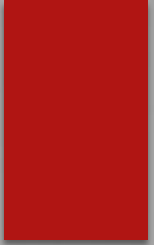




**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y**  
**ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE**  
**EMPRESAS**



## **UNIDAD 2.- ESTUDIO SITUACIONAL**

2.1. Procedimientos del Estudio Situacional

2.2. Técnicas e Instrumentos

2.3. Factores Internos y Externos que intervienen en las Cadenas Productivas

## 2. ESTUDIO SITUACIONAL

### 2.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

#### 2.2.2. Instrumentos



**MARCO ORIENTADOR**

Define y diseña las herramientas que les permitirán recolectar la

información necesaria para el análisis de la cadena seleccionada y cumplir con el objetivo. Las

herramientas deben ser fáciles de aplicar y adecuadas al tipo de actores/as de quienes se necesita

recoger información.

# 2. ESTUDIO SITUACIONAL

## 2.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

### 2.2.2. Instrumentos

| Temas                            | Herramientas de recolección propuestas                                                                                                                                                                                                                         |
|----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Historia y dinámicas sociales    | <ul style="list-style-type: none"><li>• Matriz histórica.</li></ul>                                                                                                                                                                                            |
| Uso de recursos naturales        | <ul style="list-style-type: none"><li>• Mapa parlante.</li><li>• Matriz de caracterización de recursos.</li></ul>                                                                                                                                              |
| Actores/as directos e indirectos | <ul style="list-style-type: none"><li>• Inventario de actores/as (directos e indirectos).</li><li>• Matrices de caracterización de actores/as (directos e indirectos).</li><li>• Itinerario técnico.</li></ul>                                                 |
| Relaciones entre actores/as      | <ul style="list-style-type: none"><li>• Matriz de relaciones.</li><li>• Matriz de caracterización de espacios colectivos.</li><li>• Flujo de relaciones.</li><li>• Matriz de análisis de equidad en las relaciones.</li><li>• Matriz de competencia.</li></ul> |
| Actores externos                 | <ul style="list-style-type: none"><li>• Diagrama de competencia.</li><li>• Matriz de políticas.</li><li>• Matriz de mercados.</li></ul>                                                                                                                        |
| Demanda y mercados               | <ul style="list-style-type: none"><li>• Matriz de precios.</li><li>• Mapeo de mercados y proveedores.</li><li>• Diagrama histórico de precios.</li><li>• Perfil de consumidores.</li></ul>                                                                     |

Para recuperar información del eslabón de productores, se recomienda usar herramientas que pueden

aplicarse en talleres participativos, para promover el diálogo, debate y consenso entre los participantes.

Para la recolección de información desde los actores/as de los eslabones de comercialización,

puede resultar más viable utilizar herramientas que son fáciles y rápidas, como entrevistas y/o paneles.

La

## 2. ESTUDIO SITUACIONAL

### 2.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

#### 1. HISTORIA DE LA CADENA

| Tema                  | Aspectos a investigar                                                                                                                                                                                                                    | Propuesta de herramientas de recolección                           |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| Historia de la Cadena | <ul style="list-style-type: none"><li>• Eventos que afectaron positiva y negativamente a la cadena.</li><li>• Cambios en el contexto local en aspectos económicos, políticos, sociales, productivos, ambientales y culturales.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Matriz histórica</li></ul> |

## 2. ESTUDIO SITUACIONAL

### 2.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

#### 1. HISTORIA DE LA CADENA



##### Matriz Histórica de la Cadena.

Esta herramienta se construye en un taller participativo con un grupo heterogéneo de productores. Se utiliza la técnica de la lluvia de ideas. La facilitación de la matriz histórica debería estar a cargo de un miembro del equipo de trabajo quien conduce un recuento cronológico de eventos y facilita un debate acerca del efecto de los mismos sobre la cadena y sus actores/as.

La información histórica debe ser complementada por los demás actores/as de la cadena, a través de entrevistas. Trabajar sobre esta herramienta lleva entre 2 y 3 horas, según la complejidad de la cadena. A continuación se presenta el formato sobre el cual se construye la historia de la cadena:

| Año | Evento | Cómo afectó a la cadena |
|-----|--------|-------------------------|
|     |        |                         |
|     |        |                         |
|     |        |                         |
|     |        |                         |

## 2. ESTUDIO SITUACIONAL

### 2.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

### 2. USO DE RECURSOS NATURALES

| Tema                      | Aspectos a investigar                                                                                                                                                                                                            | Propuesta de herramientas de recolección                                                                        |
|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Uso de recursos naturales | <ul style="list-style-type: none"><li>• Agua y Suelo: Calidad, disponibilidad y acceso.</li><li>• Clima: temperatura, humedad, riesgos climáticos.</li><li>• Consecuencias del uso de recursos para el medio ambiente.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Mapa parlante</li><li>• Matriz de caracterización de recursos</li></ul> |



#### Mapa Parlante.

Es una herramienta gráfica, muy utilizada en el Diagnóstico Rural Participativo, que permite visualizar la disponibilidad y características de los recursos y actores/as, en un determinado territorio. Se elabora en un taller participativo con todos los actores/as; si no es posible la presencia de comerciantes, la información debería complementarse mediante entrevistas. Su construcción implica entre 2 y 3 horas de trabajo de grupos. Es importante que quien facilita tenga claridad sobre la información que se requiere obtener de este gráfico y plantee preguntas específicas sobre los temas a abordar.

## 2. ESTUDIO SITUACIONAL

### 2.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

### 2. USO DE RECURSOS NATURALES

#### Matriz de Caracterización de Recursos.

Se aplica de manera similar que el Mapa Parlante, con la diferencia de que esta herramienta no es gráfica. Para una mejor aplicación, es importante definir con el grupo de actores/as, los espacios que son similares en términos de recursos y que constituirían parte del mismo ámbito; con esta delimitación clara se puede nombrar cada zona. Tanto la denominación de las zonas como el número de zonas establecidas puede variar, según las características del territorio y de la cadena. El siguiente es el formato utilizado como base para la construcción de esta herramienta en el caso de productos agrícola.

| Aspecto                                   | Zona Alta | Zona Media | Zona Baja |
|-------------------------------------------|-----------|------------|-----------|
| Rangos de altitud (msnm).                 |           |            |           |
| Centros poblados (comunidades, distrito). |           |            |           |
| Estaciones / Épocas de lluvia y sequía.   |           |            |           |
| Temperaturas (promedio).                  |           |            |           |
| Riesgos climáticos principales.           |           |            |           |
| Fuentes de agua.                          |           |            |           |
| Calidad de agua.                          |           |            |           |
| Distribución de agua.                     |           |            |           |
| Uso de agua.                              |           |            |           |
| Tipo de suelo.                            |           |            |           |
| Tierra con aptitud agrícola.              |           |            |           |
| Tierra con riego.                         |           |            |           |
| Cultivos y crianzas predominantes.        |           |            |           |
| Consecuencias del uso de recursos.        |           |            |           |

## 2. ESTUDIO SITUACIONAL

### 2.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

### 3. ACTORES

| Tema       |                       | Aspectos a investigar                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Propuesta de herramientas de recolección                                                                                                                                            |
|------------|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Actores/as | Actores/as directos   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificación (Quiénes son?).</li> <li>• Actividades (¿Qué hacen?).</li> <li>• Estrategia (¿Cómo lo hacen?).</li> <li>• Riesgos (¿Cómo los manejan?).</li> <li>• Equidad (Acceso y Control).</li> <li>• Cultura.</li> <li>• Organización.</li> <li>• Resultados económicos.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inventario de actores/as (directos e indirectos).</li> <li>• Matrices de caracterización de actores/as (directos e indirectos).</li> </ul> |
|            | Actores/as indirectos | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de actor/a.</li> <li>• Tipo de servicios.</li> <li>• Ubicación.</li> <li>• Clientes.</li> <li>• Modalidad de prestación de servicios.</li> <li>• Requisitos.</li> <li>• Capacidad de atención.</li> <li>• Calidad del servicio.</li> <li>• Riesgos.</li> </ul>                     |                                                                                                                                                                                     |

# 2. ESTUDIO SITUACIONAL

## 2.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

### 3. ACTORES

● **Identificación (¿Quiénes son?):** Se establece quiénes son los actores/as directos que intervienen en cada eslabón y sus características individuales principales: hombre, mujer, idioma, etc.

● **Actividades del actor/a (¿Qué hace?):** Se describen las actividades económicas principales y secundarias que realiza cada actor/a, no sólo en relación con la cadena de estudio, sino en base del conjunto de sus actividades económicas.

● **Estrategia (¿Cómo lo hace?):** Se describe el tipo de tecnología que emplea cada actor/a para la actividad que realiza en torno a la cadena de estudio y los recursos que utiliza en esta actividad (agua, tierra, capital, tecnología, mano de obra). Además, se analizan los servicios que recibe y las condiciones en las que accede a estos servicios.

● **Riesgos (¿Cómo maneja sus riesgos?):** Se describe cuáles son los principales riesgos que cada actor/a tiene que asumir para desarrollar las actividades que tienen que ver con el producto de análisis. También interesa conocer cómo maneja estos riesgos.

● **Equidad (¿Cómo accede y toma decisiones?):** Se describen las condiciones de acceso y mecanismos de toma de decisiones de los actores/as sobre los recursos (agua, tierra, capital, tecnología, mano de obra), utilizados en su actividad dentro de la cadena de análisis.

● **Cultura (¿Qué costumbres tiene?):** Se trata de conocer las tradiciones, costumbres y otros aspectos culturales que pueden afectar el desempeño de cada actor/a en la cadena.

● **Organización:** Indicar el nivel de organización, tipo, estructura, rol, capacidades y experiencias de la (o las) organización(es) a las que pertenecen los actores/as, que sean relevantes para la cadena.

● **Resultados económicos:** Se establecen: volúmenes, costos, ingresos y beneficios que tienen los actores/as como resultado de la actividad relacionada a la cadena de estudio.

## 2. ESTUDIO SITUACIONAL

### 2.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

#### 4. ACTORES

Las herramientas que se presentan a continuación se construyen en plenaria con los actores/as, dentro de un taller participativo. Se utiliza la técnica de la lluvia de ideas. Para el caso específico de los comerciantes e industriales, quienes generalmente no suelen participar en estos talleres, es preciso recoger la información mediante entrevistas. Trabajar cada una de estas herramientas

#### Matriz de Inventario de actores/as directos e indirectos.

| Eslabón          | Actores/as | Tipo    |           | Ubicación |
|------------------|------------|---------|-----------|-----------|
|                  |            | Directo | Indirecto |           |
| Producción       |            |         |           |           |
|                  |            |         |           |           |
|                  |            |         |           |           |
| Transformación   |            |         |           |           |
|                  |            |         |           |           |
|                  |            |         |           |           |
| Comercialización |            |         |           |           |
|                  |            |         |           |           |
|                  |            |         |           |           |
| Consumo          |            |         |           |           |
|                  |            |         |           |           |
|                  |            |         |           |           |

## 2. ESTUDIO SITUACIONAL

### 2.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

#### 4. ACTORES

**Matriz de caracterización de actores/as directos.**

| Características                                                                           | Eslabón    |                |                  |         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|------------|----------------|------------------|---------|
|                                                                                           | Producción | Transformación | Comercialización | Consumo |
| <b>Actores/as.</b><br>¿Quiénes son?                                                       |            |                |                  |         |
| <b>Actividades</b><br>¿Qué hace?                                                          |            |                |                  |         |
| <b>Estrategia.</b><br>¿Cómo lo hace?                                                      |            |                |                  |         |
| <b>Riesgos.</b><br>¿Cómo maneja sus riesgos?                                              |            |                |                  |         |
| <b>Equidad.</b><br>¿Cómo es su acceso y cómo toma decisiones sobre recursos y beneficios? |            |                |                  |         |
| <b>Cultura.</b><br>¿Qué costumbres tiene?                                                 |            |                |                  |         |
| <b>Organización.</b><br>¿Cómo es su organización?                                         |            |                |                  |         |
| <b>Resultados económicos.</b><br>¿Qué resultados tiene?                                   |            |                |                  |         |

## 2. ESTUDIO SITUACIONAL

### 2.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

#### 4. ACTORES

Matriz de caracterización de actores/as indirectos.

| Características                                                                      | Eslabón    |                |                  |         |
|--------------------------------------------------------------------------------------|------------|----------------|------------------|---------|
|                                                                                      | Producción | Transformación | Comercialización | Consumo |
| <b>Actores/as.</b><br>¿Quiénes son?.                                                 |            |                |                  |         |
| <b>Tipo.</b><br>¿Qué naturaleza tiene?.                                              |            |                |                  |         |
| <b>Actividades.</b><br>¿Qué servicio / insumo oferta?.                               |            |                |                  |         |
| <b>Clientes.</b><br>¿Quiénes son sus clientes?.                                      |            |                |                  |         |
| <b>Estrategia.</b><br>¿Qué modalidad aplica para ofertar sus servicios / insumos?.   |            |                |                  |         |
| <b>Riesgos.</b><br>¿Qué riesgos asume y cómo los maneja?.                            |            |                |                  |         |
| <b>Requisitos.</b><br>¿Qué requisitos exige para acceder a sus servicios / insumos?. |            |                |                  |         |
| <b>Cobertura.</b><br>¿Qué capacidad de atención tiene?.                              |            |                |                  |         |
| <b>Calidad.</b><br>¿Qué calidad tienen sus servicios / insumos?.                     |            |                |                  |         |
| <b>Resultados económicos.</b><br>¿Qué costos tiene su servicio / insumo?.            |            |                |                  |         |

## 2. ESTUDIO SITUACIONAL

### 2.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

#### 4. ACTORES



##### Matriz de itinerario técnico.

Esta matriz, como la mayoría de las que se proponen, se construye para todos los eslabones a través de entrevistas y trabajos grupales con actores/as clave. Cuando se trabaja con grupos focales en talleres participativos, es importante conformar estos por eslabones; cada grupo trabaja el itinerario técnico que rige su actividad. La aplicación de esta herramienta suele tomar entre 1,5 y 2 horas.

| Actividades                          | Épocas del año | ¿Para qué se hace? | ¿Por qué se hace? | ¿Cómo se hace? |
|--------------------------------------|----------------|--------------------|-------------------|----------------|
| Preparación del terreno              |                |                    |                   |                |
| Siembra                              |                |                    |                   |                |
| Fertilización                        |                |                    |                   |                |
| Tratamientos fitosanitarios          |                |                    |                   |                |
| Contratación de mano de obra externa |                |                    |                   |                |
| Compra de insumos                    |                |                    |                   |                |
| Cosecha                              |                |                    |                   |                |
| Poscosecha                           |                |                    |                   |                |
| Otros...                             |                |                    |                   |                |

## 2. ESTUDIO SITUACIONAL

### 2.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

#### 4. ACTORES

| Tema                        |                             | Aspectos a investigar                                                                                                                                                                                                                                                             | Propuesta de herramientas de recolección                                                                                                                                                                                      |
|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Relaciones entre actores/as | Relaciones entre individuos | <ul style="list-style-type: none"><li>● Frecuencia.</li><li>● Formalidad.</li><li>● Poder de negociación.</li><li>● Modalidad de pago.</li><li>● Distribución de beneficios.</li><li>● Afinidades y conflictos sociales.</li><li>● Semejanzas y diferencias culturales.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>● Matriz de relaciones.</li><li>● Matriz de caracterización de espacios colectivos.</li><li>● Flujo de relaciones.</li><li>● Matriz de análisis de equidad en las relaciones.</li></ul> |
|                             | Relaciones colectivas       | <ul style="list-style-type: none"><li>● Espacios y alianzas existentes.</li><li>● Características.</li><li>● Participación en espacios alianzas.</li></ul>                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                               |

## 2. ESTUDIO SITUACIONAL

### 2.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

#### 4. ACTORES

##### Matriz de relaciones entre actores/as.

Esta herramienta se construye en trabajos grupales con actores/as específicos o mediante entrevistas semiestructuradas. En caso de aplicar la herramienta en un taller participativo, se utiliza la técnica de la lluvia de ideas. Para el caso específico de los comerciantes e industriales, quienes generalmente no suelen participar en talleres, es preciso recoger la información mediante entrevistas. Trabajar esta herramienta lleva entre 1 y 2 horas, según la complejidad de la cadena. El siguiente formato facilita la recolección de información sobre relaciones de los acopiadores locales y se adapta para los actores/as de los otros eslabones.

| Relaciones de los acopiadores locales            | Producción                  |                              | Acopio                  |                         |     |
|--------------------------------------------------|-----------------------------|------------------------------|-------------------------|-------------------------|-----|
|                                                  | Con productores organizados | Con productores individuales | Con acopiadores locales | Con acopiadores de Lima | ... |
| Frecuencia de la transacción                     |                             |                              |                         |                         |     |
| Formalidad de la transacción                     |                             |                              |                         |                         |     |
| Poder de negociación<br>¿Quién define el precio? |                             |                              |                         |                         |     |
| Modalidad de pago                                |                             |                              |                         |                         |     |
| Equidad<br>¿Quién tiene más beneficios?          |                             |                              |                         |                         |     |
| Afinidades y conflictos                          |                             |                              |                         |                         |     |
| Semejanzas y diferencias culturales              |                             |                              |                         |                         |     |
| Alianzas                                         |                             |                              |                         |                         |     |

## 2. ESTUDIO SITUACIONAL

### 2.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

#### 4. ACTORES

#### Matriz para Espacios Colectivos<sup>4</sup>.

Esta herramienta se construye mediante entrevistas a informantes clave. Trabajarla lleva entre 1 a 1,5 horas, obviamente el tiempo puede variar en función de la complejidad de la cadena.

| Nombre                       | Espacios Colectivos |   |   |
|------------------------------|---------------------|---|---|
|                              | A                   | B | C |
| Ubicación                    |                     |   |   |
| Objetivos                    |                     |   |   |
| ¿Quiénes participan?         |                     |   |   |
| ¿Cómo participan?            |                     |   |   |
| ¿Cómo influyen en la cadena? |                     |   |   |

## 2. ESTUDIO SITUACIONAL

### 2.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

#### 4. ACTORES



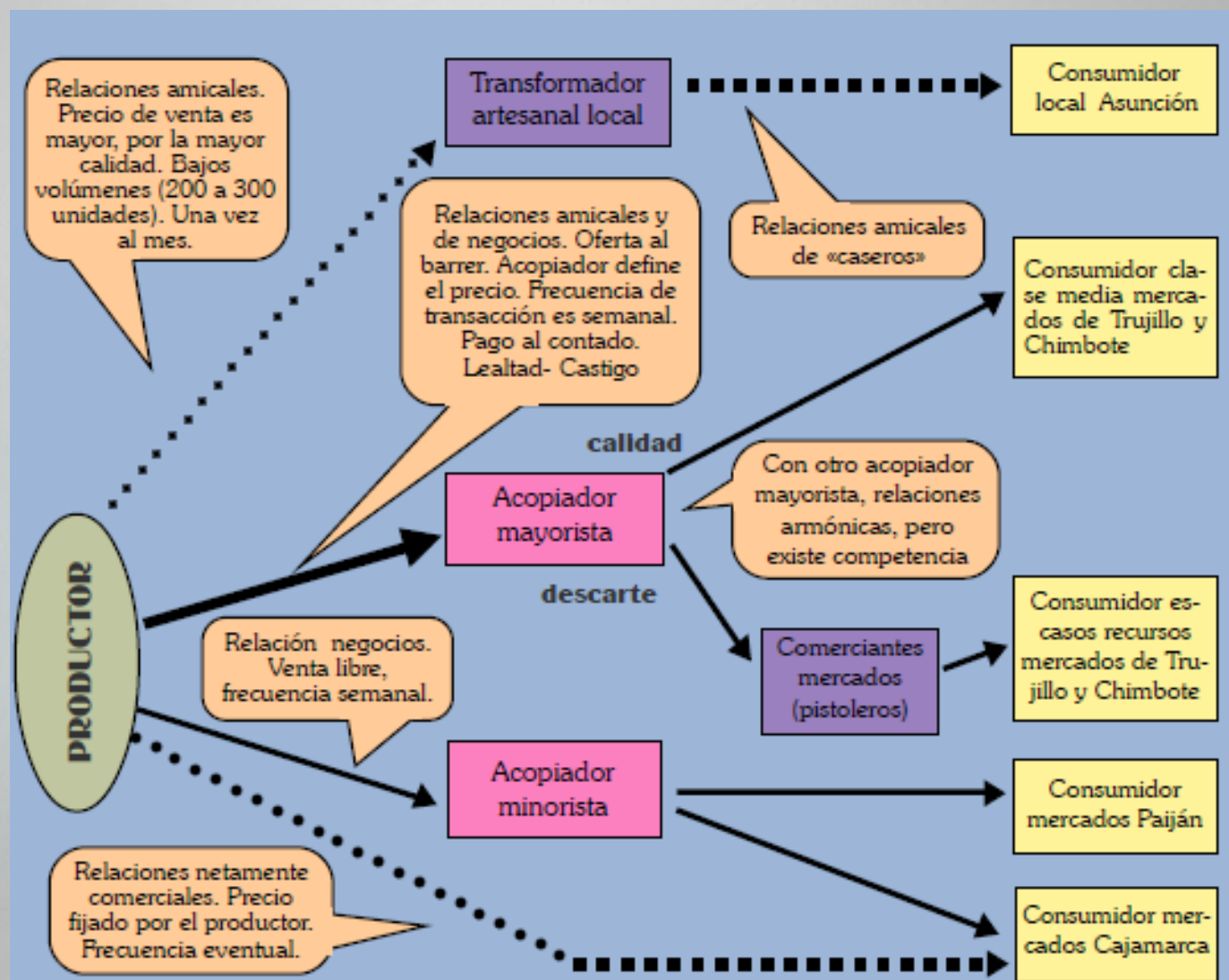
#### **Flujo de relaciones.**

Esta herramienta permite visualizar la información recogida en la matriz de relaciones, se puede construir en plenaria con los actores/as utilizando la técnica de la lluvia de ideas. También es posible construir el flujo mediante una reunión de síntesis del equipo de trabajo y de ciertos actores/as clave en gabinete, utilizando la información recogida desde los mismos actores/as; en este caso, es importante validar este flujo en un taller participativo. Trabajar un flujo lleva entre 1,5 a 2 horas según la información disponible y la complejidad de la cadena.

## 2. ESTUDIO SITUACIONAL

### 2.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

#### 4. ACTORES



## 2. ESTUDIO SITUACIONAL

### 2.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

### 5. FACTORES EXTERNOS

| Tema              | Aspectos a investigar                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Propuesta de herramientas de recolección                                                                                                |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Factores externos | <ul style="list-style-type: none"><li>● <b>Competencia regional y nacional:</b> volúmenes de producción, calidad, precios, costos, épocas de cosecha y de venta, estrategias comerciales, mercados, ventajas y perspectivas de desarrollo de la cadena.</li><li>● <b>Políticas nacionales e internacionales:</b> políticas de fomento a las inversiones, de fomento a las exportaciones, política arancelaria para la exportación, subsidios e incentivos para importación de insumos, control técnico sanitario y restricciones, acceso al mercado (a través de convenios bilaterales y multilaterales), cuotas de exportación.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>● Matriz de competencia</li><li>● Diagrama de competencia</li><li>● Matriz de políticas</li></ul> |

## 2. ESTUDIO SITUACIONAL

### 2.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

### 5. FACTORES EXTERNOS

#### Matriz de competencia.

Esta herramienta se puede construir entrevistando a un grupo focal de actores/as. También es posible completar la información de la herramienta mediante revisión de información secundaria o a través de un panel de expertos. En cualquier caso, siempre se requerirá una reunión de síntesis del equipo de trabajo en gabinete y luego una validación de la información incorporada en la herramienta con diferentes actores/as. Esta herramienta requiere de 1 a 2 horas de síntesis en gabinete, según la información disponible y la complejidad de la cadena. El formato a continuación se aplica para productos agrícolas; requiere ser adaptado para productos pecuarios.

| Ubicación / Zona      | Zona 1 | Zona 2 | Zona 3 | Zona n |
|-----------------------|--------|--------|--------|--------|
| Superficie            |        |        |        |        |
| Sistema de producción |        |        |        |        |
| Productividad         |        |        |        |        |
| Calidad               |        |        |        |        |
| Precios               |        |        |        |        |
| Costos                |        |        |        |        |
| Época de cosecha      |        |        |        |        |
| Estrategia comercial  |        |        |        |        |
| Mercados              |        |        |        |        |
| Ventaja comparativa   |        |        |        |        |
| Perspectiva           |        |        |        |        |

## 2. ESTUDIO SITUACIONAL

### 2.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

### 5. FACTORES EXTERNOS

#### Matriz de políticas.

Esta herramienta se puede construir entrevistando a un grupo focal de actores/as. También es posible completar la información de la herramienta mediante revisión de información secundaria o a través de un panel de expertos. En cualquier caso, siempre se requerirá una reunión de trabajo de 1 a 2 horas del equipo de trabajo (en gabinete), y luego una validación de la información incorporada en la herramienta con diferentes actores/as.

| Política                              | Descripción | Consecuencias sobre la cadena analizada | Tipo      |              |
|---------------------------------------|-------------|-----------------------------------------|-----------|--------------|
|                                       |             |                                         | Favorable | Desfavorable |
| Aranceles y subsidios                 |             |                                         |           |              |
| Importación/ exportación              |             |                                         |           |              |
| De Promoción y Fomento                |             |                                         |           |              |
| Restricciones y Control Fitosanitario |             |                                         |           |              |
| Otras                                 |             |                                         |           |              |

## 2. ESTUDIO SITUACIONAL

### 2.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

#### 6. DEMANDA Y MERCADOS

| Tema               | Aspectos a investigar                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Propuesta de herramientas de recolección                                                                                                                                  |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Demanda y mercados | <ul style="list-style-type: none"><li>● <b>Mercados:</b> principales productores, compra y venta a nivel nacional, importación y exportación, volúmenes comercializados.</li><li>● <b>Demanda</b> (según los mercados): Estacionalidad, Tamaño, Satisfacción de la demanda.</li><li>● <b>Precios y tendencias:</b> Evolución del precio y tendencias, Formación de los precios, Precios en diferentes mercados.</li><li>● <b>Consumo:</b> Caracterización del tipo de consumo, Perspectivas del consumo, Productos sustitutos.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>● Matriz de mercados</li><li>● Matriz de precios</li><li>● Diagrama histórico de precios</li><li>● Perfil de consumidores</li></ul> |

## 2. ESTUDIO SITUACIONAL

### 2.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

#### 6. DEMANDA Y MERCADOS

##### Matriz de mercados.

Esta herramienta se construye entrevistando a un grupo focal de actores/as vinculados a la comercialización. Requiere de 1 a 2 horas de trabajo, según la complejidad de la cadena.

| Mercado   | Tipo de mercado | Días de mercado | Modalidad de pago | Precios | Proveedores | Volúmenes |
|-----------|-----------------|-----------------|-------------------|---------|-------------|-----------|
| Mercado 1 |                 |                 |                   |         |             |           |
| Mercado 2 |                 |                 |                   |         |             |           |
| Mercado 3 |                 |                 |                   |         |             |           |
| Mercado n |                 |                 |                   |         |             |           |

## 2. ESTUDIO SITUACIONAL

### 2.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

### 6. DEMANDA Y MERCADOS

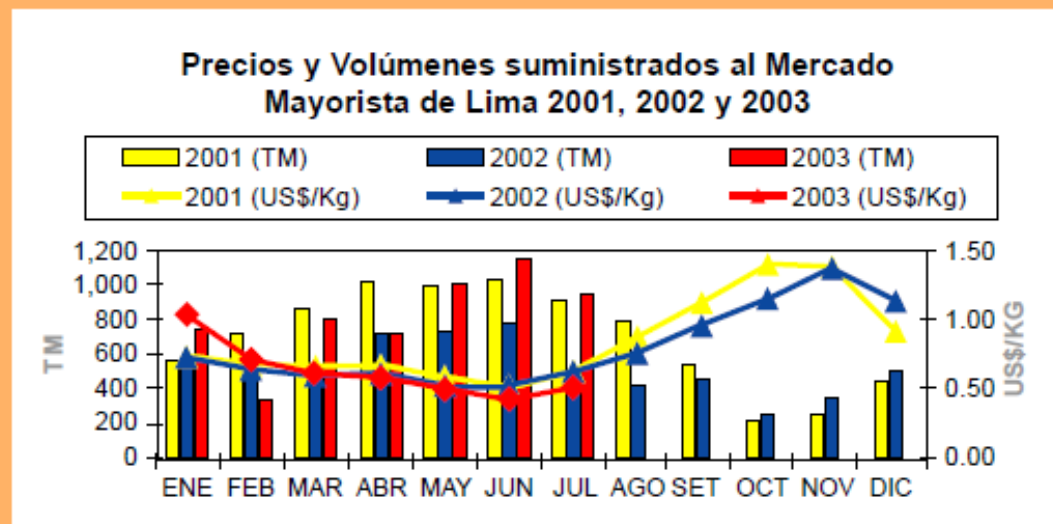
#### Matriz y diagrama histórico de precios.

La matriz histórica de precios se construye entrevistando a un grupo focal de actores/as vinculados a la comercialización, también es necesario revisar información secundaria; implica de 1 a 2 horas de trabajo, según la complejidad de la cadena.

| Años | Precio por Zona / Mercado |        |           |           |
|------|---------------------------|--------|-----------|-----------|
|      | Zona 1                    | Zona 2 | Mercado 1 | Mercado 2 |
| 1990 |                           |        |           |           |
| 1995 |                           |        |           |           |
| 2000 |                           |        |           |           |
| 2002 |                           |        |           |           |
| 2004 |                           |        |           |           |

#### Diagrama histórico de precios.

El diagrama histórico de precios permite visualizar la información recogida en la matriz histórica de precios y comparar información sobre el comportamiento de los precios en un determinado mercado.



100



Mercado / Mercados estudiados: .....

[illegible]