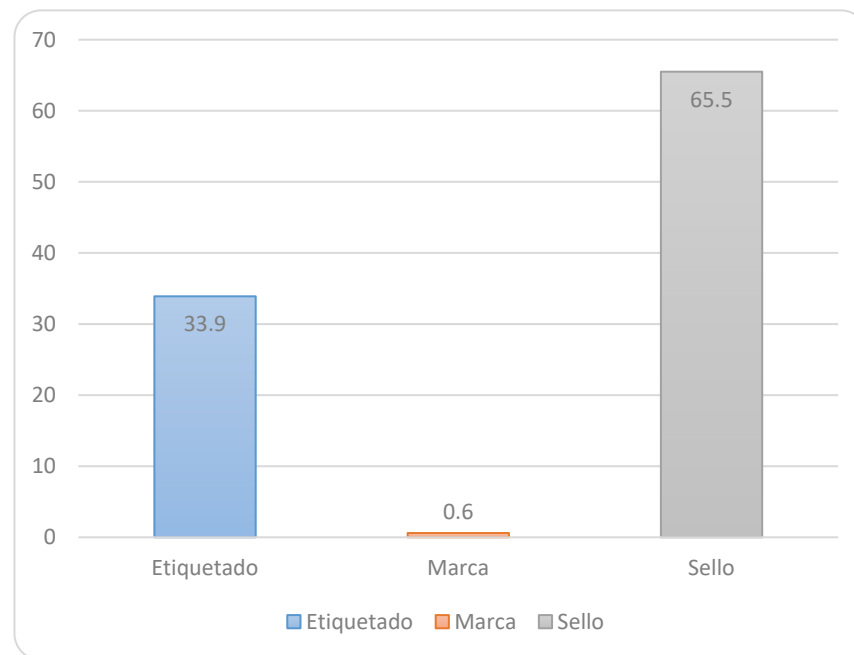
Es fundamental que los diferentes clientes puedan identificar si un producto es ecológico o no, por lo que en la tabla 23, se describe la preferencia del cliente a la hora de poder identificar si un producto es ecológico, y así generar una gran confianza en los clientes.

Tabla 23: Identificación de un producto ecológico

	Medio de identificación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Etiquetado	59,00	33,90	33,90	33,90
	Marca	1,00	0,60	0,60	34,50
	Sello	114,00	65,50	65,50	100,00
	Total	174,00	100,00	100,00	

Fuente. Elaboración propia.

En el gráfico 12, se puede distinguir que el 65.5% de los clientes estarían conformes si el producto ecológico tuviera un sello ecológico, que distinga el producto ecológico entre los demás que no lo son. Mientras que el 33.9% de clientes señalan que se debería tener un etiquetado.

Gráfico 12: Porcentaje de clientes según identificación de productos ecológicos

Fuente. Elaboración propia.

4.1.2.11 Disposición monetaria mensual para la compra de productos ecológicos frescos

En cuanto a la disposición monetaria con la que cuentan los clientes, ya que para ampliar la oferta de mercado de productos será necesario para el productor y comercializador tener un conocimiento de este dato para ver si existe la disposición por parte del cliente.

Por lo que, se observa en la tabla 24, como los diferentes clientes y/o consumidores invierten su dinero en compras que realizan en relación a los productos ecológicos frescos.

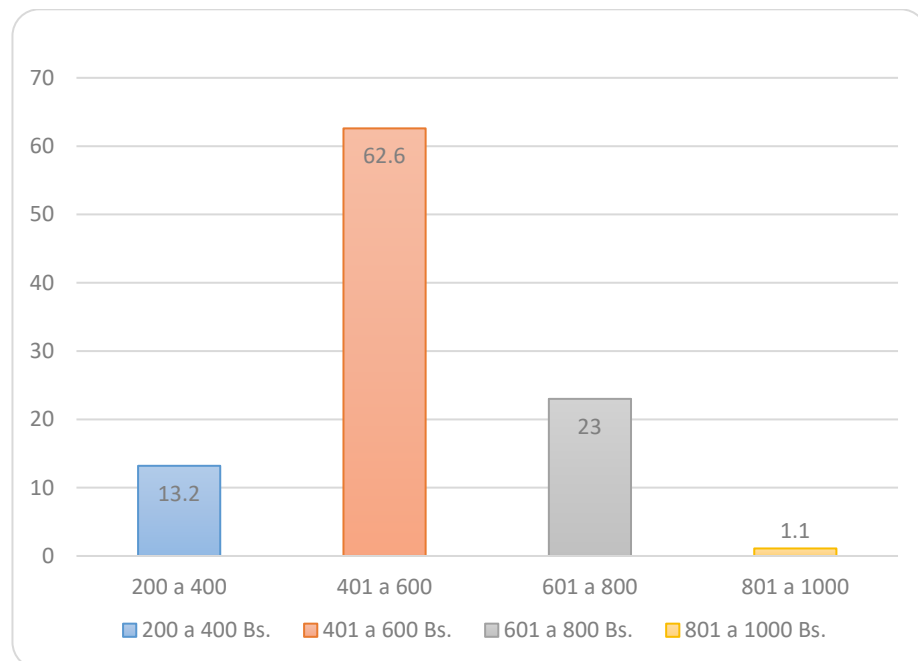
Tabla 24: Disposición económica mensual en la adquisición de productos ecológicos

Válido	Gasto mensual	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	200 a 400 Bs	23,00	13,20	13,20	13,20
	401 a 600 Bs	109,00	62,60	62,60	75,90
	601 a 800 Bs	40,00	23,00	23,00	98,90
	801 a 1000 Bs	2,00	1,10	1,10	100,00
	Total	174,00	100,00	100,00	

Fuente. Elaboración propia.

En el gráfico 13, se presenta que el 62.6% los clientes tienen una disposición máxima de 600 Bs. mensuales destinados para la adquisición de productos ecológicos frescos; por otra parte, el 23% de clientes disponen 800 Bs mensuales para adquirir productos ecológicos frescos, mientras que el 13.2% disponen un máximo de 400 Bs mensuales.

Gráfico 13: Porcentaje de clientes que compran productos ecológicos según cifra monetaria



Fuente. Elaboración propia.

4.1.2.12 Razón para la adquisición de productos ecológicos

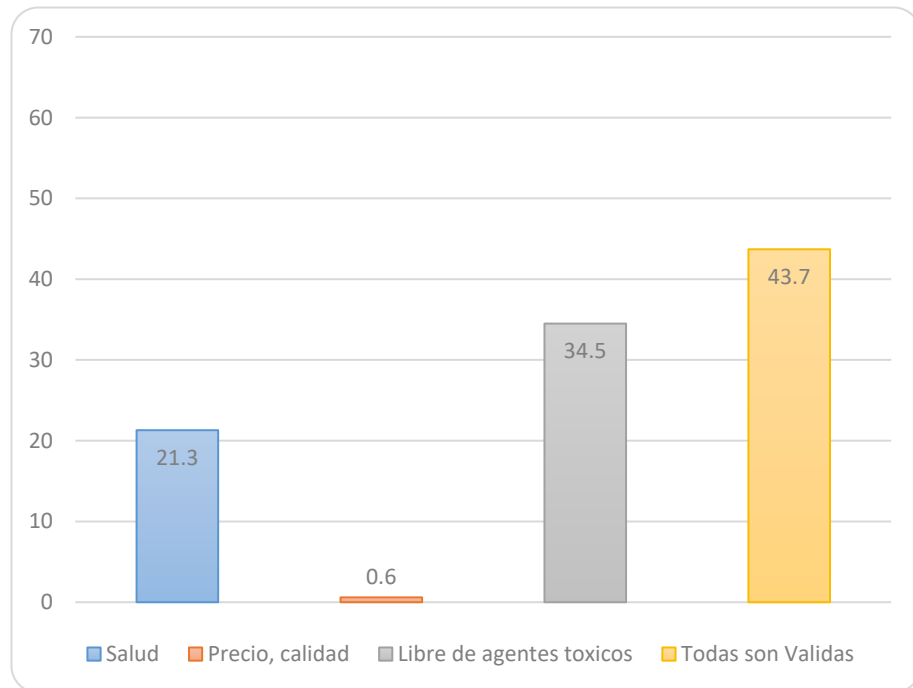
En cuanto a la disponibilidad del cliente para comprar productos ecológicos frescos; ya que al conocer la necesidad de porque los diferentes clientes adquieren los productos ecológicos, se podrá tomar en cuenta una estrategia de mercado respecto a la oferta y demanda. Para esto en la tabla 25, se aprecia las preferencias de los clientes.

Tabla 25: Motivo de adquisición de productos ecológicos frescos

	Motivo de consumo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	beneficia a su salud	37,00	21,30	21,30	21,30
	Su precio es adecuado a su calidad	1,00	0,60	0,60	21,80
	Son productos libres de agentes tóxicos	60,00	34,50	34,50	56,30
	Todas me parecen validas	76,00	43,70	43,70	100,00
	Total	174,00	100,00	100,00	

Fuente. Elaboración propia.

En el gráfico 14, se observa que en relación a la disposición que tienen los clientes con una cifra del 0.6% de clientes que estarían dispuestos a comprar productos ecológicos frescos debido a que su precio es adecuado a la calidad del producto; el 21.3% de los clientes realizan la compra de dichos productos por beneficio a su salud; el 34.5% de los clientes tendrían la disposición de adquirir porque viene de una producción libre de agentes tóxicos; sin embargo, el 43.7% de los clientes señalan que todas estas opciones anteriormente mencionadas son válidas a la hora de hacer la adquisición de productos ecológicos frescos.

Gráfico 14: Porcentaje de clientes según su disposición de compra

Fuente. Elaboración propia.

4.1.3 Encuestas al productor/comercializador

4.1.3.1 Genero del productor/comercializador

En la tabla 26, se observa cómo el 61% de los productores/comercializadores corresponden al género femenino con 25 mujeres; mientras que el 39% al género masculino con 16 hombres. Esto deja en claro que la mayoría que comercializan los diferentes productos ecológicos frescos son mujeres.

Tabla 26: Genero del productor/comercializador de productos ecológicos

	Genero	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	25,00	61,00	61,00	61,00
	Masculino	16,00	39,00	39,00	100,00
	Total	41,00	100,00	100,00	

Fuente. Elaboración propia.

4.1.3.2 Edad del productor/comercializador

En la tabla 27, se observa que la media en edad es de 32.46 años; sin embargo, la edad que tuvo más repeticiones dentro de esta investigación corresponde a una cifra de 38 años de edad; en cuanto a los productores/comercializadores de productos ecológicos frescos.

Tabla 27: Datos estadísticos de edad del productor/comercializador

Edad		
N	Válido	41,00
	Perdidos	0,00
Media		32,46
Moda		38,00

Fuente. Elaboración propia.

En la tabla 28, se observan los grupos de edad en tres rangos, el 46.3% de los productores/comercializadores encuestados se encuentran en el grupo de edad de 31 a 40 años, encontrándose por debajo están los de 18 a 30 años de edad con una cifra del 41.5%; y finalmente los correspondientes al rango de 41 a 50 años de edad con una cifra de 12.2%. por lo que la mayoría de productores/comercializadores de productos ecológicos frescos corresponden al rango de 31 a 40 años de edad.

Tabla 28: Grupos de edad del productor/comercializador

	Grupo de edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 18 a 30 años	17,00	41,50	41,50	41,50
	De 31 a 40 años	19,00	46,30	46,30	87,80
	De 41 a 50 años	5,00	12,20	12,20	100,00
	Total	41,00	100,00	100,00	

Fuente. Elaboración propia.

4.1.3.3 Trabajo con Instituciones

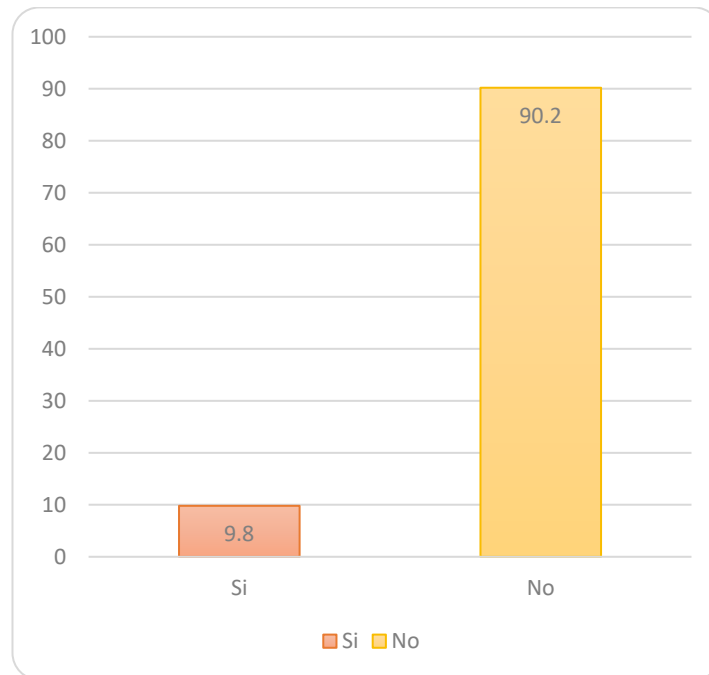
El asesoramiento institucional que reciben los productores/comercializadores, respecto al trabajo que realizan; porque al tener un seguimiento por parte de instituciones o personal competente en la temática estos llevarán una ventaja con respecto a los productores/comercializadores que no tienen mucha experiencia dentro del mercado. En la tabla 29, se detalla los datos correspondientes.

Tabla 29: Productores/comercializadores que trabajan para una institución

	Institución	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	4,00	9,80	9,80	9,80
	No	37,00	90,20	90,20	100,00
	Total	41,00	100,00	100,00	

Fuente. Elaboración propia.

La dinámica de asesoramiento institucional, en el gráfico 15, se puede observar que el 9.8% de los productores/comercializadores pertenecen a una institución; sin embargo, en su mayoría con una cifra del 90.2% no pertenecen a ningún tipo de institución.

Gráfico 15: Porcentaje de productores/comercializadores que trabajan con una institución

Fuente. Elaboración propia.

4.1.3.4 Conocimiento de agricultura ecológica

Los productores/comercializadores de productos ecológicos frescos referente a lo que es un sistema de producción ecológica, para la oferta adecuada de sus productos con mayor facilidad, porque al existir una competencia en la oferta desde la perspectiva del marketing en negocios, los productores/comercializadores deben tener un amplio conocimiento sobre los productos que comercializan. Según la tabla 30, una cifra del 100% de los productores/comercializadores de productos ecológicos frescos tiene o

comparten un mismo concepto sobre un producto ecológico con respecto a la agricultura ecológica.

Tabla 30: Conocimiento sobre agricultura ecológica

	Base teórica	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Un sistema de cultivo basado en la No utilización de agroquímicos sintéticos	41,00	100,00	100,00	100,00

Fuente. Elaboración propia.

4.1.3.5 Garantía de producción y comercialización de productos ecológicos

El contar con algún distintivo o certificación de que los productos que comercializan son netamente provenientes de un sistema de producción ecológica como el sello SPG, esto es de suma importancia para el productor y comercializador, porque de esta manera podrán forjar bases de marketing para el posterior crecimiento de su negocio; debido que al contar con productos que son fielmente garantizados por los productores/comercializadores, los clientes tendrán un nivel de confianza superior. Para esto en la tabla 31, se detallan los respectivos datos. Analizando que el tipo producción ecológica no causa degeneración al Medio Ambiente, sino todo lo contrario ya que se basa en un sistema de producción natural contribuyendo al manejo de suelo mediante la utilización de abonos naturales como ser el humus líquido, abonos verdes, compost, entre otros. Los productores ecológicos también realizan un buen manejo del agua realizando la cosecha del agua de lluvia en estanques dotados por el proyecto AUP de la FAO, para utilizarla en el riego de sus cultivos (Ver Anexo 11).

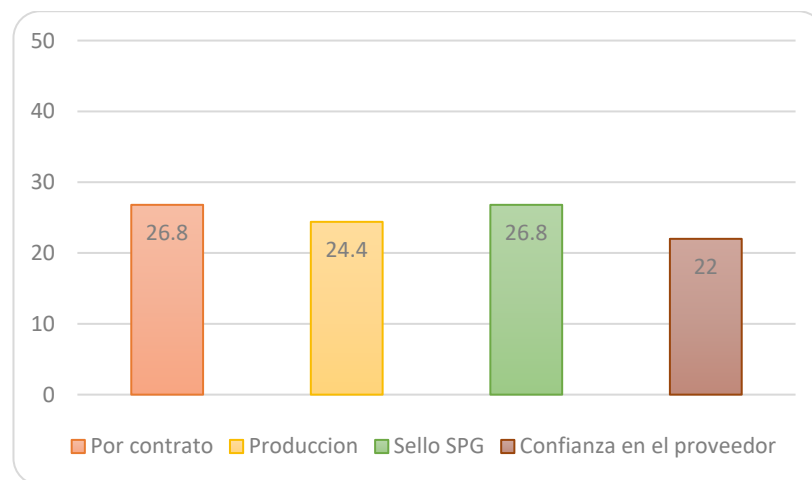
Tabla 31: Confianza sobre comercialización de productos ecológicos

	Confianza de la producción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Por el contrato con el proveedor	11,00	26,80	26,80	26,80
	Por conocimiento del espacio geográfico donde se produce	10,00	24,40	24,40	51,20
	Mediante un sello de SPG, (Sistema participativo de garantía)	11,00	26,80	26,80	78,00
	Basado en la confianza hacia el proveedor	9,00	22,00	22,00	100,00
	Total	41,00	100,00	100,00	100,00

Fuente. Elaboración propia.

De acuerdo al gráfico 16, se puede apreciar cómo el 26.8% de los productores/comercializadores tienen conocimiento del sello SPG (Sistema participativo de garantía); con lo cual generan confianza desde el propio productor/comercializador hasta llegar a los diferentes clientes, de que sus productos ecológicos frescos si provienen de una producción basada en la agricultura netamente ecológica.

Gráfico 16: Porcentaje de productores/comercializadores según grado de confianza de sus productos



Fuente. Elaboración propia.

4.1.3.6 Costo de producción en la comercialización de productos ecológicos frescos

En cuanto a los costos de producción se refiere por parte de los productores/comercializadores ayudara de alguna manera a definir los diferentes precios de sus productos ecológicos frescos. En la tabla 32, se describe estos datos obtenidos ya que para esta investigación es necesario tener el conocimiento de estos datos, para así posteriormente se pueda realizar los cálculos correspondientes y obtener una cifra de más o menos a cuánto asciende la utilidad que deja el negocio respecto a las ventas.

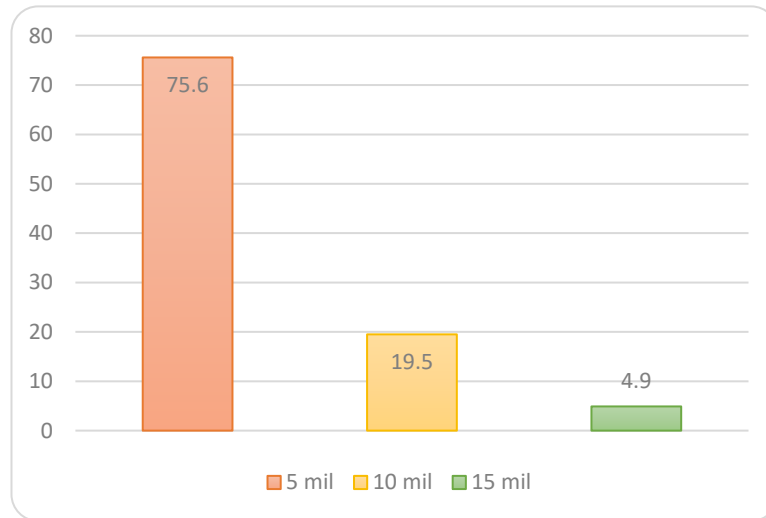
Tabla 32: Costo anual de la comercialización de productos ecológicos frescos

	En hortalizas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	5.000 Bs.	31,00	75,60	75,60	75,60
	10.000 Bs.	8,00	19,50	19,50	95,10
	15.000 Bs.	2,00	4,90	4,90	100,00
	Total	41,00	100,00	100,00	

Fuente. Elaboración propia.

Como se observa en el gráfico 17, el 75.6% de los productores/comercializadores asciende a un costo anual de 5000 Bs. Señalan que esto es debido a que la producción ecológica todavía la realizan pequeños productores; sin embargo, el 19.5% se encontrarían en medianos productores y el 4.9% serán grandes y medianos productores.

Gráfico 17: Porcentaje de productores/comercializadores según su costo de producción



Fuente. Elaboración propia.

4.1.3.7 Utilidad anual del productor/comercializador

El conocimiento de la utilidad de un negocio es fundamental, porque así una persona puede tener una idea de si un negocio es rentable o no; es decir que al notar si un determinado negocio genera recursos económicos, el comerciante dedicara parte de su tiempo al mismo y así emprender en su propio negocio.

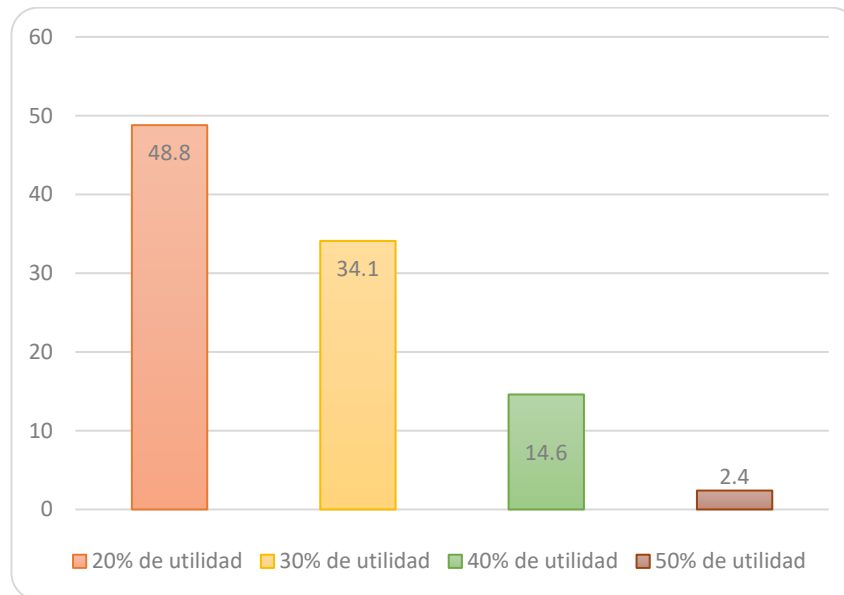
Tabla 33: Porcentaje utilidad anual por la venta de productos ecológicos frescos

	Utilidad anual	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	20%	20,00	48,80	48,80	48,80
	30%	14,00	34,10	34,10	82,90
	40%	6,00	14,60	14,60	97,60
	50%	1,00	2,40	2,40	100,00
	Total	41,00	100,00	100,00	

Fuente. Elaboración propia.

En el gráfico 18, se puede observar que el 48.8% corresponden a los productores/comercializadores que aseguran tener una utilidad de un 20% anual; mientras que el 34.1% aseguran tener una utilidad del 30% anual; sin embargo, el 14.6% aseguran tener un 40% de utilidad anual; y tan solo el 2.4% de comercializadores aseguran tener el 50% de utilidad anual.

Gráfico 18: Porcentaje de productores/comercializadores según grado de su utilidad anual



Fuente. Elaboración propia.

4.1.3.8 Venta diaria de productos ecológicos frescos

Teniendo la certeza de a cuánto dinero corresponden los ingresos diariamente en un negocio se puede obtener el beneficio y rentabilidad, entre otros. Para de esta manera conocer si este tipo de negocio es o no sostenible lo cual se detalla en la tabla 34.

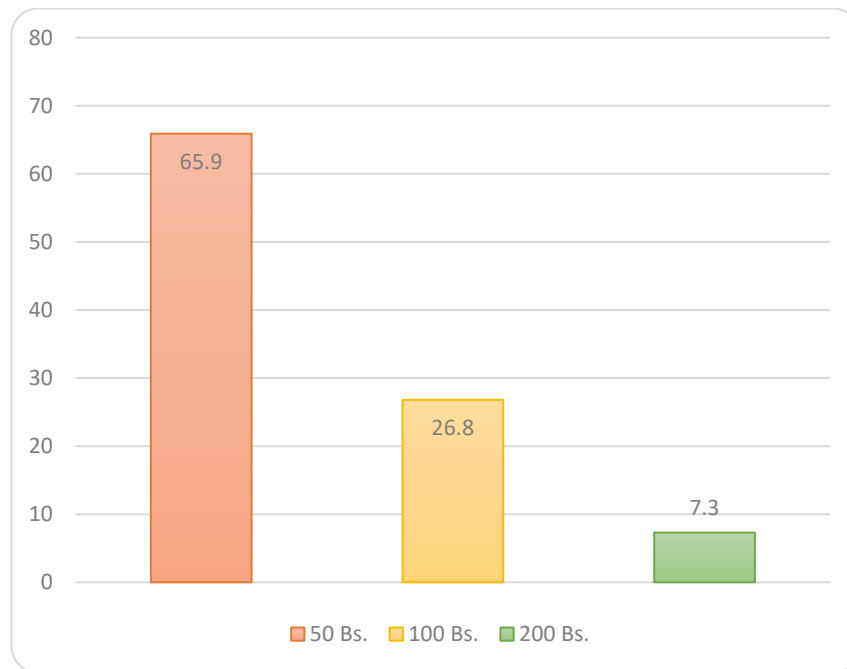
Tabla 34: Promedio de venta por día de productos ecológicos frescos

	Venta promedio/día	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	50 Bs.	27,00	65,90	65,90	65,90
	100 Bs.	11,00	26,80	26,80	92,70
	200 Bs.	3,00	7,30	7,30	100,00
	Total	41,00	100,00	100,00	

Fuente. Elaboración propia.

Como se observa en el gráfico 19, como el 65.9% de los productores/comercializadores obtienen una venta de 50 Bs por día; por otra parte, el 26.8% aseveran que tienen un ingreso de 100 Bs./día; mientras que tan solo el 7.3% de indican que tienen un ingreso de 200 Bs./día.

Gráfico 19: Porcentaje de productores/comercializadores según ingreso monetario por día



Fuente. Elaboración propia.

4.1.3.9 Temporada de máxima venta

Conocer cómo se incrementan las ventas en las diferentes temporadas del año, será de suma importancia a la hora de llegar a tomar decisiones respecto a la comercialización de productos ecológicos frescos. Para lo cual se detalla en la tabla 35, los datos obtenidos en esta investigación.

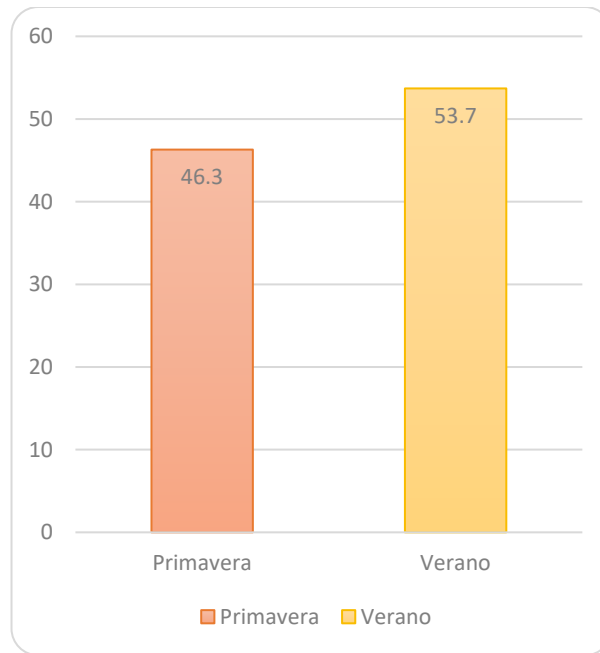
Tabla 35: Temporada de incremento de venta de productos ecológicos frescos

	Temporada	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primavera	19,00	46,30	46,30	46,30
	Verano	22,00	53,70	53,70	100,00
	Total	41,00	100,00	100,00	

Fuente. Elaboración propia.

En el gráfico 20, se puede apreciar que con una cifra del 53.7% de los productores/comercializadores, indican que sus máximas ventas ellos las hacen en la temporada de verano; por otra parte, el 46.3% señalan que sus máximas ventas son en temporada de primavera.

Gráfico 20: Porcentaje de productores/comercializadores que incrementan ventas según temporada



Fuente. Elaboración propia.

4.1.3.10 Garantía de productos ecológicos

Para un productor/comercializador es de suma importancia que su producto cuente con alguna garantía, porque solo así podrán llegar a más clientes, todo esto debido a la confianza que genera el contar con algún tipo de garantía en que sus productos cumplen las normas de calidad. Lo cual se observa en la tabla 36.

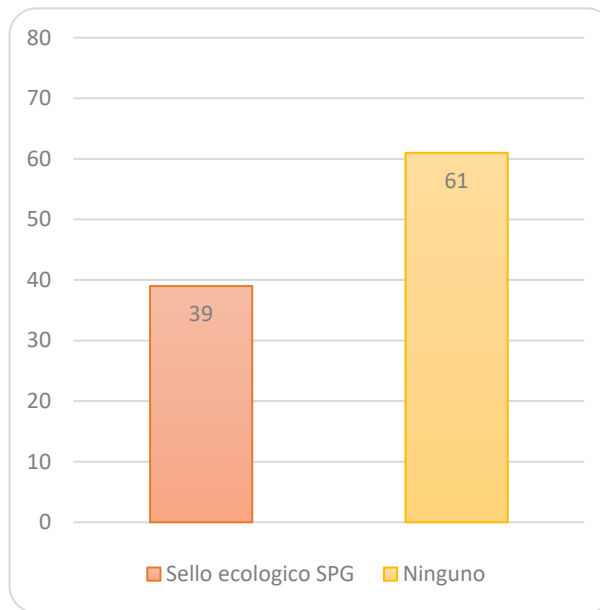
Tabla 36: Garantía de los productos ecológicos que comercializa

	Tipo de garantía	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sello ecológico SPG.	16,00	39,00	39,00	39,00
	Ninguno.	25,00	61,00	61,00	100,00
	Total	41,00	100,00	100,00	

Fuente. Elaboración propia.

En el gráfico 21, se aprecia que el 61% de los productores/comercializadores encuestados no cuentan con ningún tipo de sello o distinción de que su producto es netamente ecológico; por otra parte, con una cifra de 39% se observa que existen algunos productores/comercializadores que si cuentan con un sello (SPG).

Gráfico 21: Porcentaje de productores/comercializadores que cuentan con sello ecológico



Fuente. Elaboración propia.

4.1.3.11 Finalidad de comercializar productos ecológicos frescos

Un productor/comercializador de productos ecológicos frescos, debe tener una finalidad para comercializar sus diferentes productos; muy aparte del beneficio que deje el negocio; por este motivo se observa en la tabla 37, cual es el fin del productor/comercializador.

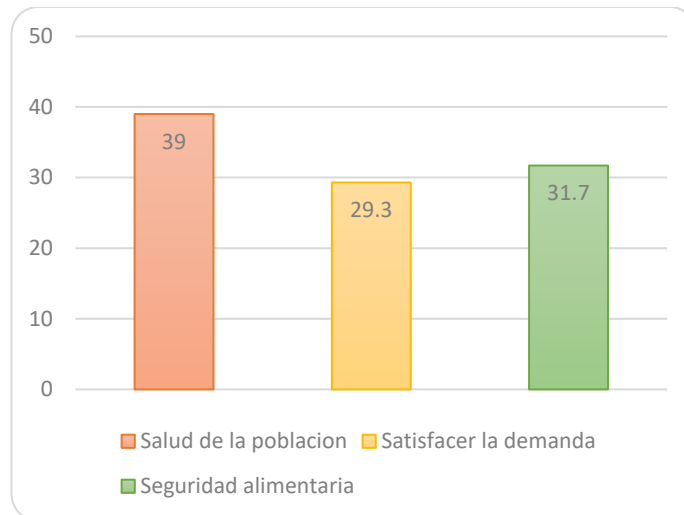
Tabla 37: Motivo de la comercialización de productos ecológicos

	Fin del productor/comercializador	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Para contribuir a la salud de la población.	16,00	39,00	39,00	39,00
	Por satisfacer la demanda de un sector.	12,00	29,30	29,30	68,30
	Para contribuir a la seguridad alimentaria	13,00	31,70	31,70	100,00
	Total	41,00	100,00	100,00	

Fuente. Elaboración propia.

Como se observa en el gráfico 22, el 39% de productores/comercializadores tienen la finalidad de contribuir a la salud de la población, en cuanto se puede observar que el 29.3% solo quieren satisfacer la demanda existente; y el 31.7% para contribuir a la seguridad alimentaria

Gráfico 22: Porcentaje de productores/comercializadores de acuerdo a su finalidad de distribución



Fuente. Elaboración propia.

4.1.3.12 Canales de distribución al consumidor

La distribución es el instrumento del marketing que relaciona la producción con el consumo, y tiene por objeto transportar los productos desde el productor al consumidor en el tiempo, lugar y cantidad adecuados. El marketing aquí tiene la tarea de información, promoción y presentación del producto en el punto de venta.

Las decisiones que se llevan a cabo en el área de una distribución afectan a la actividad de la empresa en el largo plazo.

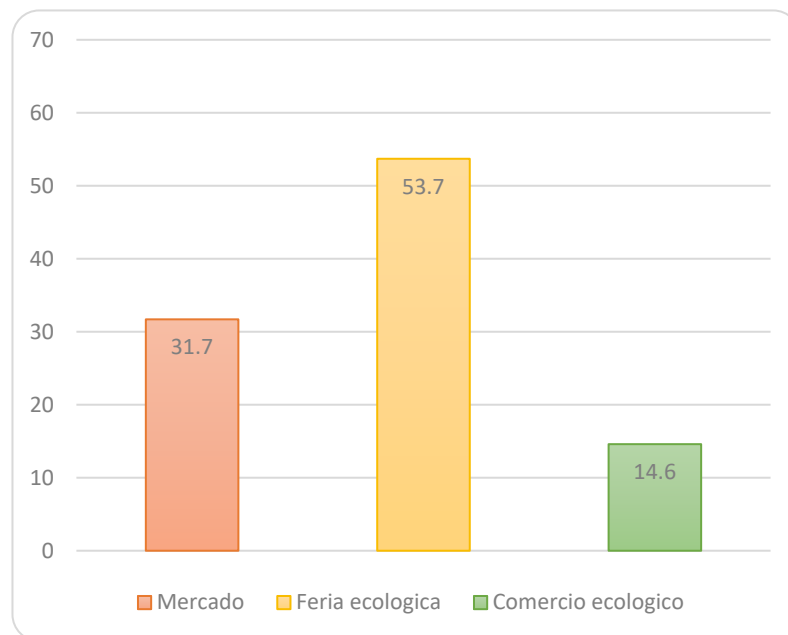
En la tabla 38, se observa los diferentes canales de distribución de productos ecológicos por parte de los productores/comercializadores, es fundamental a la hora de pensar en crecer como comercializador en el negocio, debido que al tener una idea de cuál es el canal de distribución por el que se realizan mayores ventas; posteriormente podrán realizar específicas estrategias de marketing en los diferentes canales de distribución de productos ecológicos frescos.

Tabla 38: Canales de distribución de productos ecológicos frescos

	Canal de distribución	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En el mercado.	13,00	31,70	31,70	31,70
	En una feria de productos ecológicos.	22,00	53,70	53,70	85,40
	En un comercio especializado en producción ecológica.	6,00	14,60	14,60	100,00
	Total	41,00	100,00	100,00	

Fuente. Elaboración propia.

La distribución al consumidor final según el gráfico 23, manifiesta que en su mayoría los productores/comercializadores de productos ecológicos frescos se encuentran en una feria de productos ecológicos, con una cifra del 53.7%. Sin embargo, un porcentaje considerable correspondiente al 31.7% realizan la distribución de sus productos en el mercado. Solo el 14.6% de los productores/comercializadores realizan la distribución de sus productos en comercios especializados en producción ecológica.

Gráfico 23: Porcentaje de productores/comercializadores según canales de distribución

Fuente. Elaboración propia.

4.1.4 Análisis de oferta y demanda

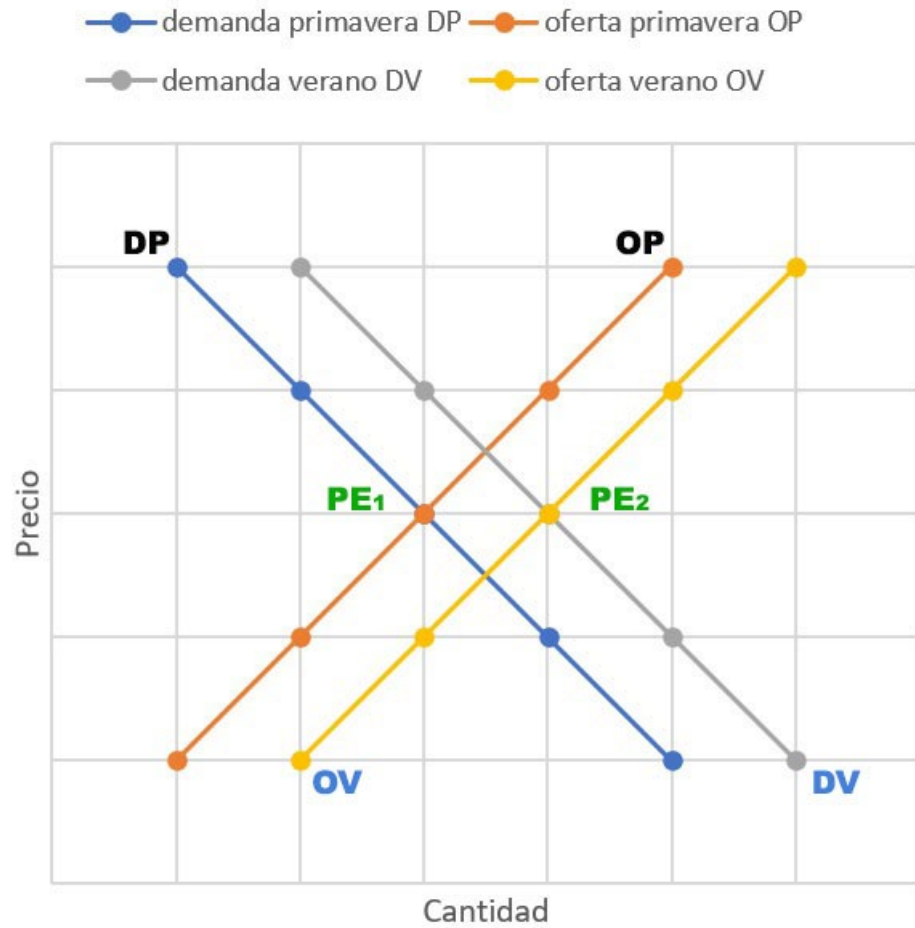
Este breve análisis dará a conocer cómo se encuentran por una parte los clientes y por otra los productores/comercializadores, debido a que en la investigación están sujetos específicamente a estos grupos.

De esta manera se está contribuyendo al conocimiento de ambas partes, lo cual es fundamental para los comercializadores desde su perspectiva económica que genera la demanda de productos ecológicos frescos como ser hortalizas; por otro lado, los clientes al tener este conocimiento pueden generar una satisfacción o no respecto a la oferta de los diferentes productos ecológicos frescos.

Como se observa en el gráfico 24, de oferta y demanda respecto a las hortalizas para las temporadas de primavera y verano donde la demanda primavera DP, oferta OP, correspondiente a la primavera; y demanda DV, oferta OV, correspondiente al verano. Se aprecia que en el mercado existe un aumento proporcional en la oferta y demanda, por lo que el precio de equilibrio se mantiene, sin embargo, la cantidad aumenta.

Debido a esto existe una satisfacción en los clientes respecto al precio de compra; por otra parte, los productores/comercializadores también se encuentran satisfechos ya que como se vio anteriormente una cifra del 53.7% de los productores/comercializadores afirmaron que incrementan las ventas en la temporada de verano.

Gráfico 24: Relación de la oferta y demanda de hortalizas ecológicas frescas



Fuente. Elaboración propia.

4.1.5 Relación costo de producción

Tomando como base los resultados obtenidos de esta investigación. Según la tabla 37, se observa que el costo anual de producción según productores/comercializadores es de 5.000 Bs./año, para la producción de hortalizas respecto a productos ecológicos frescos ellos solo consideran costos de agua, herramientas de cultivo, y semillas; Sin embargo, se debe considerar los gastos en la comercialización como ser transporte, alimentación, bolsas, mano de obra, entre otras, para lo que se estima una cifra global de 8.280 Bs./año. Por otra parte, según las encuestas realizadas ellos cuentan con un ingreso mínimo de 50 Bs./día por la venta de sus hortalizas frescas teniendo un beneficio anual de 18.000 Bs. Por lo que se estima una utilidad anual de 4.720 Bs.

Tabla 39: Rentabilidad económica según porcentaje de productores/comercializadores

% productores/ Comercializadores	Costo prod. anual (Global) Bs.	Venta diaria /Bs	Beneficio mensual/Bs	Beneficio anual/Bs	Gastos de comercialización (Global) Bs.	Utilidad anual/Bs
75.6	5000					
					8280	
65.9		50	1500	18000		4720

Fuente. Elaboración propia.

En este sentido, se determina que existe una viabilidad económica en la comercialización de productos ecológicos frescos. Además, en lo que refiere a la parte social los productores y comercializadores inciden en satisfacer la demanda, contribuir a la salud y seguridad alimentaria en el municipio de Sucre.

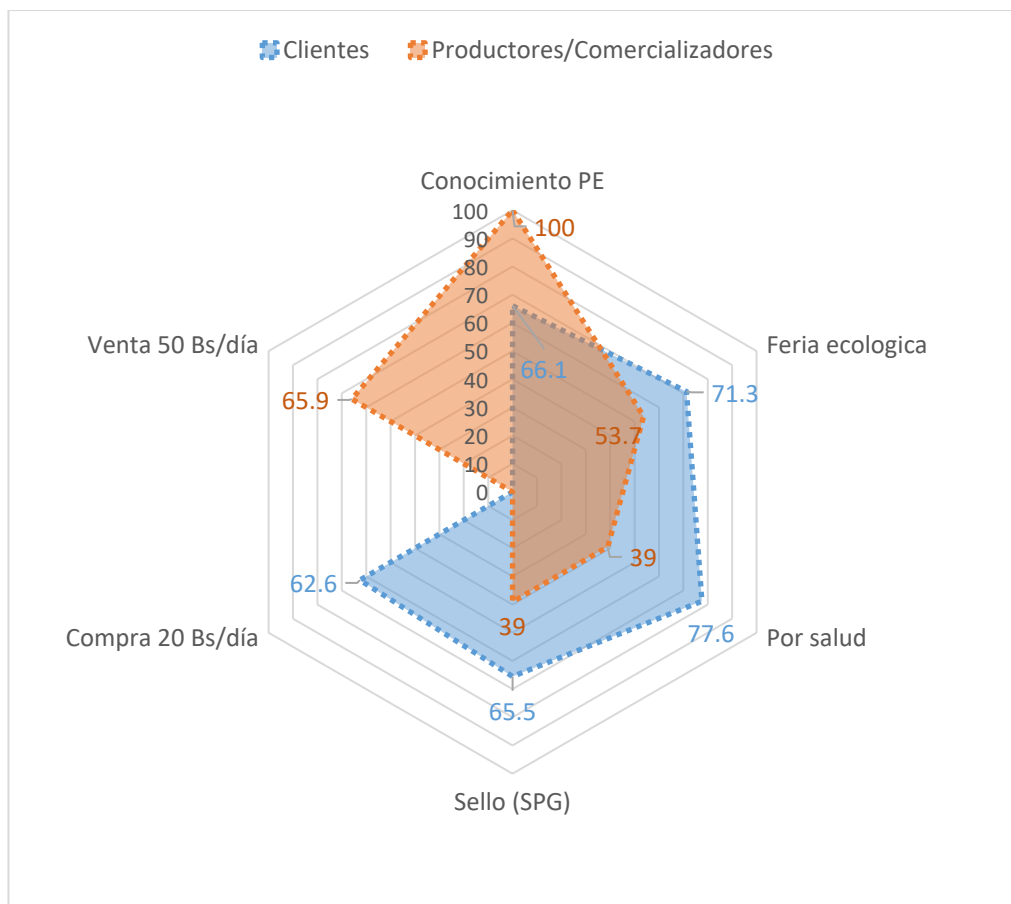
4.1.6 Relación entre cliente y productor/comercializador

En el gráfico 25, se observa detalladamente que respecto al conocimiento de productos ecológicos el 100% de los productores/comercializadores si tienen conocimiento; en tanto los clientes solo presentan conocimiento con una cifra de 66.1%. Con relación a la adquisición por parte de los clientes el 71.3% realizan sus compras en ferias ecológicas, con lo cual los productores/comercializadores también estarían de acuerdo porque el 53.7% de los mismos realizan sus mayores ventas en ferias ecológicas. Otra relación es el tema de salud porque el 77.6% de los clientes adquieren estos productos por su salud, mientras que el 39% de los productores/comercializadores se dedican a la distribución de

productos ecológicos por contribuir a la salud de los clientes; por otra parte, el 65.5% de clientes identificarían el producto mediante un sello ecológico, y tan solo el 39% de los productores/comercializadores cuentan con sello (SPG) en sus diferentes productos.

En cuanto al gasto que implica a las compras diarias que realizan los clientes, como se observa en el gráfico 25, el 62.6% de clientes gastan 20 Bs/día, en la adquisición de productos ecológicos; mientras que el 65.9% de los productores/comercializadores perciben un ingreso de 50 Bs/día, por la venta de sus productos.

Gráfico 25: Relación clientes y productores/comercializadores



Fuente. Elaboración propia.

4.2 Discusiones

Según (Salazar, 2010); en un trabajo intitulado, *La inversión pública agroecológica en Chuquisaca y la incidencia de los riesgos medio ambientales*; “El 13% de las personas encuestadas indican que si consumen productos ecológicos alguna vez; mientras que las personas que no consumen productos ecológicos son el 87% del municipio de Sucre”.

Sin embargo, esta investigación expone como resultado que en los distritos 1 – 5 del municipio de Sucre; existe una cifra del 34.5% de la población que realizan compras y consumen productos ecológicos frescos, mientras que el 64.9% han realizado la adquisición alguna vez, y tan solo el 0.6% no adquieren productos ecológicos.

Según (Cerrada, 2014); en un trabajo intitulado, *Análisis de sistemas de producción agroecológica y sus implicaciones económicas en explotaciones campesinas de la Región Sierra de Ecuador*; “Señala que el ingreso monetario anual correspondiente por la venta de hortalizas frescas es de 2544 USD, bajo un sistema de producción agroecológica”.

Por otra parte, cabe señalar que en este estudio el ingreso monetario anual que percibe un comercializador de productos ecológicos frescos es de 18000 Bs. respecto a la venta de hortalizas bajo un sistema de producción ecológica, con un costo de producción del 27.78% en relación al ingreso monetario anual percibido.

Según (Argandoña, & Devissheer., 2014); en un documento intitulado, *Del productor al consumidor una alternativa comercial para la agricultura familiar*. “En ferias ecológicas en los departamentos de La Paz, Cochabamba y Tarija; respecto a los gastos destinados a la adquisición de los productos, la mayoría de los clientes y/o consumidores con una cifra del 31% compran productos por el valor de 100 a 200 Bs, seguido del 23% que presenta un rango entre 50 y 100 Bs, y además del 21% de los que compran por un valor mayor a Bs 200”.

También se tiene un resultado en relación al gasto monetario que presentan los clientes y/o consumidores de productos ecológicos frescos; con una cifra del 62.6% los clientes tienen una disposición máxima de 600 Bs. mensuales destinados para la adquisición de productos ecológicos frescos; por otra parte, el 23% de clientes disponen de un máximo de 800 Bs mensuales para adquirir productos ecológicos frescos. Mientras que tan solo el 13.2% disponen un máximo de 400 Bs mensuales.

Según (FAO, 2017), Familias de la agricultura urbana y periurbana proveerán de hortalizas, verduras y frutas orgánicas certificadas bajo el Sistema Participativo de Garantía (SPG), al Hospital del Niño de la ciudad de Sucre, esto abre posibilidades de nuevos mercados de consumo interno para alimentos nutritivos y de calidad, este es un logro de la Asociación de Productores Urbanos de Sucre (APUS). Promover el consumo de hortalizas y otros alimentos producidos por la agricultura familiar es una contribución a la lucha contra el hambre y la seguridad alimentaria, con el apoyo de la Organización de las Naciones Unidas Para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y el Gobierno Autónomo Departamental de Chuquisaca.

En un artículo del periódico *Correo del Sur* de fecha 12 de diciembre de 2019, (Quintanilla, 2019) indica que “Con miras al fortalecimiento de la seguridad alimentaria, la Alcaldía y otras instituciones impulsan a más de 1.000 productores que cultivan en huertos urbanos y periurbanos en Sucre. La producción ecológica de los huertos se da en carpas solares en los distritos 2, 3, 4, 5 y 6. Destaca la producción de hortalizas como lechuga y acelga en espacios de 28 metros cuadrados. Actualmente, la producción se comercializa en el departamento, principalmente en la ciudad, y a pedido de instituciones, entre ellas dos hospitales”.

Esta investigación establece que el 77.6% de los clientes adquieren productos frescos ecológicos por su salud, mientras que el 39% de los productores/comercializadores se dedican a la distribución de productos ecológicos para contribuir a la salud de los clientes, este mismo porcentaje de productores/comercializadores cuenta con el sello (SPG) en sus diferentes productos; por otra parte, cabe mencionar que el 65.5% de clientes señalaron que identificarían el producto mediante un sello ecológico. Esto lleva a que la promoción del consumo interno y las compras públicas en beneficio de los pequeños productores fortalecen a la contribución de la seguridad alimentaria en el municipio de Sucre, debido al autoconsumo que existe en toda esta cadena que está formada por los productores, comercializadores y consumidores. Además, de la contribución que se logra hacia el Medio Ambiente bajo un sistema de producción ecológica misma que utiliza agroquímicos y un control biológico inocuos para el ser humano y nuestra Madre Tierra.

CAPÍTULO V

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- La investigación ha permitido establecer que el 34.5% de clientes consumen productos ecológicos frescos, mientras el 64.9% consume algunas veces, y solo el 0.6% no consume estos productos, debido principalmente a la deficiencia en la oferta de estos productos.
- Referente a la viabilidad económica, el 65.9% los productores/comercializadores indican que existe una variación respecto al negocio de comercialización de productos ecológicos frescos; por lo que, es muy interesante por la relación con el impacto socio económico que esto significa.
- Existen dificultades de suministro disperso e irregular de los productos frescos, variedad escasa, precio alto y poco llamativo el producto en comparación con el convencional.
- La certificación del Sello SPG (Sistema Participativo de Garantía) de producción ecológica y en transición, se convierte en una excelente norma al momento de comercializar este tipo de productos.
- Se ha evidenciado que el productor consume los alimentos que produce y diversifica su dieta, por lo que mejoran su nivel nutricional; este efecto también se presenta en los comercializadores que cambian sus hábitos alimenticios e incorpora estos alimentos a su dieta, por esta razón se aprovechan directamente los nutrientes presentes de estos alimentos, lo que contribuye a la seguridad alimentaria en los distritos 1 – 5 del municipio de Sucre.
- Referente a la demanda, los clientes buscan satisfacer sus necesidades relacionando la toma de decisiones como consumidores respecto al precio, salud, placer o comodidad para su adquisición en cuanto a los productos ecológicos frescos puede satisfacer sus demandas.
- La producción agroecológica en huertos urbanos y periurbanos, se convierte en un gran aporte para disminuir los efectos negativos hacia el Medio Ambiente, ya que no utiliza agroquímicos sintéticos para su producción.

- La investigación ha permitido establecer la viabilidad ambiental debido al cumplimiento de la Norma Técnica Nacional SPG, en cuanto a la producción y comercialización de productos frescos ecológicos al contar con una certificación de producto ecológico, por lo que se respeta la Normativa Vigente y al medio ambiente contribuyendo a su conservación.
- La tasa de migración se reduce debido a que los habitantes de zonas rurales se desempeñan laboralmente en zonas periurbanas del municipio de Sucre, contribuyendo a sostenibilidad socio económica y ambiental mediante una producción ecológica.

5.2 Recomendaciones

- Para lograr la sostenibilidad económica, social, y ambiental, es relevante, por lo que se recomienda dar continuidad al ámbito de la agroecología como un inicio en el cambio de los hábitos alimenticios tanto de productores, comercializadores y consumidores.
- Es necesario optimizar el proceso productivo mediante asistencia técnica por parte de las diferentes instituciones en el municipio de Sucre, y de esta manera contribuir para bajar el precio.
- Desarrollar redes logísticas y así tener una mejor conducción en el sistema de comercialización y generación de empresa para los pequeños y medianos productores.
- Intensificar campañas de promoción y divulgación sobre los diferentes tipos de productos ecológicos existentes en el municipio de Sucre.
- Aplicar criterios de marketing a la definición de la oferta, la presentación y la venta del producto, y de esta manera llegar a una mayor cantidad de clientes.

BIBLIOGRAFÍA

- Abreu, J.L., (2014). “El método de la investigación”. *International Journal of Good Conscience*. 9(3)195-204. Diciembre 2014. 198 p.
- AGRECOL., (2018). *Diagnóstico de producción y consumo de productos ecológicos de Cochabamba, Bolivia*. Fundación AGRECOL Andes. 4 p.
- Alonso, A., (2004). *Impactos socioeconómicos de la agricultura ecológica*. Centro de investigación y formación de agricultura ecológica y desarrollo rural. España. 221, 234 p.
- Altieri M.A. & C.I. Nicholls., (2000). *Agroecología. Teoría y práctica para una agricultura sustentable*. CAPITULO I, Bases agroecológicas para una agricultura sustentable. Serie Textos Básicos para la Formación Ambiental. México D.F., PNUD. 14, 21, 29 p.
- Altieri, M., & V. Toledo., (2011). *La revolución agroecológica en latino américa*. SOCLA, Sociedad latino americana científica de agroecología. 12p.
- Ángel, D., Prager, M., & Restrepo, J., (2000). “*Agroecología*”. Universidad Nacional de Colombia y Fundación para la Investigación y el Desarrollo Agrícola (FIDAR). Santo Domingo – Republica Dominicana. Julio 2000. 6 p.
- Argandoña, E., Devissier, M., (2014). *Del productor al consumidor, una alternativa comercial para la agricultura familiar*. La Paz – Bolivia. Agrónomos y Veterinarios Sin Fronteras, Fundación Xavier Albó, 2014. 78 p.
- Armstrong, G., & Kotler, P., (2008). *Fundamentos de marketing*. México. Pearson Educación de México. Octava Edición, 2008. 52 p.
- Badii, M., & J. Landeros., (2007). *Plaguicidas que afectan a la salud humana y a la sustentabilidad*.
- Bertesaghi, I., (2011). *Investigación de mercados*. UDELAR – RRII. 1 p. Disponible en: http://www.academia.edu/7725968/INVESTIGACION_DE_MERCADOS_LIC_MAG_IGNACIO_BERTESAGHI [Accesado el 22 de febrero de 2019].
- Botanical., (2017). “Que son los alimentos naturales”. Disponible en: <http://www.botanical-online.com/alimentosnaturaleslistado.htm#> [Accesado el 27 de julio de 2018].
- Calduch, R., (2017). *Métodos y técnicas de investigación en relaciones internacionales*. Universidad Complutense de Madrid. Madrid - España. 24 p.

- Casado, A. B., & Sellers, R., (2006). “Dirección de Marketing”. Alicante – España. Editorial Club Universitario. 233 p.
- CENAPE, (2015). “Guía práctica para la implementación de los sistemas participativos de garantía SPG’s”. Concejo nacional de producción ecológica CNAPE. La Paz – Bolivia. 8, 9 p.
- Cerrado, P., (2014). *Análisis de sistemas de producción agroecológica y sus implicaciones económicas en explotaciones campesinas de la Región Sierra de Ecuador*. Universidad politécnica de Valencia. Departamento de economía y ciencias sociales. Valencia – España. 80 p.
- Chempen, S., & V. Isla., (2017). *Estrategias de marketing mix en la comercialización de aguaymanto por los minoristas del mercado mayorista de frutas n°2*. Universidad de San Martín de Porres. Lima – Perú. 26 p.
- CISAN., (2016). “Los alimentos procesados”. Disponible en: http://cisan.org.ar/adjuntos/20110209162154_.pdf [Accesado el 5 de agosto de 2018].
- Condiza, C., (1998). “Agricultura sostenible”. Ministerio de agricultura de Colombia, 1998. Programa nacional de transferencia de tecnología agropecuaria. 7 p.
- Cortes, A., (2012). *Punto de equilibrio*. Universidad virtual del estado de Guanajuato. México. septiembre, 2012. 1 p.
- Council foundation., (2017). “Entender nuestros alimentos”. *food information*. Disponible en: <http://www.foodinsight.org/Content/5519/UnderstandingOurFoodSpanish.pdf> [Accesado el 15 de agosto de 2018].
- Echeverri, L., (2010). “Inserción del mercadeo verde en prácticas empresariales en Colombia”. *Revista luna Azul*. N-31. Colombia. Diciembre 2010. 124 p.
- Ecured., (2017). “Principal concepto de la agricultura convencional”. Disponible en: https://www.ecured.cu/Agricultura_convencional [Accesado el 16 de septiembre de 2018].
- Estévez, A. & A. Gutiérrez., (2009). *Relevancia de los productos naturales en el descubrimiento de nuevos fármacos en el siglo XXI*. Universidad la Laguna. Madrid - España. 409 p.
- FAO., (2014). “Agricultura urbana y periurbana en Bolivia”. La Paz, 2017. Organización de las naciones unidas para la agricultura y la alimentación de Bolivia. 5 p.
- FAO., (2017). “Agricultores urbanos y periurbanos de Sucre logran contrato para proveer de productos orgánicos a un hospital”. Disponible en:

- <https://www.fao.org/bolivia/noticias/detail-events/es/c/1035518/> [Accesado el 10 de octubre de 2019].
- FAO., (2019). “Una introducción a los conceptos básicos de la seguridad alimentaria”. Cumbre mundial de la alimentación, CMA. 1 p. Disponible en: <https://www.fao.org/common-pages/search/es/?q=seguridad%20alimentaria> [Accesado el 16 de septiembre de 2019].
- Flores, G., (2010). *Formas de inserción de la población periurbana a la dinámica ciudadana, Municipio de El Alto – Zona Mercedario*. El Alto - La Paz - Bolivia. 67 p.
- García, D. & M.T. Santiago., (2011). *Alimentos ecológicos alimentación sana*. Granada – España. 13, 18, 64 p.
- García, V., (2012). *Desarrollo socioeconómico, concepto y características*. Disponible en: <http://victorgarciaprofe.blogspot.com/2012/10/desarrollo-socioeconomico.html> [Accesado el 10 de agosto de 2018].
- Gomes, M., (2006). *Introducción a la microeconomía*. Universidad de Barcelona. Octubre, 2006. 20 p.
- Guerrero, L., (2001). “Manual para hacer agricultura ecológica”. Editora CAJAMAR. Almería – España. 13 p.
- Hernández, R., Fernández-Collado, C., & Baptista, P., (2006). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill/Interamericana, IV Edición. México DF. 46, 49, 80 p.
- Huanacuni F., (2010). Marco teórico en “Buen Vivir/Vivir Bien Filosofía, políticas, estrategias y experiencias regionales andinas”. Lima, CAOI. 18 – 19 p.
- Jordana, J. & R. Keller., (2017). “Análisis costo-beneficio en el marco institucional en la agricultura”. Disponible en: http://www.mapama.gob.es/ministerio/pags/Biblioteca/Revistas/pdf_ays%2Fa001_02.pdf [Accesado el 17 de agosto de 2018].
- Kotler, P., (2010). “Marketing”. Disponible en: <http://phlpkter.blogspot.pe/> [Accesado el 5 de mayo de 2019].
- La vía Campesina., (2013). “5 Años de agroecología en La Vía Campesina”. De Maputo a Yakarta. Jl. Mampang Prapatan XIV No. 5. Indonesia. 10 p.
- López, D., (2016). “Agricultura ecológica canales cortos de comercialización”. Área de Agroecología y Soberanía Alimentaria Ecologistas en Acción. 3, 6 p.

- Martínez, R., (2004). *Fundamentos culturales sociales y económicos de la agroecología*. Instituto tecnológico de santo domingo. República Dominicana. 98 p.
- Masera, O; Astier, M.; López-Ridaura, S. 1999. *Sustentabilidad y Manejo de Recursos Naturales*. El Marco de Evaluación MESMIS. Grupo Interdisciplinario de Tecnología Rural Apropiada, México. 109 p.
- Meirelles, L., (2017). *Ferias de productos ecológicos*. Centro ecológico Ipe. Porto alegre - Brasil. 3 p.
- Ministerio de ambiente vivienda y desarrollo territorial., (2009). “Mercados verdes y biocomercio sostenible”. Revista Ecogito. República de Colombia. 20 de diciembre 2009. 3 p.
- Ministerio de desarrollo rural y tierras., (2015). “11 Problemas que frenan la producción agropecuaria y la soberanía alimentaria”. Bolivia 26 de noviembre 2015.
- Ministerio De La Presidencia., (2019). “Guía técnica para la delimitación y homologación de áreas Urbanas en el Estado Plurinacional de Bolivia”. Viceministerio de Autonomías – Dirección General de Autonomías. Bolivia. septiembre 2019. 7 p.
- Ministerio de medio ambiente y medio rural y marino., (2009). “Conoce y vive la agricultura ecológica”. Disponible en: http://www.alimentacion.es/imagenes/es/folleto_Agricultura_Ecologica_tcm5-38375.pdf [Accesado el 20 de agosto de 2018].
- Mollá, A., (2004). “El marketing y la comercialización de productos agroalimentarios”. Fundación Cajamar. Valencia – España. 343 p.
- Monferrer, D., (2013). *Fundamentos de marketing*. Francia. Publicaciones de la Universidad Jaume I, 2013. 87, 89 p.
- Morin, E., (2009). *Principios y aplicaciones del análisis costo beneficio*. Programa para el impulso de asociaciones publico privadas en el estado Mexicano; PIAPPEM. Guanajuato – México. 19 p.
- Naciones Unidas., (1958). *Manual de proyectos de desarrollo económico*. Naciones Unidas. México D.F., 1958. 19, 21 p.
- Palacios, G., Paspuel, S., & C. Vasco., (2015). *Determinantes socioeconómicos del consumo de productos ecológicos en Quito*. Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE. Sangolquí – Ecuador. 24 p.
- Paz, K., Salazar, F., & Torres, M., (2017). “Tamaño de una muestra para una investigación de mercado”. Universidad Rafael Landivar. Guatemala. 11 p.

- PDM, (Plan de Desarrollo Municipal); (2010-2014). Gobierno Autónomo Municipal de Sucre.
- Peñaloza, M., (2005). “*El Mix de Marketing: Una herramienta para servir al cliente.* 7Actualidad Contable FACES Año 8 N° 10, junio 2005. Mérida. Venezuela. 75, 76 p.
- Pérez, A. & Rodríguez, A., (2017). “Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento”. Revista Escuela de Administración de Negocios, núm. 82, 2017. Universidad EAN. Bogotá – Colombia. 8, 9 p.
- Pilco, W., & L. Ruiz., (2015). *La investigación de mercados como una disciplina estratégica. Tomo I.* Escuela Superior politécnica del Chimborazo. Instituto de investigaciones. Ecuador. 19, 66-70 p.
- Pinto, R., (2002). *Estudio de mercado de productos orgánicos Bolivianos.* Secretaría General de la Asociación Latinoamericana de Integración, ALADI. Montevideo - Uruguay. 9 p.
- PMOT, (Plan Municipal de Ordenamiento Territorial); (2009-2018). Gobierno Municipal sección Capital – Sucre. Diagnóstico Integral. Universidad San Francisco Xavier de Chuquisaca.
- PRO-Vocacion., (2012). *Caracterización del mercado de productos ecológicos en los canales especialistas de venta.* PRO-Vocación marketing sostenible S.L. España 2012. 42 p.
- PTDI, (Plan Territorial de Desarrollo Integral); (2016-2020). Gobierno Autónomo Municipal de Sucre.
- Quintanilla, E., (12 de diciembre de 2019). Impulsan fortalecimiento de los huertos familiares. *Correo Del Sur.* Disponible en: https://correodelsur.com/local/20191212_impulsan-fortalecimiento-de-los-huertos-familiares.html [Accesado el 13 de diciembre de 2019].
- Rebollo, A., Romero, J. & Yagüe, M., (2006). *El coste de la comercialización de los productos de alimentación en fresco.* Un análisis de la evolución de los márgenes comerciales en España, 2006. 31-51 p.
- Restrepo, J., (2007). *El ABC de la agricultura orgánica y la harina de rocas.* Primera edición. Servicio de información mesoamericano sobre agricultura sostenible SIMAS. Managua – Nicaragua. 14 p.
- Riechmann, J. 2003. *Cuidar la tierra.* In Políticas agrarias y alimentarias sostenibles para entrar en el siglo XXI. Barcelona. Icaria. 262 p.

- Rodríguez, Y., & Vázquez, A., (2017). “La mezcla de mercadotecnia”. Universidad Autónoma de Tamaulipas. 11 p.
- Rosset, P.M. & M. Altieri., (1997). *Agroecology versus input substitution: a fundamental contradiction of sustainable agriculture*. Society and Natural Resources. 283 – 95 p.
- Salazar, J., (2010). *La inversión pública agroecológica en Chuquisaca y la incidencia de los riesgos medio ambientales*. Universidad Mayor Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca. Sucre – Bolivia. 69 p.
- SENASAG, (2017). “La agricultura y producción ecológica en Bolivia”. Disponible en: <http://www.senasag.gob.bo/site-map/mapa-inocuidad-alimentaria/96-sistema-nacional-de-control/685-producci%C3%B3n-ecologica-en-bolivia.html> [Accesado el 22 de septiembre de 2018].
- Torres, F., & Y. Trapaga., (1997). “*la agricultura orgánica*”. CAPITULO I, La agricultura sustentable vs convencional. Instituto de investigaciones. Universidad nacional autónoma de México. 2 p.
- Velásquez, S., (2006). *Manual para la organización de ferias de productores locales*. Organización internacional del trabajo OIT. Primera Edición, 2006. Lima. 15 p.

ANEXOS

+

ANEXO 1. HERRAMIENTAS PARA RECOLECCIÓN DE DATOS

HERRAMIENTA 1. ENCUESTA DIRIGIDA AL CLIENTE Y/O CONSUMIDOR

ENCUESTA AL CLIENTE			
SEXO:	EDAD:	LUGAR:	FECHA:
Tickear, encerrar o subrayar la respuesta que le parezca:			
1. ¿Conoce usted sobre los productos ecológicos frescos?			
a) Si. b) Mas o menos. c) No.			
2. ¿Qué productos ecológicos frescos conoce?			
a) Hortalizas. b) Frutas. c) Tubérculos. d) Todos.			
3. ¿Alguna vez ha comprado productos ecológicos frescos?			
a) Si. b) Algunas veces. c) No.			
4. ¿Dónde ha comprado productos ecológicos frescos?			
a) En el mercado. b) En una feria de productos ecológicos. c) En un comercio especializado en producción ecológica. d) En un súper mercado.			
5. ¿Considera importante para su salud consumir productos ecológicos frescos?			
a) Si, porque son inocuos para mi salud. b) Si, porque son deliciosos. c) Si, porque son de buena calidad.			
6. ¿Cómo le parece la oferta de productos ecológicos frescos que existe?			
a) Suficiente. b) Poco suficiente. c) Insuficiente.			
7. ¿Cuál es el medio por el que se ha informado sobre productos ecológicos frescos?			
a) De su familia. b) Institutos, libros, estudios universitarios. c) De la televisión, internet, revistas, periódicos.			
8. ¿Cómo identificaría un producto ecológico fresco?			
a) Etiquetado. b) Marca. c) Sello.			
9. ¿Aproximadamente cuánto de dinero mensual dispone para la compra de productos ecológicos frescos?			
a) 200 a 400 Bs. b) 401 a 600 Bs. c) 601 a 800 Bs. d) 801 a 1.000 Bs.			
10. ¿Cuál es la razón por la cual estaría dispuesto a comprar productos ecológicos frescos?			
a) Beneficia a su salud. b) Su precio es adecuado a su calidad. c) Son productos libres de agentes tóxicos. d) Estos productos son la base de una economía sostenible. e) Todas me parecen válidas.			

HERRAMIENTA 2. ENCUESTA DIRIGIDA AL PRODUCTOR/COMERCIALIZADOR

ENCUESTA AL COMERCIALIZADOR

SEXO: **EDAD:** **INSTITUCIÓN:**
LUGAR: **FECHA:**

Tickear, encerrar o subrayar la respuesta que le parezca:

1. ¿Qué es la agricultura ecológica?

- a) Un sistema de cultivo basado en la No utilización de agroquímicos sintéticos.
- b) Un sistema de cultivo basado en cultivos importados.
- c) Un sistema de cultivo controlados por pequeñas dosis de agroquímicos sintéticos.

2. ¿Cómo puede saber si está comercializando productos obtenidos mediante agricultura ecológica?

- a) Por el contrato con el proveedor.
- b) Por conocimiento del espacio geográfico donde se produce.
- c) Mediante un sello de SPG, (Sistema participativo de garantía).
- d) Basado en la confianza hacia el proveedor.

3. ¿A cuánto asciende su costo total anual, para la comercialización de productos ecológicos frescos?

- a) 5.000 Bs. b) 10.000 Bs. c) 15.000 Bs. d) 20.000 Bs. e) 25.000 Bs.
- f) 30.000 Bs. g) 35.000 Bs. h) 40.000 Bs. i) 45.000 Bs. j) 50.000 Bs.

4. ¿Aproximadamente cuánto es su utilidad por la venta de productos ecológicos frescos?

- a) El 20%. b) El 30%. c) El 40%. d) El 50%.
- e) El 60%. f) El 70%. g) El 80%. h) El 90%.

5. ¿Cuánto es su promedio de venta diaria, en productos ecológicos frescos?

- a) 50 Bs. b) 100 Bs. c) 200 Bs. d) 300 Bs.
- e) 400 Bs. f) 500 Bs. g) 600 Bs. h) 700 Bs.

6. ¿En qué temporada incrementan sus ventas?

- a) primavera. b) verano. c) otoño. d) invierno.

7. ¿Su producto cuenta con alguna garantía con ser?

- a) Sello ecológico SPG. b) Sello social Boliviano. c) Sello AOPEB.
- d) Ninguno.

8. ¿Por qué comercializa productos ecológicos frescos?

- a) Para contribuir a la salud de la población.
- b) Por satisfacer la demanda de un sector.
- c) Para contribuir a la seguridad alimentaria.

9. ¿Cuáles son las vías para que su producto llegue a manos del consumidor?

- a) En el mercado.
- b) En una feria de productos ecológicos.
- c) En un comercio especializado en producción ecológica.
- d) En un súper mercado.

ANEXO 2. NOMENCLATURA EN EL USO DE SPSS v.25

NOMENCLATURA 1. CALCULO SPSS PARA EL CLIENTE

ConoceSPEF = Conoce sobre productos ecológicos frescos.

QPEFconoce = Que productos ecológicos frescos conoce.

HaCompradoPEF = Ha comprado productos ecológicos frescos.

DondeCPEF = Donde ha comprado productos ecológicos frescos.

CISConsumirPEF = Considera importante para su salud consumir productos ecológicos frescos.

OfertaPEF = Oferta de productos ecológicos frescos.

MedioPIPEF = Medio por el que se ha informado sobre productos ecológicos frescos

ComoIPEF = Como identificaría un producto ecológico fresco.

DMDCompraPEF = Dinero mensual que dispone para la compra de productos ecológicos frescos.

RazonPQDCPEF = Razón por que está dispuesto a comprar productos ecológicos frescos.

G_edad = Grupos de edad.

NOMENCLATURA 2. CALCULO SPSS PARA EL PRODUCTOR /COMERCIALIZADOR

QAEcológica = Que es agricultura ecológica.

CSabePOMAEC = Como sabe productos obtenidos mediante agricultura ecológica conoce.

CostoPA = Costo de producción anual.

UtilidadAC = Utilidad anual de comercialización.

PromedioVD = Promedio de venta diaria.

TemporadaIV = Temporada de incremento de ventas.

GarantiaPEF = Garantía de productos ecológicos frescos.

PQComercializaPEF = Por que comercializa productos ecológicos frescos.

CanalesDV = Canales de distribución de ventas.

G_edad = Grupos de edad.

ANEXO 3. VISTA DE VARIABLES Y DATOS EN SPSS v.25

VISTA DE VARIABLES. EN CLIENTES Y/O CONSUMIDORES

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	Genero	Númérico	1	0	Genero del cie...	(1, Femenin...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
2	Edad	Númérico	2	0	Edad del cliente	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
3	ConoceSPEF	Númérico	1	0	¿Conoce usted...	(1, Si)...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
4	QPEFconoce	Númérico	1	0	¿Qué producto...	(1, Hortaliza...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
5	HaCompradoPEF	Númérico	1	0	¿Alguna vez ha...	(1, Si)...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
6	DondeCPEF	Númérico	1	0	¿Dónde ha co...	(1, En el me...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
7	CISConsumirPEF	Númérico	1	0	¿Considera imp...	(1, Si porqu...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
8	OfertaPEF	Númérico	1	0	¿Cómo le pare...	(1, Suficient...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	MedioPIPEF	Númérico	1	0	¿Cuál es el me...	(1, De su fa...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
10	ComoPEF	Númérico	1	0	¿Cómo identific...	(1, Etiqueta...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
11	DMDCompraPEF	Númérico	1	0	¿Aproximadam...	(1, 200 a 40...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	RazonPQDCPEF	Númérico	1	0	¿Cuál es la raz...	(1, beneficia...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
13	G_Edad	Númérico	1	0	Grupos de edad	(1, de 20 a ...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
14											

VISTA DE DATOS. EN CLIENTES Y/O CONSUMIDORES

	Genero	Edad	ConoceSPEF	QPEFconoce	HaCompradoPEF	DondeCPEF	CISConsumirPEF	OfertaPEF	MedioPIPEF	ComoPEF	DMDCompraPEF	RazonPQDCPEF	G_Edad
16	Masculino	27	Mas o men...	Todos	Algunas ve...	En una feri...	Si porque ...	Insuficiente	De la televi...	Sello 401 a 600 Bs	Son produ...		de 20 a 30
17	Femenino	28	Si	Todos	Algunas ve...	En una feri...	Si porque ...	Poco sufici...	De la televi...	Sello 401 a 600 Bs	Son produ...		de 20 a 30
18	Masculino	39	Si	Todos	Algunas ve...	En una feri...	Si porque ...	Insuficiente	De la televi...	Sello 401 a 600 Bs	Todas me ...		de 31 a 40
19	Masculino	26	Mas o men...	Todos	Algunas ve...	En una feri...	Si porque ...	Poco sufici...	De su familia	Sello 401 a 600 Bs	Son produ...		de 20 a 30
20	Femenino	33	Si	Todos	Algunas ve...	En una feri...	Si porque ...	Insuficiente	De la televi...	Sello 401 a 600 Bs	Todas me ...		de 31 a 40
21	Masculino	22	Si	Todos		Si En una feri...	Si porque ...	Insuficiente	De la televi...	Etiquetado 601 a 800 Bs	Todas me ...		de 20 a 30
22	Masculino	42	Si	Todos	Algunas ve...	En una feri...	Si porque ...	Insuficiente	De la televi...	Sello 401 a 600 Bs	Todas me ...		de 41 a 50
23	Femenino	37	Si	Todos		Si En una feri...	Si porque ...	Insuficiente	De la televi...	Sello 401 a 600 Bs	Son produ...		de 31 a 40
24	Femenino	29	Si	Todos	Algunas ve...	En una feri...	Si porque ...	Poco sufici...	De su familia	Sello 401 a 600 Bs	Son produ...		de 20 a 30
25	Femenino	24	Mas o men...	Todos	Algunas ve...	En el merc...	Si porque ...	Poco sufici...	De su familia	Sello 401 a 600 Bs	beneficia a...		de 20 a 30
26	Femenino	37	Si	Todos	Algunas ve...	En una feri...	Si porque ...	Poco sufici...	De la televi...	Sello 401 a 600 Bs	Son produ...		de 31 a 40
27	Masculino	41	Si	Todos	Algunas ve...	En una feri...	Si porque ...	Insuficiente	De la televi...	Sello 601 a 800 Bs	Todas me ...		de 41 a 50
28	Masculino	32	Mas o men...	Todos	Algunas ve...	En el merc...	Si porque ...	Poco sufici...	De su familia	Sello 401 a 600 Bs	beneficia a...		de 31 a 40
29	Femenino	26	Si	Todos	Algunas ve...	En una feri...	Si porque ...	Poco sufici...	De la televi...	Etiquetado 401 a 600 Bs	Son produ...		de 20 a 30
30	Masculino	36	Si	Todos	Algunas ve...	En una feri...	Si porque ...	Poco sufici...	De la televi...	Sello 401 a 600 Bs	Son produ...		de 31 a 40
31	Masculino	29	Si	Todos		Si En una feri...	Si porque ...	Poco sufici...	De su familia	Etiquetado 401 a 600 Bs	Son produ...		de 20 a 30
32	Femenino	48	Si	Todos		Si En una feri...	Si porque ...	Insuficiente	De la televi...	Sello 401 a 600 Bs	Todas me ...		de 41 a 50
33	Femenino	31	Mas o men...	Todos	Algunas ve...	En el merc...	Si porque ...	Poco sufici...	De su familia	Etiquetado 401 a 600 Bs	beneficia a...		de 31 a 40
34	Masculino	38	Mas o men...	Todos	Algunas ve...	En una feri...	Si porque ...	Poco sufici...	De la televi...	Sello 401 a 600 Bs	Son produ...		de 31 a 40
35	Femenino	31	Si	Todos	Algunas ve...	En una feri...	Si porque ...	Poco sufici...	De la televi...	Etiquetado 401 a 600 Bs	beneficia a...		de 31 a 40
36	Femenino	23	Mas o men...	Todos	Algunas ve...	En el merc...	Si porque ...	Poco sufici...	De su familia	Etiquetado 401 a 600 Bs	beneficia a...		de 20 a 30
37	Femenino	28	Si	Todos	Algunas ve...	En un com...	Si porque ...	Poco sufici...	De la televi...	Sello 401 a 600 Bs	Son produ...		de 20 a 30

VISTA DE VARIABLES. EN PRODUCTORES/COMERCIALIZADORES

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	Genero	Numérico	1	0		{1, Femeni...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
2	Edad	Numérico	2	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
3	Institucion	Numérico	1	0	Pertenece a un...	{1, Si}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
4	QAEcológica	Numérico	1	0	¿Qué es la agri...	{1, Un siste...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
5	CSabePOMAEC	Numérico	1	0	¿Cómo puede ...	{1, Por el co...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
6	CostoPA	Numérico	1	0	¿A cuánto asci...	{1, 5.000 Bs...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	UtilidadAC	Numérico	1	0	¿Aproximadam...	{1, 20 %}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	PromedioVD	Numérico	1	0	¿Cuánto es su ...	{1, 50 Bs.}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	TemporadaV	Numérico	1	0	¿En qué tempo...	{1, Primaver...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
10	GarantíaPEF	Numérico	1	0	¿Su producto c...	{1, Sello ec...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
11	PQComercializaPEF	Numérico	1	0	¿Por qué come...	{1, Para con...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
12	CanalesDV	Numérico	1	0	¿Cuáles son la ...	{1, En el me...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
13	G_Edad	Numérico	8	0	Grupos de edad	{1, De 18 a ...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada

VISTA DE DATOS. EN PRODUCTORES/COMERCIALIZADORES

	Genero	Edad	Institucion	QAEcológica	CSabePOMAEC	CostoPA	UtilidadAC	PromedioVD	TemporadaV	GarantíaPEF	PQComercializaPEF	CanalesDV	G_Edad
1	Femenino	27	No	Un sistem...	Basado en...	15.000 Bs.	40 %	200 Bs.	Primavera	Ninguno	Para contri...	En un com...	De 18 a 30 años
2	Masculino	36	No	Un sistem...	Por conoci...	10.000 Bs.	30 %	100 Bs.	Verano	Ninguno	Por satisfi...	En el merc...	De 31 a 40 años
3	Masculino	33	Si	Un sistem...	Por conoci...	10.000 Bs.	30 %	100 Bs.	Primavera	Ninguno	Por satisfi...	En el merc...	De 31 a 40 años
4	Femenino	34	Si	Un sistem...	Mediante u...	10.000 Bs.	40 %	200 Bs.	Primavera	Sello ecoló...	Para contri...	En un com...	De 31 a 40 años
5	Femenino	26	No	Un sistem...	Por conoci...	5.000 Bs.	30 %	100 Bs.	Verano	Ninguno	Para contri...	En el merc...	De 18 a 30 años
6	Femenino	36	No	Un sistem...	Por conoci...	10.000 Bs.	40 %	100 Bs.	Primavera	Ninguno	Por satisfi...	En el merc...	De 31 a 40 años
7	Masculino	40	No	Un sistem...	Por conoci...	5.000 Bs.	30 %	100 Bs.	Primavera	Ninguno	Para contri...	En el merc...	De 31 a 40 años
8	Masculino	32	No	Un sistem...	Por conoci...	10.000 Bs.	40 %	100 Bs.	Primavera	Ninguno	Para contri...	En un com...	De 31 a 40 años
9	Masculino	42	No	Un sistem...	Mediante u...	5.000 Bs.	30 %	100 Bs.	Verano	Sello ecoló...	Para contri...	En un com...	De 41 a 50 años
10	Femenino	25	No	Un sistem...	Por conoci...	10.000 Bs.	30 %	100 Bs.	Primavera	Ninguno	Para contri...	En un com...	De 18 a 30 años
11	Femenino	22	No	Un sistem...	Basado en...	5.000 Bs.	20 %	50 Bs.	Verano	Ninguno	Para contri...	En el merc...	De 18 a 30 años
12	Femenino	26	No	Un sistem...	Por conoci...	5.000 Bs.	30 %	50 Bs.	Verano	Ninguno	Para contri...	En el merc...	De 18 a 30 años
13	Femenino	31	No	Un sistem...	Por conoci...	5.000 Bs.	20 %	50 Bs.	Primavera	Ninguno	Para contri...	En el merc...	De 31 a 40 años
14	Masculino	38	No	Un sistem...	Basado en...	5.000 Bs.	20 %	100 Bs.	Primavera	Ninguno	Para contri...	En el merc...	De 31 a 40 años
15	Masculino	37	No	Un sistem...	Mediante u...	5.000 Bs.	30 %	100 Bs.	Primavera	Sello ecoló...	Para contri...	En una feri...	De 31 a 40 años
16	Masculino	28	No	Un sistem...	Basado en...	5.000 Bs.	20 %	50 Bs.	Verano	Ninguno	Para contri...	En el merc...	De 18 a 30 años
17	Femenino	32	No	Un sistem...	Por el cont...	10.000 Bs.	40 %	200 Bs.	Verano	Ninguno	Por satisfi...	En un com...	De 31 a 40 años
18	Femenino	24	No	Un sistem...	Mediante u...	5.000 Bs.	20 %	50 Bs.	Primavera	Sello ecoló...	Para contri...	En una feri...	De 18 a 30 años
19	Femenino	28	No	Un sistem...	Basado en...	5.000 Bs.	30 %	50 Bs.	Primavera	Ninguno	Por satisfi...	En una feri...	De 18 a 30 años
20	Masculino	38	No	Un sistem...	Por conoci...	10.000 Bs.	40 %	100 Bs.	Verano	Ninguno	Por satisfi...	En el merc...	De 31 a 40 años
21	Femenino	37	No	Un sistem...	Por el cont...	5.000 Bs.	30 %	50 Bs.	Verano	Sello ecoló...	Para contri...	En el merc...	De 31 a 40 años

ANEXO 4. MATRIZ DE PLANIFICACIÓN DE TESIS

OBJETIVO ESPECIFICO	VARIABLE	DEFINICIÓN	INDICADORES	TÉCNICA	FUENTE	HERRAMIENTAS
1. Caracterizar el contexto de la producción y comercialización de productos frescos en el Municipio de Sucre	Mercados, ferias, supermercados, donde comercializan productos frescos y ecológicos	Análisis Comercialización de productos frescos	Porcentaje (%)	Entrevista y encuesta	Mercados y comercios de venta de Productos	Guía para la entrevista y cuestionario
	Conocimiento sobre productos ecológicos frescos	Comprensión sobre que son los productos ecológicos	Porcentaje (%)	Entrevista y encuesta	Cientes que adquieren productos ecológicos	Guía para la entrevista y cuestionario
	Certificación de productos ecológicos en el municipio de Sucre	Análisis de conocimiento respecto a normativas sobre certificación de productos ecológicos	Porcentaje (%)	Entrevista y encuesta	Mercados y comercios de venta de Productos	Guía para la entrevista y cuestionario
2. Realizar el análisis de mercado para identificar la oferta y demanda local de productos frescos, producidos en los huertos urbanos y periurbanos	Nivel de la oferta en el mercado del municipio de Sucre	Análisis de mercado de los productos frescos	Porcentaje (%)	Entrevista y encuesta	Mercados y comercios de venta de Productos	Guía para la entrevista y cuestionario
	Nivel de la demanda en el mercado del municipio de Sucre	Análisis de mercado de los productos frescos	Porcentaje (%)	Entrevista y encuesta	Cientes que adquieren productos ecológicos	Guía para la entrevista y cuestionario
3. Analizar la viabilidad económica, social y ambiental para la comercialización de los productos frescos en el municipio de Sucre	Rentabilidad en el negocio de comercialización de productos ecológicos	Relación de ingresos y egresos económicos por la venta de productos ecológicos	Cifra monetaria y porcentaje (%)	Entrevista y encuesta	Mercados y comercios de venta de Productos	Guía para la entrevista y cuestionario
	Precio de adquisición adecuado para el consumidor	Costo del producto ecológico impuesto por el comercializador	Porcentaje (%)	Entrevista y encuesta	Cientes en mercados y comercios de venta de Productos	Guía para la entrevista y cuestionario

ANEXO 5. POBLACIÓN POR DISTRITO SEGÚN (INE)

DISTRITO 1. MUNICIPIO DE SUCRE



INstituto Nacional de Estadística

Distrito 1

Ficha Resumen Censo Población y Vivienda 2012

DEPARTAMENTO ESTADÍSTICO : CHUQUISACA
 PROVINCIA ESTADÍSTICA : OROPEZA
 MUNICIPIO ESTADÍSTICO : SUCRE
 NOMBRE CIUDAD : SUCRE
 MANZANO(S) : 416742138-A - 416753109-A - 416754552-A - 416773985-A - 416778556-A (Adjunto listado de manzanos seleccionados)

POBLACIÓN EMPADRONADA POR SEXO, SEGÚN GRUPO DE EDAD			
Grupo de edad	Total	Hombres	Mujeres
Total	19 393	8 893	10 500
0-3	963	503	460
4-5	474	243	231
6-19	3 922	1 818	2 104
20-39	7 480	3 575	3 905
40-59	3 694	1 629	2 065
60 y más	2 860	1 125	1 735

Población de 18 años y más (población en edad de votar)	14 989	6 733	8 256
Población femenina de 15-49 años en edad fértil	6 031		6 031
Población en viviendas particulares	17 337	7 702	9 635
Población en viviendas colectivas	2 030	1 174	856
Población sin vivienda en tránsito	22	14	8
Población sin vivienda que vive en la calle	4	3	1
Población empadronada inscrita en el Registro Cívico	19 283	8 835	10 448
Población empadronada que tiene Cédula de Identidad	17 365	7 864	9 501

POBLACIÓN EMPADRONADA POR SEXO, SEGÚN IDIOMA EN EL QUE APRENDIÓ A HABLAR(1)			
Idioma	Total	Hombres	Mujeres
Total	18 142	8 244	9 898
Castellano	16 472	7 457	9 015
Quechua	1 092	484	608
Aymara	54	35	19
Guarani	20	10	10
Otros idiomas oficiales	5	2	3
Otros idiomas	1	1	0
Idioma extranjero	255	125	130
No habla	13	6	7
Sin especificar	230	124	106

POBLACIÓN EMPADRONADA DE 6 A 19 AÑOS POR SEXO, SEGÚN ASISTENCIA ESCOLAR(1)			
Asistencia escolar	Total	Hombres	Mujeres
Total	3 907	1 812	2 095
Asiste	3 535	1 644	1 891
No asiste	333	150	183
Sin especificar	39	18	21

LUGAR DONDE ACUDE LA POBLACIÓN CUANDO TIENEN PROBLEMAS DE SALUD			
Salud	Total	Hombres	Mujeres
Caja de Salud (CNS, COSSMIL, u otras)	8 107	3 563	4 544
Seguro de salud privado	4 510	2 036	2 474
Establecimientos de salud público	8 423	3 856	4 567
Establecimientos de salud privado	5 622	2 491	3 131
Médico tradicional	1 920	864	1 056
Soluciones caseras	8 053	3 459	4 594
La farmacia o se automédica	9 214	4 162	5 052

POBLACIÓN EMPADRONADA, POR SEXO, SEGÚN LUGAR DE NACIMIENTO Y RESIDENCIA HABITUAL			
Lugar de nacimiento	Total	Hombres	Mujeres
Total	19 393	8 893	10 500
Aquí	11 551	5 406	6 145
En otro lugar del país	7 118	3 133	3 985
En el exterior	724	354	370
Lugar de residencia habitual	Total	Hombres	Mujeres
Total	19 393	8 893	10 500
Aquí	18 536	8 436	10 100
En otro lugar del país	568	311	257
En el exterior	289	146	143

POBLACIÓN EMPADRONADA DE 10 AÑOS O MÁS DE EDAD, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA Y CATEGORÍA OCUPACIONAL(1)			
Sector económico	Total	Hombres	Mujeres
Total	8 298	4 212	4 086
Agricultura, ganadería, caza, pesca y silvicultura	71	49	22
Minería e Hidrocarburos	32	31	1
Industria manufacturera	644	422	222
Electricidad, gas, agua y desechos	29	24	5
Construcción	349	315	34
Comercio, transporte y almacenes	1 451	694	757
Otros servicios	4 807	2 222	2 585
Sin especificar	294	167	127
Descripciones incompletas	621	288	333

Categoría ocupacional			
	Total	Hombres	Mujeres
Total	8 298	4 212	4 086
Obrero/a o empleado/a	4 352	2 186	2 166
Trabajador/a del hogar	190	5	185
Trabajador/a por cuenta propia	2 483	1 376	1 107
Empleador/a o socio/a	437	252	185
Trabajador/a familiar o aprendiz sin remuneración	276	117	159
Cooperativa de producción/servicios	44	20	24
Sin especificar	516	256	260

FUENTE: Instituto Nacional de Estadística

DISTRITO 2. MUNICIPIO DE SUCRE

Distrito 2



Ficha Resumen Censo Población y Vivienda 2012

DEPARTAMENTO ESTADÍSTICO : CHUQUISACA
 PROVINCIA ESTADÍSTICA : OROPEZA
 MUNICIPIO ESTADÍSTICO : SUCRE
 NOMBRE CIUDAD : SUCRE
 MANZAND(S) : 417173029-A - 417181216-A - 417181816-A - 417200738-A - 417203729-A (Adjunto listado de manzanos seleccionados)

POBLACIÓN EMPADRONADA POR SEXO, SEGÚN GRUPO DE EDAD			
Grupos de edad	Total	Hombres	Mujeres
Total	105 533	50 061	55 472
0-3	8 504	4 278	4 226
4-5	3 977	2 000	1 977
6-19	30 595	14 885	15 710
20-39	38 052	18 247	19 805
40-59	16 014	7 118	8 896
60 y más	8 391	3 533	4 858
Población de 18 años y más (población en edad de votar)	67 893	31 458	36 435
Población femenina de 15-49 años en edad fértil	31 632		31 632
Población en viviendas particulares	103 451	48 930	54 521
Población en viviendas colectivas	1 921	1 019	902
Población sin vivienda en tránsito	137	93	44
Población sin vivienda que vive en la calle	24	19	5
Población empadronada inscrita en el Registro Cívico	104 650	49 628	55 022
Población empadronada que tiene Cédula de Identidad	85 534	40 214	45 320
POBLACIÓN EMPADRONADA POR SEXO, SEGÚN IDIOMA EN EL QUE APRENDIÓ A HABLAR(1)			
Idioma	Total	Hombres	Mujeres
Total	96 826	45 682	51 144
Castellano	71 328	34 370	36 958
Quechua	23 402	10 287	13 115
Aymara	667	336	331
Guarani	63	26	37
Otros idiomas oficiales	26	13	13
Otros idiomas	1	1	0
Idioma extranjero	159	83	76
No habla	76	40	36
Sin especificar	1 104	526	578
POBLACIÓN EMPADRONADA DE 6 A 19 AÑOS POR SEXO, SEGÚN ASISTENCIA ESCOLAR(1)			
Asistencia escolar	Total	Hombres	Mujeres
Total	30 575	14 876	15 699
Asiste	27 631	13 442	14 189
No asiste	2 861	1 311	1 350
Sin especificar	283	123	160

LUGAR DONDE ACUDE LA POBLACIÓN CUANDO TIENEN PROBLEMAS DE SALUD			
Salud	Total	Hombres	Mujeres
Caja de Salud (CNS, COSSMIL, u otras)	31 053	14 582	16 471
Seguro de salud privado	17 113	8 177	8 936
Establecimientos de salud público	64 632	29 959	34 673
Establecimientos de salud privado	21 076	10 018	11 058
Médico tradicional	13 498	6 268	7 230
Soluciones caseras	53 143	24 269	28 874
La farmacia o se automédica	63 462	30 122	33 340
POBLACIÓN EMPADRONADA, POR SEXO, SEGÚN LUGAR DE NACIMIENTO Y RESIDENCIA HABITUAL			
Lugar de nacimiento	Total	Hombres	Mujeres
Total	105 533	50 061	55 472
Aquí	70 167	33 659	36 508
En otro lugar del país	34 069	15 748	18 321
En el exterior	1 297	654	643
Lugar de residencia habitual	Total	Hombres	Mujeres
Total	105 533	50 061	55 472
Aquí	103 448	48 934	54 514
En otro lugar del país	1 867	1 017	850
En el exterior	218	110	108
POBLACIÓN EMPADRONADA DE 10 AÑOS O MÁS DE EDAD, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA Y CATEGORÍA OCUPACIONAL(1)			
Sector económico	Total	Hombres	Mujeres
Total	43 801	23 969	19 832
Agricultura, ganadería, caza, pesca y silvicultura	839	579	260
Minería e Hidrocarburos	280	245	15
Industria manufacturera	4 754	3 059	1 695
Electricidad, gas, agua y desechos	107	86	21
Construcción	4 723	4 567	156
Comercio, transporte y almacenes	13 899	7 376	6 523
Otros servicios	16 017	6 424	9 593
Sin especificar	1 282	645	637
Descripciones incompletas	1 920	988	932
Categoría ocupacional	Total	Hombres	Mujeres
Total	43 801	23 969	19 832
Obrera/o o empleado/o	19 352	11 547	7 805
Trabajador/a del hogar	1 104	11	1 093
Trabajador/a por cuenta propia	16 573	8 889	7 684
Empleadora/or o socio/a	1 518	951	567
Trabajador/a familiar o aprendiz sin remuneración	1 259	640	619
Cooperativa de producción/servicios	277	156	121
Sin especificar	3 718	1 775	1 943

FUENTE: Instituto Nacional de Estadística

DISTRITO 3. MUNICIPIO DE SUCRE



Distrito 3

Ficha Resumen Censo Población y Vivienda 2012

DEPARTAMENTO ESTADÍSTICO : CHUQUISACA
 PROVINCIA ESTADÍSTICA : OROPEZA
 MUNICIPIO ESTADÍSTICO : SUCRE
 MOMBRE CIUDAD : SUCRE
 MANZANO(S) : 417405389-A - 417422856-A - 417445621-A - 417448057-A - 417450889-A (Adjunto listado de manzanos seleccionados)

POBLACIÓN EMPADRONADA POR SEXO, SEGÚN GRUPO DE EDAD			
Grupos de edad	Total	Hombres	Mujeres
Total	53 995	25 894	28 101
0-3	5 189	2 652	2 537
4-5	2 441	1 227	1 214
6-19	17 810	8 973	8 837
20-39	17 628	8 272	9 356
40-59	7 327	3 322	4 005
60 y más	3 600	1 448	2 152
Población de 18 años y más (población en edad de votar)	31 240	14 362	16 878
Población femenina de 15-49 años en edad fértil	15 220		15 220
Población en viviendas particulares	52 986	25 277	27 709
Población en viviendas colectivas	938	582	356
Población sin vivienda en tránsito	40	21	19
Población empadronada que vive en la calle	31	14	17
Población empadronada inscrita en el Registro Cívico	53 461	25 618	27 843
Población empadronada que tiene Cédula de Identidad	41 108	19 363	21 745
POBLACIÓN EMPADRONADA POR SEXO, SEGÚN IDIOMA EN EL QUE APRENDIÓ A HABLAR(1)			
Idioma	Total	Hombres	Mujeres
Total	48 730	23 213	25 517
Castellano	30 803	14 959	15 844
Quechua	16 989	7 777	9 212
Aymara	386	213	173
Guarani	29	15	14
Otros idiomas oficiales	11	5	6
Otros idiomas	0	0	0
Idioma extranjero	40	21	19
No habla	37	18	19
Sin especificar	435	205	230
POBLACIÓN EMPADRONADA DE 6 A 19 AÑOS POR SEXO, SEGÚN ASISTENCIA ESCOLAR(1)			
Asistencia escolar	Total	Hombres	Mujeres
Total	17 794	8 968	8 826
Asiste	16 183	8 124	8 059
No asiste	1 444	757	687
Sin especificar	167	87	80

LUGAR DONDE ACUDE LA POBLACIÓN CUANDO TIENEN PROBLEMAS DE SALUD			
Salud	Total	Hombres	Mujeres
Caja de Salud (CNS, COSSMIL, u otras)	14 740	6 943	7 797
Seguro de salud privado	6 902	3 320	3 582
Establecimientos de salud público	35 259	16 615	18 644
Establecimientos de salud privado	8 120	3 885	4 235
Médico tradicional	7 382	3 484	3 898
Soluciones caseras	28 185	13 097	15 088
La farmacia o se automédica	32 644	15 725	16 919
POBLACIÓN EMPADRONADA, POR SEXO, SEGÚN LUGAR DE NACIMIENTO Y RESIDENCIA HABITUAL			
Lugar de nacimiento	Total	Hombres	Mujeres
Total	53 995	25 894	28 101
Aquí	33 766	16 476	17 290
En otro lugar del país	19 704	9 157	10 547
En el exterior	525	261	264
Lugar de residencia habitual	Total	Hombres	Mujeres
Total	53 995	25 894	28 101
Aquí	52 978	25 378	27 600
En otro lugar del país	929	480	449
En el exterior	88	36	52
POBLACIÓN EMPADRONADA DE 10 AÑOS O MÁS DE EDAD, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA Y CATEGORÍA OCUPACIONAL(1)			
Sector económico	Total	Hombres	Mujeres
Total	20 454	11 615	8 839
Agricultura, ganadería, caza, pesca y silvicultura	715	463	252
Minería e Hidrocarburos	85	73	12
Industria manufacturera	2 153	1 356	797
Electricidad, gas, agua y desechos	56	55	1
Construcción	3 472	3 388	84
Comercio, transporte y almacenes	5 801	3 063	2 738
Otros servicios	6 806	2 546	4 260
Sin especificar	562	275	287
Descripciones incompletas	804	396	408
Categoría ocupacional	Total	Hombres	Mujeres
Total	20 454	11 615	8 839
Obrero/a o empleada/o	8 987	5 549	3 438
Trabajadora/or del hogar	542	8	534
Trabajadora/or por cuenta propia	7 809	4 416	3 393
Empleadora/or o socio/a	639	392	247
Trabajadora/or familiar o aprendiz sin remuneración	551	269	282
Cooperativa de producción/servicios	137	77	60
Sin especificar	1 789	904	885

FUENTE: Instituto Nacional de Estadística

DISTRITO 4. MUNICIPIO DE SUCRE



Distrito 4

Ficha Resumen Censo Población y Vivienda 2012

DEPARTAMENTO ESTADÍSTICO : CHUQUISACA
 PROVINCIA ESTADÍSTICA : OROPEZA
 MUNICIPIO ESTADÍSTICO : SUCRE
 MONTE CIUDAD : SUCRE
 MANZANO(S) : 414245229-A - 414254951-A - 414349423-A - 414363212-A - 414416088-A (Adjunto listado de manzanos seleccionados)

POBLACIÓN EMPADRONADA POR SEXO, SEGÚN GRUPO DE EDAD			
Grupos de edad	Total	Hombres	Mujeres
Total	26 960	13 027	13 933
0-3	2 299	1 163	1 136
4-5	1 114	546	568
6-19	8 314	4 249	4 065
20-39	9 403	4 521	4 882
40-59	3 789	1 678	2 111
60 y más	2 041	870	1 171
Población de 18 años y más (población en edad de votar)	16 783	7 924	8 859
Población femenina de 15-49 años en edad fértil	7 857		7 857
Población en viviendas particulares	25 775	12 250	13 525
Población en viviendas colectivas	1 161	763	398
Población sin vivienda en tránsito	19	10	9
Población sin vivienda que vive en la calle	5	4	1
Población empadronada inscrita en el Registro Cívico	26 713	12 889	13 824
Población empadronada que tiene Cédula de Identidad	21 583	10 276	11 307
POBLACIÓN EMPADRONADA POR SEXO, SEGÚN IDIOMA EN EL QUE APRENDIÓ A HABLAR(1)			
Idioma	Total	Hombres	Mujeres
Total	24 588	11 838	12 750
Castellano	18 010	8 818	9 192
Quechua	6 015	2 721	3 294
Aymara	116	65	51
Guaraní	18	9	9
Otros idiomas oficiales	8	6	2
Otros idiomas	0	0	0
Idioma extranjero	43	29	14
No habla	35	22	13
Sin especificar	343	168	175
POBLACIÓN EMPADRONADA DE 6 A 19 AÑOS POR SEXO, SEGÚN ASISTENCIA ESCOLAR(1)			
Asistencia escolar	Total	Hombres	Mujeres
Total	8 303	4 243	4 060
Asiste	7 494	3 764	3 730
No asiste	728	435	293
Sin especificar	81	44	37

LUGAR DONDE ACUDE LA POBLACIÓN CUANDO TIENEN PROBLEMAS DE SALUD			
Salud	Total	Hombres	Mujeres
Caja de Salud (CNS, COSSMIL, u otras)	9 188	4 304	4 884
Seguro de salud privado	4 125	2 020	2 105
Establecimientos de salud público	15 884	7 471	8 413
Establecimientos de salud privado	4 484	2 144	2 340
Médico tradicional	3 131	1 477	1 654
Soluciones caseras	13 305	6 125	7 180
La farmacia o se automédica	15 001	7 150	7 851
POBLACIÓN EMPADRONADA, POR SEXO, SEGÚN LUGAR DE NACIMIENTO Y RESIDENCIA HABITUAL			
Lugar de nacimiento	Total	Hombres	Mujeres
Total	26 960	13 027	13 933
Aquí	18 769	8 965	9 803
En otro lugar del país	7 798	3 855	3 943
En el exterior	393	206	187
Lugar de residencia habitual	Total	Hombres	Mujeres
Total	26 960	13 027	13 933
Aquí	26 485	12 808	13 677
En otro lugar del país	399	191	208
En el exterior	76	28	48
POBLACIÓN EMPADRONADA DE 10 AÑOS O MÁS DE EDAD, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA Y CATEGORÍA OCUPACIONAL(1)			
Sector económico	Total	Hombres	Mujeres
Total	10 275	5 603	4 672
Agricultura, ganadería, caza, pesca y silvicultura	386	249	137
Minería e hidrocarburos	36	29	7
Industria manufacturera	831	518	313
Electricidad, gas, agua y desechos	39	32	7
Construcción	1 476	1 439	37
Comercio, transporte y almacenes	2 611	1 245	1 366
Otros servicios	3 973	1 622	2 351
Sin especificar	398	207	191
Descripciones incompletas	525	262	263
Categoría ocupacional	Total	Hombres	Mujeres
Total	10 275	5 603	4 672
Obrero/a o empleado/a	4 918	2 914	2 004
Trabajador/a del hogar	269	4	265
Trabajador/a por cuenta propia	3 439	1 842	1 597
Empleador/a o socio/a	322	192	130
Trabajador/a familiar o aprendiz sin remuneración	260	129	131
Cooperativa de producción/servicios	74	41	33
Sin especificar	993	481	512

FUENTE: Instituto Nacional de Estadística

DISTRITO 5. MUNICIPIO DE SUCRE

Districto 5



Ficha Resumen Censo Población y Vivienda 2012

DEPARTAMENTO ESTADÍSTICO : CHUQUISACA
 PROVINCIA ESTADÍSTICA : OROPEZA
 MUNICIPIO ESTADÍSTICO : SUCRE
 NOMBRE CIUDAD : SUCRE
 MANZANO(S) : 414747928-A - 414772327-A - 414772543-A - 414818516-A - 414822780-A (Adjunto listado de manzanos seleccionados)

POBLACIÓN EMPADRONADA POR SEXO, SEGÚN GRUPO DE EDAD			
Grupos de edad	Total	Hombres	Mujeres
Total	29 125	13 720	15 405
0-3	2 384	1 199	1 185
4-5	1 135	592	543
6-19	9 145	4 478	4 667
20-39	10 235	4 782	5 453
40-59	4 211	1 858	2 353
60 y más	2 015	811	1 204
Población de 18 años y más (población en edad de votar)	17 966	8 143	9 823
Población femenina de 15-49 años en edad fértil	8 816		8 816
Población en viviendas particulares	28 723	13 487	15 236
Población en viviendas colectivas	392	227	165
Población sin vivienda en tránsito	9	5	4
Población sin vivienda que vive en la calle	1	1	0
Población empadronada inscrita en el Registro Cívico	28 920	13 617	15 303
Población empadronada que tiene Cédula de Identidad	23 824	11 051	12 773
POBLACIÓN EMPADRONADA POR SEXO, SEGÚN IDIOMA EN EL QUE APRENDIÓ A HABLAR(1)			
Idioma	Total	Hombres	Mujeres
Total	26 697	12 498	14 199
Castellano	18 381	8 796	9 585
Quechua	7 829	3 472	4 357
Aymara	70	42	28
Guaraní	27	10	17
Otros idiomas oficiales	11	10	1
Otros idiomas	0	0	0
Idioma extranjero	46	18	28
No habla	33	17	16
Sin especificar	300	133	167
POBLACIÓN EMPADRONADA DE 6 A 19 AÑOS POR SEXO, SEGÚN ASISTENCIA ESCOLAR(1)			
Asistencia escolar	Total	Hombres	Mujeres
Total	9 140	4 478	4 662
Asiste	8 284	4 060	4 224
No asiste	768	373	395
Sin especificar	88	45	43

LUGAR DONDE ACUDE LA POBLACIÓN CUA WHO TIENEN PROBLEMAS DE SALUD			
Salud	Total	Hombres	Mujeres
Caja de Salud (CNS, COSSMIL, u otras)	8 759	4 011	4 748
Seguro de salud privado	4 402	2 108	2 294
Establecimientos de salud público	19 138	8 877	10 261
Establecimientos de salud privado	5 305	2 491	2 814
Médico tradicional	4 577	2 112	2 465
Soluciones caseras	16 274	7 468	8 806
La farmacia o se automedica	18 873	8 950	9 923
POBLACIÓN EMPADRONADA, POR SEXO, SEGÚN LUGAR DE NACIMIENTO Y RESIDENCIA HABITUAL			
Lugar de nacimiento	Total	Hombres	Mujeres
Total	29 125	13 720	15 405
Aquí	20 420	9 774	10 646
En otro lugar del país	8 364	3 780	4 584
En el exterior	341	166	175
Lugar de residencia habitual			
Lugar de residencia habitual	Total	Hombres	Mujeres
Total	29 125	13 720	15 405
Aquí	28 781	13 543	15 238
En otro lugar del país	297	152	145
En el exterior	47	25	22
POBLACIÓN EMPADRONADA DE 10 AÑOS O MÁS DE EDAD, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA Y CATEGORÍA OCUPACIONAL(1)			
Sector económico	Total	Hombres	Mujeres
Total	11 811	6 434	5 377
Agricultura, ganadería, caza, pesca y silvicultura	339	250	89
Minería e Hidrocarburos	36	31	5
Industria manufacturera	1 188	701	487
Electricidad, gas, agua y desechos	28	26	2
Construcción	1 761	1 712	49
Comercio, transporte y almacenes	3 355	1 849	1 506
Otros servicios	4 230	1 465	2 765
Sin especificar	338	150	188
Descripciones incompletas	536	250	286
Categoría ocupacional			
Categoría ocupacional	Total	Hombres	Mujeres
Total	11 811	6 434	5 377
Obrero/a o empleado/a	5 724	3 366	2 358
Trabajador/a del hogar	410	4	406
Trabajador/a por cuenta propia	4 052	2 258	1 794
Empleador/a o socio/a	381	251	130
Trabajador/a familiar o aprendiz sin remuneración	274	127	147
Cooperativa de producción/servicios	60	29	31
Sin especificar	910	399	511

FUENTE: Instituto Nacional de Estadística

ANEXO 6. PRECIOS DE PRODUCTOS FRESCOS SEGÚN (INE, 2017)

MESES	PRECIO EN (BS.) DE PRODUCTOS FRESCOS				
	Papa (@)	Plátano (dna.)	Cebolla (@)	Tomate (@)	Zanahoria (@)
enero	57,58	4,00	24,00	29,32	19,16
febrero	50,42	4,00	28,16	35,52	21,00
marzo	52,33	4,00	27,16	38,52	22,32
abril	50,67	5,00	24,32	37,84	20,32
mayo	48,00	5,00	21,84	32,16	19,32
junio	46,17	5,00	24,68	30,84	20,32
julio	45,67	5,00	28,68	34,00	20,32
agosto	52,00	5,00	28,32	38,16	18,32
septiembre	51,83	5,00	25,32	41,68	19,32
octubre	49,75	4,00	21,32	42,00	19,00
noviembre	46,50	4,00	21,68	39,68	20,00
diciembre	46,25	4,00	23,84	35,52	19,32

ANEXO 7. UNIDADES PRODUCTIVAS ECOLÓGICAS SEGÚN (AUP, 2017)

UNIDADES PRODUCTIVAS DE (AUP)	
Total de unidades ecológicas	628
Con certificación	326
Con certificación en transición 1	2
Con certificación en transición 2	52

ANEXO 8. DATOS DEL INE 2012-2020, LA PROYECCIÓN DE POBLACIÓN DEL MUNICIPIO DE SUCRE

DEPARTAMENTO Y MUNICIPIO	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
BOLIVIA	10.351.118	10.507.789	10.665.841	10.825.013	10.985.059	11.145.770	11.307.314	11.469.896	11.633.371
CHUQUISACA	596.470	601.267	606.132	611.068	616.073	621.148	626.318	631.608	637.013
Oropeza									
Sucre	266.843	270.319	273.843	277.374	280.932	284.536	288.122	291.819	295.476
Yotala	9.751	9.778	9.823	9.851	9.889	9.920	9.950	9.981	10.017
Poroma	17.881	18.011	18.139	18.271	18.403	18.534	18.670	18.804	18.947
Azurduy									
Azurduy	10.995	10.989	10.981	10.974	10.969	10.962	10.956	10.949	10.948
Tarvita	14.722	14.706	14.697	14.692	14.683	14.682	14.683	14.685	14.688
Zudañez									
Zudañez	11.669	11.764	11.855	11.952	12.046	12.145	12.247	12.351	12.467
Presto	12.704	12.866	13.035	13.199	13.370	13.542	13.723	13.901	14.088
Mojocoya	8.314	8.337	8.350	8.359	8.374	8.379	8.399	8.404	8.421
Isla	8.037	8.002	7.968	7.931	7.904	7.876	7.839	7.809	7.777
Tomina									
Padilla	10.686	10.718	10.755	10.801	10.841	10.902	10.952	11.008	11.067
Tomina	8.770	8.763	8.756	8.747	8.743	8.742	8.735	8.726	8.727
Sopachuy	7.525	7.554	7.592	7.627	7.674	7.716	7.765	7.814	7.870
Villa Alcalá	5.052	5.075	5.095	5.122	5.138	5.153	5.172	5.179	5.196
El Villar	4.605	4.607	4.615	4.619	4.624	4.623	4.624	4.638	4.644

ANEXO 9. PROYECCIÓN DE LA TAZA DE MIGRACIÓN DEL MUNICIPIO DE SUCRE SEGÚN EL INE 2012-2020

Año	Población a mitad de año	Tasa de crecimiento exponencial (%)	Indicadores Demográficos									
			Nacimientos	Tasa Bruta de Natalidad	Defunciones	Tasa Bruta de Mortalidad	Migración Internacional Neta		Migración Interna Neta		Migración Total Neta	
							Migrantes	Tasa	Migrantes	Tasa	Migrantes	Tasa
2012	596.470		14.705	24,65	4.272	7,16	-2.513	-4,21	-3.157	-5,29	-5.670,0	-9,5
2013	601.267	0,80	14.594	24,27	4.222	7,02	-2.398	-3,99	-3.145	-5,23	-5.543,0	-9,2
2014	606.132	0,81	14.493	23,91	4.179	6,89	-2.282	-3,76	-3.131	-5,17	-5.413,0	-8,9
2015	611.068	0,81	14.399	23,56	4.143	6,78	-2.167	-3,55	-3.119	-5,10	-5.286,0	-8,7
2016	616.073	0,82	14.309	23,23	4.109	6,67	-2.052	-3,33	-3.107	-5,04	-5.159,0	-8,4
2017	621.148	0,82	14.221	22,89	4.082	6,57	-1.937	-3,12	-3.094	-4,98	-5.031,0	-8,1
2018	626.318	0,83	14.198	22,67	4.064	6,49	-1.822	-2,91	-3.081	-4,92	-4.903,0	-7,8
2019	631.608	0,84	14.174	22,44	4.049	6,41	-1.706	-2,70	-3.069	-4,86	-4.775,0	-7,6
2020	637.013	0,85	14.147	22,21	4.038	6,34	-1.591	-2,50	-3.056	-4,80	-4.647,0	-7,3

ANEXO 10. VIABILIDAD AMBIENTAL EN BASE A LA NORMA TÉCNICA NACIONAL (SPG)

Artículos	Descripción textual de la Norma	Aportes de la investigación
Art. 2	<p>Inciso:</p> <p>b) Incentivar el autoconsumo.</p>	<p>b) La investigación ha identificado el autoconsumo debido a la inclusión de los productos ecológicos en la dieta de los clientes y productores, comercializadores.</p>
Art. 4	<p>Definiciones:</p> <p>12. Producto ecológico, identificable por el sello nacional de garantía.</p> <p>13. Producto en transición, producto transformado o no transformado que cuenta con garantía de un SPG.</p>	<p>12. Los productos ecológicos son identificados por medio de un sello ecológico SPG, ya que el 65,5% de los clientes identifican el producto mediante el sello ecológico.</p> <p>13. Se ha reconocido que los productos ecológicos brindan confianza en la población del municipio de Sucre, porque el 39% de los productores/comercializadores cuentan con certificación SPG.</p>
Art. 5	<p>Son principios de la producción ecológica:</p> <p>1, Reciprocidad y respeto a la Madre Tierra o Naturaleza; interacción armónica entre los sistemas productivos y ciclos naturales respetando la vida.</p>	<p>1. Los productores/comercializadores han cambiado su percepción a una producción ecológica, revalorizan los saberes locales en la producción utilizando abonos naturales lo que protege el Medio Ambiente.</p>
Art. 6	<p>Inciso:</p> <p>b) La dimensión ambiental; Los criterios que corresponden a esta dimensión se refieren al manejo del suelo y del agua.</p>	<p>b) Los productores realizan un manejo adecuado del suelo incorporando abonos orgánicos y no químico-sintéticos, también realizan cosechas de agua de lluvia en estanques de almacenamiento dotados por el proyecto AUP de la FAO, de esta forma contribuyen al Medio Ambiente evitando su degeneración.</p>

**ANEXO 11. CARACTERIZACIÓN DEL CONTEXTO DE LA PRODUCCIÓN ECOLÓGICA
EN LOS DISTRITOS 1-5 DEL MUNICIPIO DE SUCRE**

Categorías	Descripción	Alcances de la investigación en cumplimiento al objetivo específico 1 planteado
Producción	Saberes locales.	1. Los productores cambian sus sistemas de producción revalorizando los saberes locales, bajo un sistema de producción ecológica para contribuir a la salud del Medio Ambiente y la salud humana.
Recursos Naturales	Manejo del suelo, agua.	1. La producción ecológica respeta los recursos naturales por lo que existen buenas prácticas agrícolas reduciendo el impacto ambiental negativo que provocan los procesos productivos convencionales. El 77,6% de clientes adquieren productos ecológicos frescos por su salud y la del Medio Ambiente, y el 39% de productores/comercializadores realiza la venta de productos ecológicos frescos para contribuir a la salud Ambiental y del ser humano.
Políticas públicas	Leyes. Proyectos.	1. Se presenta un grado de cumplimiento dentro de la Norma Técnica Nacional SPG, ya que el 39% de productores/comercializadores cuenta con el sello ecológico del SPG. 2. El principal proyecto en contribución a la producción y comercialización de productos ecológicos frescos es el de Agricultura Urbana y Periurbana AUP, por parte de la FAO.
Generación de valor agregado	Certificación SPG.	1. El sello ecológico SPG, en la producción y comercialización de los productos ecológicos frescos brinda confianza en los consumidores para su adquisición. El 65,5% de los clientes identifican el sello ecológico para su adquisición; y el 39% de los productores/comercializadores cuenta con sello SPG, y el 61% están en proceso de certificación.

Categorías	Descripción	Alcances de la investigación en cumplimiento al objetivo específico 1 planteado
Desarrollo de mercados	Espacios especializados. Ferias ecológicas. Mercados Verdes.	1. La comercialización de productos ecológicos frescos se la realiza por diferentes canales de distribución, pero se establece que el 71,3% de los clientes adquiere productos ecológicos frescos en una Feria Ecológica, el 53,7% de los productores/comercializadores realizan sus ventas de productos ecológicos frescos en una Feria Ecológica.

ANEXO 12. FOTOGRAFÍAS DE LA INVESTIGACIÓN

FOTO 1. FERIA PRODUCTOS ECOLÓGICOS EX ESTACIÓN



FOTO 2. ENCUESTA A PRODUCTOR/COMERCIALIZADOR



FOTO 3. FERIA DE MERCADOS VERDES



FOTO 4. COMERCIANTE DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS FRESCOS



FOTO 5. CENTRO DE VENTA DE PRODUCTOS LIMPIOS



FOTO 6. CLIENTES QUE ADQUIEREN PRODUCTOS SANOS



FOTO 7. COMERCIALIZADOR ENSEÑANDO SU PRODUCTO



FOTO 8. FERIA DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS SUMAQ PUQUY

