



**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN  
DE EMPRESA**

**PLAN DE ASOCIATIVIDAD COMO ESTRATEGIA PARA  
MEJORAR LA ADMINISTRACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN  
DE CARNES AVÍCOLAS Y GANADERAS EN LA COMUNA  
ENGUNGA, DE LA PARROQUIA CHANDUY,  
DEL CANTÓN SANTA ELENA,  
DE LA PROVINCIA DE  
SANTA ELENA.  
AÑO 2013.**

**TESIS DE GRADO**

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**

**AUTOR: DOLORES JOHANNA MUJICA DE LA CRUZ**

**TUTOR: ING. JESSICA SORAYA LINZÁN RODRÍGUEZ, MSc.**

**LA LIBERTAD - ECUADOR**

**2013**

**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN  
DE EMPRESA**

**PLAN DE ASOCIATIVIDAD COMO ESTRATEGIA PARA  
MEJORAR LA ADMINISTRACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN  
DE CARNES AVÍCOLAS Y GANADERAS EN LA COMUNA  
ENGUNGA, DE LA PARROQUIA CHANDUY,  
DEL CANTÓN SANTA ELENA,  
DE LA PROVINCIA DE  
SANTA ELENA.  
AÑO 2013.**

**TESIS DE GRADO**

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**

**AUTOR: DOLORES JOHANNA MUJICA DE LA CRUZ**

**TUTOR: ING. JESSICA SORAYA LINZÁN RODRÍGUEZ, MSc**

**LA LIBERTAD - ECUADOR**

**2013**

**La Libertad, 28 De Noviembre del 2012.**

**A P R O B A C I Ó N D E L T U T O R**

En mi calidad de tutora del trabajo de investigación, "PROPUESTA DE UN PLAN DE ASOCIATIVIDAD COMO ESTRATEGIA PARA MEJORAR LA ADMINISTRACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CARNES AVÍCOLAS Y GANADERAS EN LA COMUNA ENGUNGA, PARROQUIA CHANDUY EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA" AÑO 2013, elaborado por la Srta. Dolores Johanna Mujica De La Cruz, egresada de la Carrera de Ingeniería en Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la Apruebo en todas sus partes.

A tentamente

Ing. Jessica Soraya Linzán Rodríguez, M Sc  
T U T O R A

## DEDICATORIA

A ti Dios que me diste la oportunidad de vivir y enfrentar a los desafíos que se han presentado durante mi trayectoria educativa y compartir estos momentos junto a una bella familia.

A mis padres con eterna gratitud y cariño por enseñarme a creer en mi intelecto y poder concluir con esta labor encomendada y lograr que todo lo que me propuse en este trabajo sea plasmado de manera efectiva. Gracias por ayudarme a alcanzarlos. “Janeth y Luis”

A mis hermanos, demás familiares, quienes son el complemento de mi vida y los cuales me dieron ese optimismo diario, para que no dejara la meta que me había propuesto a pesar de los obstáculos que se presentaron en el camino.

Además deseo dedicar este trabajo a mis amigos y compañeros que en aspectos de gran importancia me ayudaron con inquietudes, aportándome con sus conocimientos científicos.

Y a un ser especial, como es Johnny Vera que me ha brindado su amor, comprensión y el apoyo necesario para no decaer.

## **A G R A D E C I M I E N T O**

**A Dios,** por brindarme una vida llena de conocimientos, por ser el guiador de mis pasos, quien me ha protegido y me ha dado fuerza para cumplir con cualquier actividad trazada a emprender.

**A las autoridades de la Universidad,** por ser el forjador del proceso educativo y contribuir con el progreso y desarrollo de nuestra Provincia.

**A los docentes de la Universidad Estatal Península de Santa Elena,** por las enseñanzas recibidas durante el proceso de formación profesional que nos llevó al camino del conocimiento técnico y científico, que con esmero y dedicación vertieron su apostolado en nuestra alma, impartieron sus conocimientos hacia nosotros y poder desarrollar en la actualidad un Proyecto.

**De manera especial a mi tutora la Ing. Soraya Linzan,** por su asesoramiento, guía y su predisposición permanente en el desarrollo de mi trabajo de titulación y brindarme las sugerencias necesarias en la redacción de mi tesis.

**A mis amigos(as) y compañeros,** que de alguna manera me brindaron su apoyo y aliento para seguir con este proceso educativo.

**T R I B U N A L D E G R A D O**

---

Ing. Mercedes Freire Rendón, M Sc.  
DECANA DE LA FACULTAD  
C.C. ADMINISTRATIVAS

---

Eco. Pedro Aquino Caiche, M Sc.  
DIRECTOR DE LA CARRERA  
DE ADMINISTRACIÓN

---

Ing. Jessica Linzán Rodríguez, M Sc  
PROFESOR-TUTOR

---

Ec. Hermelinda Cochea Tomalá  
PROFESOR DEL ÁREA

---

Ab. Milton Zambrano Coronado, M Sc.  
SECRETARIO GENERAL - PROCURADOR

UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“PROPUESTA DE UN PLAN DE  
ASOCIATIVIDAD COMO ESTRATEGIA  
PARA MEJORAR LA ADMINISTRACIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE CARNES AVÍCOLAS Y  
GANADERAS EN LA COMUNA ENGUNGA,  
PARROQUIA CHANDUY, PROVINCIA DE SANTA  
ELENA AÑO 2013.

Autor: Johanna Mujica

Tutor: Ing. Jessica Linzán, M Sc.

**RESUMEN**

En el trabajo plasmado tenemos proponer un plan de trabajo, a través de la Asociatividad, aplicando las respectivas estrategias de Asociatividad para el mejoramiento del nivel competitivo, canales de comercialización y mercadeo, de los productos que en la actualidad se distribuyen en la Comuna Engunga. En el primer capítulo nos encontraremos la base fundamental de la creación de esta propuesta, la problemáticas, causas y efectos, los objetivos, la hipótesis y las variables de la propuesta. En el Marco Teórico hallaremos algo referente a la Comuna Engunga, la situación anterior y actual, sus problemas para su desarrollo, después detallamos la fundamentación teórica como los conceptos básicos, ventajas, beneficios, formas de Asociatividad entre otros aspectos y lo referente a la crianza avícola y ganadera, lo esencial que es esta actividad en la Comuna, la fundamentación legal. En el Tercer Capítulo esta la Metodología y los resultados que se obtuvieron de las encuestas y entrevistas efectuadas a los habitantes y comuneros involucrados de la Asociatividad de la Comuna Engunga, para lo cual se preparó un cuestionario de preguntas que vayan acorde a la información que deseaba conseguir, obteniendo de esta manera resultados favorables para la aplicación de la propuesta. En el Capítulo final (Propuesta) se encuentran las diferentes estrategias que se utilizarán para la aplicación de la Asociatividad, donde encontraremos la estructura externa interna, el proceso de Asociatividad, el respectivo análisis de las ganancias individuales y colectivas, entre otros aspectos de gran importancia. Después de haber realizado esta investigación puedo concluir que todos somos capaces de contribuir de manera colectivas para resolver nuestros problemas y alcanzar nuestros objetivos anhelados.

## INDICE GENERAL

	Pág.
PORTADA	ii
APROBACION DEL TUTOR	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
TRIBUNAL DE GRADO	vi
RESUMEN	vii
INDICE GENERAL	viii
INDICE DE CUADROS	xiii
INDICE DE GRAFICOS	xv
INDICE DE ANEXOS	xvii
INTRODUCCIÓN	1
1 Marco Contextual	4
1.1 Plan de Asociatividad como estrategia para mejorar la Administración Y Comercialización de carnes avícolas y ganaderas en la Comuna Engunga.	4
1.2 Planteamiento del Problema	5
1.3 Formulación del Problema	9
1.4 Sistem atización del Problema	9
1.5 Justificación de la Investigación	10
1.6 Objetivos de la Investigación	12
	viii



1.7	Hipótesis	12
1.7.1	VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN	13
<b>CAPITULO I</b>		
1.1	Antecedentes del tema	16
1.2	Fundamentación Teórica	18
1.2.1	Generalidades de las actividades económicas de la Comuna Engunga	18
1.2.2	Ley de la creación de la Comuna Engunga	18
1.2.3	División Política de la Comuna Engunga	21
1.2.4	Ubicación Geográfica	21
1.2.5	Actividades Económicas	23
1.2.6	Engunga en la Actualidad.	25
1.2.7	Problemas actuales para el desarrollo de la Comuna Engunga.	26
1.2.8	Surgimiento de la Crianza avícola y ganadera en la Comuna	28
1.2.9	El Rol que desempeñan estas actividades comerciales	29
1.2.10	Características, Debilidades y Aportes de Comuneros.	31
1.2.11	Actividades Económicas de Comuneros en la Comuna	32
1.2.12	Situación Actual De Comuneros	34
1.3	La Asociatividad como modelo de mejoramiento Continuo	35
1.3.1	Definición	35
1.3.2	Características	35
1.3.3	Ventajas de Asociarse	36

1.3.4	Obstáculos para Asociarse	37
1.3.5	Objetivos de la Investigación	38
1.3.6	Tipos de Asociatividad.	39
1.4	La Administración y Comercialización como eje principal	42
1.4.1	La Administración	42
1.4.2	La Comercialización	46
1.4.3	Como mejorar la Administración y Comercialización de una Organización	50
1.5	Fundamento Legal	52

## **CAPITULO II**

2.	Metodología de la investigación	55
2.1	Diseño de la investigación	55
2.2	Modalidad de la investigación	55
2.3	Tipos de la Investigación	56
2.3.1	Investigación Documental	57
2.3.2	Investigación de Campo	57
2.4	Población y muestra	59
2.5	Procedimientos de la investigación	63

## **CAPITULO III**

3	Recolección de información y análisis de los resultados	65
3.1	Resumen de la oferta	97

3.2	Resumen de la demanda	98
-----	-----------------------	----

#### CAPITULO IV

4	Propuesta de un Plan de Asociatividad como estrategia para fortalecer la administración y comercialización de carnes avícolas y Ganaderas de la comuna Engunga de la Parroquia Chanduy de la Provincia de Santa Elena	99
4.1	Generalidades	99
4.2	Objeto	100
4.3	Objetivos	100
4.3.1	Objetivos General	100
4.3.2	Objetivos Específicos	101
4.3.3	Filosofía Empresarial	102
4.3.4	Misión	102
4.3.5	Visión	102
4.3.6	Valores Corporativos.	103
4.3.7	FODA	103
4.3.8	Estrategias	105
4.4	Asociatividad	110
4.5	Modelo de Michael Porter	112
4.6	Ventajas de la Competitividad	119
4.7	Proceso De la Asociatividad	119
4.8	Forma de Asociarse	131
4.9	Características de la Asociatividad	132

4.10	Ganancias De la Asociatividad	132
4.11	Beneficios de la Asociatividad	133
4.12	Obstáculos para el desarrollo de la Asociatividad	133
4.13	Perfil del Líder	134
4.14	Estructura Organizativa	135
4.15	Acuerdo de Cooperación	142
4.16	Canales de Distribución	143
4.17	Estudio económico	144
	CONCLUSIONES	157
	RECOMENDACIONES	158
	PRESUPUESTOS	159
	BIBLIOGRAFIA	160
	GLOSARIO	162
	ABREVIATURAS	164
	ANEXOS	165

## INDICE DE CUADROS

		<b>Pág.</b>
<b>Cuadro 1.</b>	Población	59
<b>Cuadro 2.</b>	Muestra	61
<b>Cuadro 3.</b>	Opinión sobre la frase la unión hace la fuerza	65
<b>Cuadro 4.</b>	¿Que significa para usted la cooperación?	66
<b>Cuadro 5.</b>	¿Qué beneficios se consigue con la cooperación?	67
<b>Cuadro 6.</b>	¿Cree importante la venta de carnes?	68
<b>Cuadro 7.</b>	¿Qué motivos le impulsaron a implementar este negocio?	69
<b>Cuadro 8.</b>	¿Cuenta con clientes fijos?	70
<b>Cuadro 9.</b>	¿Tácticas que utilizaría para la cooperación?	71
<b>Cuadro 10.</b>	¿Conoce las reglas si trabaja en grupo?	72
<b>Cuadro 11.</b>	¿Cuáles es el aporte de este tipo de negocio?	73
<b>Cuadro 12.</b>	¿Si se trabaja en grupo traerá beneficios económicos?	74
<b>Cuadro 13.</b>	¿Cuáles son sus expectativas al unirse?	75
<b>Cuadro 14.</b>	¿La mayoría de veces toma decisiones?	76
<b>Cuadro 15.</b>	¿Se ha trazado alguna vez objetivos?	77
<b>Cuadro 16.</b>	¿Conoce el significado de la Asociatividad?	78
<b>Cuadro 17.</b>	¿Cuáles oportunidades se presenta en la Asociatividad?	79
<b>Cuadro 18.</b>	¿La implementación de la Asociatividad en la Comuna?	80
<b>Cuadro 19.</b>	¿Cuál es su meta como Comunero del Cabildo?	81
<b>Cuadro 20.</b>	¿Formaría parte de una Asociatividad?	82
<b>Cuadro 21.</b>	¿Qué recursos posee para dar inicio a la Asociatividad?	83
<b>Cuadro 22.</b>	¿Cuáles su contribución en bienes y económicamente?	84
<b>Cuadro 23.</b>	¿Opinión sobre la frase la unión hace la fuerza?	85
<b>Cuadro 24.</b>	¿Qué significa para usted la cooperación?	86
<b>Cuadro 25.</b>	¿Qué beneficios se consigue con la Cooperación?	87

<b>Cuadro 26.</b>	¿Conoce de alguna organización dedicada a la venta de carnes?	88
<b>Cuadro 27.</b>	¿Cree importante este tipo de negocio?	89
<b>Cuadro 28.</b>	¿Cuáles es el aporte de este negocio en la Comuna?	90
<b>Cuadro 29.</b>	¿Cuáles es el consumo mensual de carnes?	91
<b>Cuadro 30.</b>	¿Cuántas veces por día consume carne en su hogar?	92
<b>Cuadro 31.</b>	¿Cuál es el precio a cancelar por libra de carnes avícola?	93
<b>Cuadro 32.</b>	¿Cuál es el precio a cancelar por libra de carnes ganadera?	94
<b>Cuadro 33.</b>	¿Conoce de algún apoyo para esta organización?	95
<b>Cuadro 34.</b>	¿Apoyaría a una Organización Asociativa?	96
<b>Cuadro 35.</b>	Análisis FODA	104
<b>Cuadro 36.</b>	Programa de capacitación 1	122
<b>Cuadro 37.</b>	Programa de capacitación 2	126

## INDICE DE GRÁFICOS

	<b>P á g .</b>	
<b>G r á f i c o 1 .</b>	M a p a d e l a P r o v i n c i a D e S a n t a E l e n a	22
<b>G r á f i c o 2 .</b>	P r o d u c c i ó n B r u t a P r o v i n c i a l	30
<b>G r á f i c o 3 .</b>	M a p a P r o d u c t i v o d e l a P r o v i n c i a D e S a n t a E l e n a	33
<b>G r á f i c o 4 .</b>	O p i n i ó n s o b r e l a f r a s e l a u n i ó n h a c e l a f u e r z a	65
<b>G r á f i c o 5 .</b>	¿ Q u e s i g n i f i c a p a r a u s t e d l a c o o p e r a c i ó n ?	66
<b>G r á f i c o 6 .</b>	¿ Q u é b e n e f i c i o s s e c o n s i g u e c o n l a c o o p e r a c i ó n ?	67
<b>G r á f i c o 7 .</b>	¿ C r e e i m p o r t a n t e l a v e n t a d e c a r n e s ?	68
<b>G r á f i c o 8 .</b>	¿ Q u é m o t i v o s l e i m p u l s a r o n a i m p l e m e n t a r e s t e n e g o c i o ?	69
<b>G r á f i c o 9 .</b>	¿ C u e n t a c o n c l i e n t e s f i j o s ?	70
<b>G r á f i c o 10 .</b>	¿ T á c t i c a s q u e u t i l i z a r í a p a r a l a c o o p e r a c i ó n ?	71
<b>G r á f i c o 11 .</b>	¿ C o n o c e l a s r e g l a s s i t r a b a j a e n g r u p o ?	72
<b>G r á f i c o 12 .</b>	¿ C u á l e s e l a p o r t e d e e s t e t i p o d e n e g o c i o ?	73
<b>G r a f i c o 13 .</b>	¿ S i s e t r a b a j a e n g r u p o t r a e r á b e n e f i c i o s e c o n ó m i c o s ?	74
<b>G r a f i c o 14 .</b>	¿ C u á l e s s o n s u s e x p e c t a t i v a s a l u n i r s e ?	75
<b>G r a f i c o 15 .</b>	¿ L a m a y o r í a d e v e c e s t o m a d e c i s i o n e s ?	76
<b>G r a f i c o 16 .</b>	¿ S e h a t r a z a d o a l g u n a v e z o b j e t i v o s ?	77
<b>G r a f i c o 17 .</b>	¿ C o n o c e e l s i g n i f i c a d o d e l a A s o c i a t i v i d a d ?	78
<b>G r a f i c o 18 .</b>	¿ C u á l e s o p o r t u n i d a d e s s e p r e s e n t a e n l a A s o c i a t i v i d a d ?	79
<b>G r a f i c o 19 .</b>	¿ L a i m p l e m e n t a c i ó n d e l a A s o c i a t i v i d a d e n l a C o m u n a ?	80
<b>G r a f i c o 20 .</b>	¿ C u á l e s s u m e t a c o m o C o m u n e r o d e l C a b i l d o ?	81
<b>G r a f i c o 21 .</b>	¿ F o r m a r í a p a r t e d e u n a A s o c i a t i v i d a d ?	82
<b>G r a f i c o 22 .</b>	¿ Q u é r e c u r s o s p o s e e p a r a d a r i n i c i o a l a A s o c i a t i v i d a d ?	83
<b>G r a f i c o 23 .</b>	¿ C u á l e s s u c o n t r i b u c i ó n e n b i e n e s y e c o n ó m i c a m e n t e ?	84
<b>G r a f i c o 24 .</b>	¿ O p i n i ó n s o b r e l a f r a s e l a u n i ó n h a c e l a f u e r z a ?	85

<b>G r a f i c o 25.</b>	¿Qué significa para usted la cooperación?	86
<b>G r a f i c o 26.</b>	¿Qué beneficios se consigue con la Cooperación?	87
<b>G r a f i c o 27.</b>	¿Conoce de alguna organización dedicada a la venta de carnes?	88
<b>G r a f i c o 28.</b>	¿Cree importante este tipo de negocio?	89
<b>G r a f i c o 29.</b>	¿Cuál es el aporte de este negocio en la Comuna?	90
<b>G r a f i c o 30.</b>	¿Cuál es el consumo mensual de carnes?	91
<b>G r a f i c o 31.</b>	¿Cuántas veces por día consume carne en su hogar?	92
<b>G r a f i c o 32.</b>	¿Cuál es el precio a cancelar por libra de carnes avícola?	93
<b>G r a f i c o 33.</b>	¿Cuál es el precio a cancelar por libra de carnes ganadera?	94
<b>G r a f i c o 34.</b>	¿Conoce de algún apoyo para esta organización?	95
<b>G r a f i c o 35.</b>	¿Apojaría a una Organización Asociativa?	96
<b>G r a f i c o 36.</b>	Esquemas de Interrelaciones Asociativas	117
<b>G r a f i c o 37.</b>	Modelo de Construcción de Asociatividad	121
<b>G r a f i c o 38.</b>	Asociatividad a través de núcleo empresarial	131
<b>G r a f i c o 39.</b>	Estructura para formar el núcleo empresarial	135
<b>G r a f i c o 40.</b>	Estructura de actividades para la comercialización	136
<b>G r a f i c o 41.</b>	Estructura Organizacional	137
<b>G r a f i c o 42.</b>	Estructura de la Asociatividad	140
<b>G r a f i c o 43.</b>	Diagrama de canal de distribución	143



## INDICE DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
<b>A n e x o 1.</b> Plan de Acción	165
<b>A n e x o 2.</b> Codificación de La Ley de Organización y Régim en de comunas	167
<b>A n e x o 3.</b> Constitución de la República	169
<b>A n e x o 4.</b> Código orgánico de la Producción	174
<b>A n e x o 5.</b> Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario	175
<b>A n e x o 6.</b> Oficio de solicitud para aprobación de estatutos	178
<b>A n e x o 7.</b> Acta constitutiva de la Asociatividad	179
<b>A n e x o 8.</b> Estatuto de la asociación	182
<b>A n e x o 9.</b> Galería de fotos de la microem presa	193
<b>A n e x o 10.</b> Galería de fotos de Capacitaciones	198
<b>A n e x o 11.</b> Fotos de Entrevistas a Com uneros	200
<b>A n e x o 12.</b> Entrevista	201
<b>A n e x o 13.</b> Encuesta	204
<b>A n e x o 14.</b> Requisitos para la legalización de la Organización	206
<b>A n e x o 15.</b> Formatos de asistencias a capacitaciones y reuniones	207
<b>A n e x o 15.</b> Firm as de Asistencia a Asamblea.	208
<b>A n e x o 16.</b> Firm as de Asistencia a Capacitaciones.	209

## INTRODUCCIÓN

El Plan de Asociatividad, que se presenta está orientado a la implementación de procesos administrativos y de comercialización de los comuneros dedicados a la comercialización de carnes avícolas y ganaderas de la Comuna Engunga, cuyo fin es servir de guía para organizar la asociación, que les permita lograr la competitividad en un mercado tan cambiante, por ende contribuir al crecimiento y desarrollo de las mismas.

La Comuna Engunga se caracteriza por ser un territorio de gente emprendedora con comuneros con gran capacidad, creatividad, habilidad y destrezas en la cría avícola y ganadera, actividad que se ha desarrollado a través de los tiempos, la misma que les permite obtener los ingresos necesarios para el sustento de sus familias.

Todos los comuneros buscan mejorar sus condiciones de trabajo y su calidad de vida, pero hasta el momento no se les ha brindado ayuda a todas, para que puedan funcionar como una Asociación, donde puedan desempeñar las actividades que dominan. Cada uno de ellos brinda sus productos de manera individual en sus hogares, a los diferentes habitantes de la Comuna que solicitan el producto, lugar donde realizan la producción y comercialización del mismo con una desventajosa administración ya que no cuentan con los parámetros necesarios para tomar buenas decisiones.

El presente trabajo está orientado al estudio y propuesta de una Asociatividad para los comuneros de Engunga de la Provincia de Santa Elena, como una alternativa para el desarrollo comercial de la Organización y de la Comuna donde se implementará la Asociatividad.

El interés por esta temática empieza a raíz de la oportunidad de obtener mejores ingresos y bienestar para las familias que se dedican a esta actividad.

La Asociatividad es una alternativa de desarrollo, para aquellos comuneros que no pueden acceder a los créditos financieros que la banca tradicional ofrece, ya sea por las garantías exigidas, condiciones rígidas, adecuación de pagos y plazos, entre otros factores. Su contenido está constituido con los componentes que se describen a continuación:

En el primer capítulo nos encontraremos la base fundamental de la creación de esta propuesta, las problemáticas causas y efectos, los objetivos, la hipótesis y las variables de la propuesta.

En el segundo capítulo se presenta un resumen de la Comuna Engunga, desde su Ubicación geográfica, climas, cultura y costumbres, la situación actual, la producción del medio, institucionalidad, crisis y los problemas que tiene actualmente. También se encuentra el Marco Teórico donde brevemente hay un estudio referente a la Asociatividad, su importancia, los beneficios, ventajas y las estrategias que éstas utilizan, con el fin de incrementar su administración y comercialización, las condiciones en el mercado nacional y en un futuro internacionalmente. Además encontraremos los antecedentes de la crianza agrícola y ganadera, la importancia de esta actividad productiva en la Comuna.

El tercer capítulo es un estudio detallado y minucioso del entorno donde se encuentra esta actividad productiva que se ha desarrollado durante mucho años, definiendo sus demandantes del producto en la Comuna Engunga de la Parroquia Chanduy de la Provincia de Santa Elena, con el fin de conocer su entorno comercial, a través de la utilización de metodología apropiada, como la encuesta y la entrevista y la observación directa, aplicando preguntas acordes a la información requerida para obtener la información relevante de la actitud y aptitud

de los comuneros y los habitantes de la Comuna Engunga que consumen este tipo de producto, conociendo los criterios y pensamientos sobre este proyecto a aplicarse en la misma, sus acuerdos y desacuerdos, para dar marcha a este proyecto.

El cuarto capítulo se propone un modelo de Asociatividad como estrategia para los Comuneros de Engunga para fortalecer su administración y comercialización en la distribución de los productos en este sector, el cual pretende incrementar la competitividad, apoyar al fortalecimiento y crecimiento de la actividad productiva de carnes avícolas y ganaderas.

El Plan está integrado por procesos que en su primera parte se detallan de forma sencilla, la estructura, actores y el proceso de Asociatividad, la segunda parte del Plan resulta de la integración de los comuneros y de los demás actores del modelo. La propuesta de Asociatividad es la que agrupará a un total de 30 Comuneros que deseen participar en la propuesta, para poder conseguir beneficios para todos, el primer paso está en la busca de la personería Jurídica, para luego buscar fuentes de Financiamiento y empezar con las actividades.

Además se exponen las recomendaciones y conclusiones que pretenden contribuir a mejorar la situación económica de este sector.

*“El desafío, está al frente de nosotros, solo depende de nosotros enfrentarlo.”*

**1.1 PLAN DE ASOCIATIVIDAD COMO ESTRATEGIA PARA  
MEJORAR LA ADMINISTRACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN  
DE CARNES AVÍCOLAS Y GANADERAS EN LA COMUNA  
ENGUNGA DE LA PARROQUIA CHANDUY,  
DEL CANTÓN SANTA ELENA, DE LA  
PROVINCIA DE SANTA ELENA.  
AÑO 2013.**

## 1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Frente a los grandes desafíos que tiene hoy el Ecuador como son los de ingresar competitivamente al mercado global y alcanzar grandes metas sociales del milenio orientadas al mejoramiento de la vida de sus habitantes, prosperidad y desarrollo regional. Es así como nuestra Provincia de Santa Elena, por ser una jurisdicción recientemente creada, debe buscar las alternativas y soluciones adecuadas de las múltiples carencias que habitan en su territorio. Desde el punto de vista social, productivo y económico, los pobladores que se localizan en asentamientos dispersos en la zonas rurales de la Provincia, son los más afectados y a quienes debemos brindar nuestro gran apoyo, ya que enfrentan grandes barreras socioeconómicas, que demuestran las condiciones de desigualdad que existe en nuestro País, todos debemos ser parte de una vida digna y acogedora.

Desde el aspecto social el más preocupante problema estructural que padece la población de la Provincia Santa Elena lo constituye el gran número de pobladores que residen en diversas comunas, que se encuentran viviendo en condiciones desfavorables debido a que no cuentan con los recursos necesarios dentro del recinto, entre esas diversas poblaciones esta: La Comuna San Rafael, Engunga, Zapotal, Rio Seco, Bambil Collao, entre otros. Por esa razón el tema de estudio va enmarcado en la Comuna Engunga, de la Parroquia Chanduy por poseer comuneros capacitados y dedicados a la crianza de animales, gracias al aporte que le ha otorgado el MIES (Ministerio de Inclusión Económica y Social) en los últimos años.

En la comuna Engunga, fundada en 1937, viven aproximadamente 350 familias integradas por 2.000 personas, que por la falta de oportunidad de trabajo han emigrado, a diversos lugares del País, para poder obtener un sustento diario se conoce que esta comuna que fue tierra de haciendas ganaderas, pero en 1895 empezó la sequía y la ruina, pero que en la actualidad ha obtenido cambios en

infraestructura territorial. Para seguir apoyando a la Comuna Engunga el Centro de Desarrollo Empresarial y Apoyo al Emprendimiento de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, entre su proyecto está:

Diseñar un Plan de Asociatividad para la Administración y Comercialización de carnes domésticas, con el aporte de más de 30 comuneros de la comuna Engunga, con el fin que el proyecto tenga una estructura de negocios apropiada, con el mandato de destinar parte de sus utilidades para financiar el desarrollo económico y social de la Comuna.

En cuanto a la orientación del desarrollo económico de la Comuna Engunga, podemos señalar que, tradicionalmente este ha estado encaminado a fortalecer el sector ganadero, avícola, agrícola como eje principal de su economía, este intento se ha visto amenazado por condiciones de inseguridad dada la presencia de distintos actores armados al margen de la ley, conflictos en la estructura de tenencia de la tierra; falta de modelos tecnológicos apropiados; deficiencias en la infraestructura de apoyo a la producción; baja disponibilidad de recursos de crédito; dispersión y deficiencia de las entidades públicas encargadas de la prestación de los servicios de asistencia técnica.

Esta situación presenta varias implicaciones para el desarrollo productivo y social de la Comuna, entre los cuales podemos señalar: que el sector avícola y ganadero en esta región, en términos generales dados los escasos excedentes para el mercado de la comuna Engunga, no ha podido convertirse en un socio importante que demanda el sector doméstico-comercial, situación que no es ajena a las condiciones generales que desde la década de 1940 presenta el sector avícola y ganadero en la comuna, provocado por la escasez de agua y otros recursos de mucha importancia que son necesarios en la Comuna.

Debido a estas situaciones que afecta a los comuneros de Engunga; se ha logrado identificar las grandes causas y efectos que no dejan que la misma prospere, ni mucho menos que se pueda lograr un proyecto favorable entre los comuneros.

A continuación se mencionan las más relevantes.

#### CAUSAS

- La falta de capital de trabajo, es un elemento importante para el incremento y mejora de la actividad campesina.
- Falta de modelos tecnológicos apropiados para ejercer esta actividad para la generación de ingresos.
- Falta de apoyo económico, por parte de autoridades competentes para crear la infraestructura adecuada.

#### EFECTOS

- Alto nivel de discriminación para este sector campesino para desarrollar las actividades, llevando a que aumente la tasa de desempleo, lo que conduce a un déficit de plazas laborales.
- Bajo nivel de conocimientos tecnológicos, lo que conduce a un déficit de plazas laborales.
- Deficiencias en la infraestructura de apoyo a la producción, causando inestabilidad del negocio.

Las circunstancias anteriores pueden llevar a actividades como estas que no puedan desarrollarse en los demás mercados, pudiendo ser competitivos tanto regional o nacionales, desaprovechando las oportunidades que le brinda el mercado, lo que impide que comuneros capacitados y dedicados a esta actividad desarrollen sus actividades que han ejecutado durante años, de igual forma



obstaculiza establecer un ambiente de innovación y creatividad en sus productos que permita aportar a la satisfacción de las necesidades de los habitantes de la Comuna y de la Provincia en general. Una alternativa para aquellos y oprimir ciertas deficiencias como: la poca participación en el mercado, falta de innovación, escasa producción, entre otros, es la Asociatividad. La Asociatividad se ha convertido en un arranque de desarrollo empresarial, debido a que es un mecanismo de Cooperación, en donde cada participante de este componente, mantiene su independencia jurídica y autonomía gerencial, decidiendo voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con otros participantes para la búsqueda de objetivos en común como el desarrollo del emprendimiento productivo y comercial.

Un grupo de comuneros están en condiciones de fomentar este tipo de mecanismo debido a que cuenta con una capacitación adecuada para implementar este tipo de proyecto. De igual forma con este mecanismo empresarial se podría solicitar préstamos a entidades financieras, obteniendo de esta manera los recursos indispensables para realizar la adecuada infraestructura y así cumplir con las expectativas de los clientes, es decir, gozar de un amplio sitio para exhibir los productos y recibir infinidad de clientes y de la misma manera obtener beneficios de negociación con proveedores de insumos, permitiendo de esta manera ser competitivos en el entorno empresarial en la administración y comercialización de carnes domésticas en la Comuna Engunga y así obtener una rentabilidad económica estable y fructífera.

El proyecto del Plan de Asociatividad para la producción y comercialización de carnes domésticas en la Comuna Engunga, se constituye en una excelente oportunidad para potenciar ventajas como disponibilidad y calidad del recurso tierra; adecuadas condiciones climáticas; mano de obra calificada asentada en la zona rural; con alta vocación para el desarrollo de actividades avícolas; cercanía a grandes centros de consumo a las comunas aledañas de la comuna, que hacen del sector avícola un sector promisorio para el desarrollo del sector.

## 1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA :

✓ ¿De qué manera incide el Plan de Asociatividad en la administración y comercialización de carnes avícolas y ganaderas en la Comuna Engunga de la Parroquia Chanduy del Cantón Santa Elena Provincia de Santa Elena?

## 1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA .

✓ ¿Se han realizado estudios relacionados referentes al tema de investigación que han contribuido a mejorar el desarrollo socio-económico de la Comuna Engunga de la Parroquia Chanduy?

✓ ¿Cuáles son los factores principales que impiden el desarrollo productivo y comercial de la Comuna Engunga de la Parroquia Chanduy?

✓ ¿Qué efectos genera en la parte administrativa, productiva y comercial para los comuneros del Cabildo de Engunga la falta de un Plan de Asociatividad?

✓ ¿De qué manera el Plan de Asociatividad solucionará los problemas de los Comuneros del Cabildo de Engunga de la Parroquia Chanduy?

✓ ¿El Plan de Asociatividad, solucionará la actual problemática?

✓ ¿Cómo será la participación de los miembros en la aplicación de un Plan de Asociatividad para el desarrollo de actividades productivas y empresariales?

## 1.5 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación se fundamenta en la aplicación de teorías y conceptos básicos sobre el desarrollo socio-económico y productivo de los Comuneros de Engunga de la Parroquia Chanduy para encontrar las respectivas explicaciones a situaciones beneficiosas y empresariales de estas organización, la misma que permitirá ampliar los conocimientos teóricos, realizar un análisis y determinar los aspectos socio-económicos, provechosos y comerciales que afectan de una u otra manera a dichos comuneros, logrando el cumplimiento de los objetivos planteados en el tema de investigación.

De igual forma se fomenta la función de utilizar técnicas y métodos de investigación, para recopilar la información pertinente al objeto en estudio, tanto de fuentes primarias y secundarias como: la encuesta, la observación directa, entrevistas y fuentes bibliográficas como libros, periódicos o revistas, con el fin de obtener la información relevante y oportuna sobre el crecimiento productivo, empresarial y comercial de la producción y comercialización de carnes avícolas y ganaderas conociendo el grado de su inversión y rentabilidad económica en un mercado competitivo.

Las respectivas técnicas a emplearse contribuirán para que los resultados obtenidos de la investigación se apoyen en técnicas de investigación validas en el medio, las misma que serán aplicadas en la población de la Parroquia Chanduy del Cantón Santa Elena de la Provincia de Santa Elena; a campesinos, habitantes de la Comuna Engunga y a individuos que trabajan o conozcan de dichas organizaciones productivas de carnes avícolas y ganaderas y a proveedores de materia prima para producción avícola y ganadera que deseen contribuir con nuestro tema de investigación, utilizando un estilo metodológico cualitativo y cuantitativo, para analizar y diagnosticar la situación actual de un determinado

grupo de comuneros, con el objetivo de determinar sus debilidades y amenazas; y poder crear la estrategia de Asociatividad adecuada.

El tema en estudio permitirá en sí, encontrar soluciones concretas al problema de investigación, tal es el caso del desarrollo socio-económico, productivo y comercial de comuneros de la crianza de aves de corral, borregos en la Comuna Engunga de la Parroquia Chanduy del Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena.

En el tema de estudio se ven enmarcados problemas de financiamiento, procesos de producción y comercialización, escasos conocimientos en innovación de servicios y ampliación de recursos propios, etc.

Generando de la misma manera un bajo porcentaje de personas desempleadas, satisfacción en el mercado local y contribución con el País, todo esto a través del Diseño de un Plan de Asociatividad, mediante propuestas y estrategias gerenciales, administrativas productivas y comerciales, que puedan aportar y buscar el desarrollo socio-económico, productivo y comercial de la Comuna Engunga a través de diversas actividades para ejercer la tarea de la producción y comercialización de criaderos de pollos, borregos, con el aporte de grandes capacitaciones para ejecutar con mayor eficiencia sus labores.

## **1.6 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.6.1 Objetivo General:**

Diseñar un Plan de Asociatividad, mediante un enfoque participativo para mejorar la administración y comercialización avícola y ganadera entre comuneros en el Cabildo de Engunga de la Parroquia Chanduy del Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena.

### **1.6.2 Objetivos Específicos:**

- ✓ Fundamentar teóricamente el Modelo de Asociatividad, con el fin de contar con un marco de referencia sobre el tema de investigación.
  
- ✓ Diagnosticar la situación socio-económica y productiva de comuneros del Cabildo Engunga de la Parroquia Chanduy, mediante la utilización de métodos y técnicas de recopilación de información, que faciliten la identificación del desarrollo de estas organizaciones.
  
- ✓ Diseñar un Plan de Asociatividad, en función del Diagnóstico Situacional que le permita mejorar la administración y comercialización avícola y ganadera entre comuneros del cabildo de Engunga de la Parroquia Chanduy.

## **1.7 HIPÓTESIS**

El Plan de Asociatividad, permitirá mejorar la administración y comercialización avícola y ganadera con una estructura de negocios apropiada entre los habitantes y comuneros de Engunga de la Parroquia Chanduy del Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena.

### **1.7.1 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN**

De acuerdo al tema de investigación, se determinó las respectivas variables, considerando el objetivo general planteado.

El tema del proyecto de la presente investigación es:

**“Plan de Asociatividad para Producción y Comercialización de carnes avícolas y ganaderas en la Comuna Engunga De la Parroquia Chanduy del Cantón Santa Elena de la Provincia de Santa Elena”**

#### **IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES.**

##### **Variable Dependiente:**

Administración y Comercialización de Carnes Avícolas y Ganaderas en la Comuna Engunga, para los individuos que ejercen esta actividad por diversas situaciones y han obtenido los conocimientos de diversas formas.

##### **Variable Independiente:**

Plan de Asociatividad.

- Buscar un mejor porvenir para los comuneros y habitantes de la comuna Engunga.
- Disminuir el desempleo.
- Lograr metas y objetivos en conjunto.
- Compartir riesgos, disminuir costos y ser más competitivos en el mercado

## OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

### Variable Dependiente.

DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
<p><b>Administración y Comercialización</b></p> <p>Es el proceso crear, diseñar nuevas estrategias para la integración del personal y de los suministros y herramientas generales para una buena distribución del producto, promoviendo el desarrollo y actividades comerciales para obtener resultados y beneficios</p>	PROCESO	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Planificación</li> <li>*Organización</li> <li>* Dirección</li> <li>* Control</li> </ul>	<p>2.1 ¿Conoce las tácticas que utilizaría para que este tipo de negocio funcione?</p>	<p>Observación Directa, realizada en la Comuna Engunga.</p>
	INTEGRACIÓN DE PERSONAL Y SUMINISTROS	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Personal Administrativo</li> <li>* Personal Operativo.</li> <li>* Insumos y Herramientas Operativas</li> </ul>	<p>2.2 ¿Conoce cuáles es el material necesario y el personal adecuado que se requiere para la administración y comercialización de carnes avícolas y ganaderas?</p>	<p>Cuestionario estructurado a comuneros dedicados a la Comercialización de carnes en la Comuna.</p>
	DESARROLLO	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Individual</li> <li>* Colectivo</li> <li>* Grupo de Personas</li> <li>* Comunidad</li> <li>* Región</li> </ul>	<p>2.3 ¿Cuál es el aporte de este tipo de negocio en la Comunidad?</p>	<p>T: Visitas a los hogares de la comuna solicitando información.</p>
	ACTIVIDADES COMERCIALES	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Producción</li> <li>* Compra y venta de bienes</li> <li>* Servicios.</li> </ul>	<p>2.4 ¿Qué recursos posee para dar inicio con una Actividad Comercial?</p>	<p>I: Estructurando un cuestionario de preguntas.</p>
	RESULTADOS Y BENEFICIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Crecimiento Empresarial.</li> <li>*Apertura de Negocios.</li> <li>*Beneficios Mutuos</li> <li>* Utilidad</li> </ul>	<p>2.5 ¿Usted cree que con la implementación de la Asociatividad se ayudará a que la comuna busque su desarrollo?</p>	

**Variable Independiente**

DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
<p><b>Plan de Asociatividad</b></p> <p>Es un mecanismo de cooperación entre comuneros, en donde cada participante mantiene su independencia jurídica y autonomía gerencial, deciden voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con otras participantes para la búsqueda de un objetivo común.</p>	<p><b>MECANISMO DE COOPERACIÓN</b></p> <p><b>INDEPENDENCIA JURIDICA</b></p> <p><b>DECISIONES VOLUNTARIAS</b></p> <p><b>OBJETIVO COMUN</b></p>	<p>*Generalidades</p> <p>*Ventajas de Asociarse.</p> <p>*Autonomía gerencial</p> <p>*Decisiones Individuales.</p> <p>*Personales</p>	<p>1.1 ¿Conoce usted si trabajando en grupo trae beneficios económicos?</p> <p>1.2 ¿Conoce cuáles son las reglas si trabaja en grupo?</p> <p>1.3 ¿Toma decisiones voluntariamente?</p> <p>1.4 ¿Se ha trazado y ha realizado alguna vez objetivos empresariales personales?</p>	<p>T: Encuestas y Entrevistas realizado a los habitantes y comuneros de la Comuna.</p> <p>T: Entrevista en una reunión con los Comuneros de Engunga.</p> <p>I: Preguntas preparadas con anterioridad.</p>



## CAPÍTULO I

### COMUNA ENGUNGA.

#### 1.1.- ANTECEDENTES DEL TEMA

En los países en vías de desarrollo se ha incrementado la necesidad de formular y diseñar estrategias de apoyo para que las empresas aumenten su competitividad, especialmente pequeños negocios que han sido muy impactadas por la liberalización económica y la apertura de fronteras.

Uno de los problemas inherentes de los pequeños negocios es su tamaño. Individualmente no tienen la masa crítica para alcanzar economías de escala, acceso a mercados y a una oferta constante y consistente. De igual manera constituye una barrera en lo que se refiere a entrenamiento y capacitación, inteligencia de mercado, logística e investigación y desarrollo.

La importancia de estos pequeños negocios para la generación de empleo es significativa, y su potencial puede ser prometedor, dado que el mayor esfuerzo emprendedor proviene de este sector. De allí que es importante que se desarrollen en los países y en especial en el Ecuador políticas de apoyo, que actúen como catalizadoras de Asociatividad de este importante sector de empresas.

La literatura actual sobre el tema de modelos empresariales, demuestra que una de las formas de aumentar la productividad de las empresas, es a través del desarrollo de la Asociatividad entre las mismas, para formar lo que se conoce como aglomeraciones. G. Mankiw. (2009) en su obra "Principios de Economía". Se refiere a que la Asociatividad de las pequeñas empresas en ciertos distritos trae consigo externalidades positivas que a la vez significaban aumentos de competitividad.

Es por esta razón que las empresas en el país tienen que asociarse para que, juntos puedan obtener el nivel de desarrollo y competitividad que se requiere para

competir a nivel regional y global. Debido a que en la actualidad existe una cantidad importante de experiencias exitosas en esta materia, pero en general son desconocidos para el propietario de una pequeña empresa y para la sociedad en general.

Por tal motivo es imprescindible que el Estado y demás instituciones pongan énfasis en el desarrollo de estos modelos, que permitan sacar un gran provecho de la sinergia generada por el intercambio de experiencias. Y fomentar internamente en las organizaciones, en especial en pequeños negocios la ejecución de estos proyectos de forma activa, promoviendo nuevos espacios en el mercado que se involucran.

#### **OPINIONES DE AUTORES SOBRE EL TEMA**

La Asociatividad es considerada como un modelo de mejoramiento continuo, debido a que se constituye como una estrategia, que permite lograr el desarrollo sustentable. Para lograr que este modelo logre un cambio en la situación socioeconómica del país, es necesario en primer lugar lograr un cambio muy importante en la cultura de las micro, pequeñas y medianas empresas.

Existen diferentes autores, que han aportado con sus definiciones respecto al tema sin embargo de manera general se puede manifestar que la Asociatividad es considerada como un componente de cooperación, para desarrollar actividades conjuntas buscando beneficios individuales y colectivos.

Fernando Ruiz A, Rosales R. (2007) Consideran a la Asociatividad. Como un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa participante decide voluntariamente unir esfuerzo para la búsqueda de un objetivo común. La Asociatividad debe ser una herramienta utilizada por las pequeñas y medianas empresas para afrontar la globalización. (Pág. 5)

Según los criterios de los autores de estos dos pequeños conceptos. La Asociatividad se considera como un componente del emprendimiento porque

garantiza la sostenibilidad del proceso al develarle al emprendedor el sentido compartido de los objetivos a alcanzar en ambientes cooperativos y de aprendizaje, constituyéndose como una estrategia que permite lograr el desarrollo sustentable de pequeños negocios en habitantes que dedican su mayor tiempo por obtener un ingreso, especialmente, en un contexto tan complicado como el que vive actualmente Ecuador.

## **1.2 FUNDAMENTACION TEÓRICA**

### **1.2.1 GENERALIDADES DE LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS Y PRODUCTIVAS DE LA COMUNA ENGUNGA DE LA PARROQUIA CHANDUY.**

En este capítulo se presentarán algunos aspectos de la Comuna Engunga situado en la Parroquia Chanduy de la Provincia de Santa Elena, su ubicación, economía, cultura, costumbres, producción del medio e institucionalidad en la que ha vivido y vive la comuna en mención.

Se darán a conocer las diferentes actividades económicas que realizan los comuneros del sector y que proyectos a futuro desean que se realicen en la localidad.

### **1.2.2 LEY DE CREACIÓN DE LA COMUNA ENGUNGA.**

La expedición de la Ley de Organización y Régimen de las Comunas de 30 de julio de 1937, la cual se mantiene vigente en la constitución del 2008, constituye el primer acto de reconocimiento jurídico-orgánico de las comunas y de sus tierras comunales ocurrido durante el período republicano.

La Codificación de la Ley de Organización y Régimen de Comunas (2004) se refiere a éste como:

Todo centro poblado que no tenga la categoría de parroquia, que existiera en la actualidad o que se estableciere en lo futuro, y que fuere conocido con el nombre de caserío, barrio, partido, comunidad, parcialidad, o cualquiera otra designación, llevará el nombre de comuna, a más del nombre propio con el que haya existido o con el que se fundare. (Título I, Art. 1)

El requisito para constituir una comuna según esta Ley, en el Título I, Art. 5 establece que: "Para poder constituir una comuna es indispensable que el número de habitantes que radiquen habitualmente en ella, sea no menor de cincuenta." (Pág. 3)

Referente a la posesión de bienes colectivos, en el Título I, Art. 6 dicta que: "Los habitantes de las comunas podrán poseer bienes colectivos, como tierras de labranza y pastoreo, industrias, acequias, herramientas, semovientes, establecimientos educacionales, etc." (Pág. 3)

Con respecto a la propiedad de la tierra comunal, la Ley en su artículo 21 prohíbe el registro indebido de tierras comunales: "Ningún notario podrá extender escritura pública que diga relación con los bienes colectivos de las comunas, sin previa comprobación de que se hayan observado fielmente las disposiciones constantes en el Art. 17. Si llegare a otorgar escritura pública en contravención con estas prescripciones, tal instrumento adolecerá de nulidad, a costa de los que hubieren intervenido en su otorgamiento, inclusive el notario y el registrador de la propiedad, de llegar a inscribirse la escritura".

Dicha Ley, como todas las leyes en beneficio de los intereses populares, fue el fruto de las luchas protagonizadas por el campesinado ecuatoriano agrupado entorno a sus comunas. Pero más allá de la promulgación de la Ley de Comunas,

de haberse apoyado realmente las luchas y demandas campesinas en el país, estaríamos hablando de una realidad diferente a la actual respecto a desarrollo local y nacional, equilibrándose así las actuales desigualdades sociales y las existentes respecto a la propiedad de la tierra. La realidad ecuatoriana se articuló de otra manera, y sus consecuencias han sido evidentes: subdesarrollo, desequilibrio social, injusticia y dependencia.

Volviendo al aspecto jurídico, las comunas en Ecuador adquirieron legitimidad jurídica y por lo tanto la existencia de tierras comunales dedicadas a diversos tipos de explotación agrícola consecuentemente adquirieron también legitimidad legal.

En este contexto, “hay que hacer una salvedad de las tierras comunales de la Península de Santa Elena, (...) que no se trabajan permanentemente debido a largos periodos cíclicos de sequía (...), pero que según estudios técnicos constituyen tierras aptas para la labranza dado que contienen una gruesa y rica capa de humus que incluso pueden apreciarse a la simple vista. Para reafirmar lo dicho bástenos recordar que hace pocos años las tierras peninsulares eran zonas agrícolas y ganaderas de importancia”.

Este proceso de sequía se origina por la deforestación del territorio debido a la tala sistemática de montañas residuales para la explotación de madera fina -guayacán, seca, caoba, amarillo, cedro, entre otros-, por la costumbre local de quemar del carbón de madera, y por el más reciente impacto del desarrollo inmobiliario, infraestructura turística y otras cuestiones relacionadas con un concepto de desarrollo caduco que en la actualidad ya pasa factura. Sumado todo ello, sus consecuencias son visibles en Santa Elena, habiéndose transformado el territorio en grandes extensiones de terreno árido poblado de plantas cactáceas y de vegetación raquítica.

### **1.2.3 DIVISIÓN POLÍTICA, ECONÓMICA DE LA COMUNA ENGUNGA - PARROQUIA CHANDUY.**

La Comuna Engunga está situada en la Parroquia Chanduy del Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena, en el 15 km al sudoeste de la vía Guayaquil – Salinas. Está conformada por dos sectores, separados por el río de Engunga que en la actualidad se encuentra en sequía, podemos mencionar una de ellas la parte céntrica de la población donde se encuentra ubicada la iglesia de la Comuna, su parque, la casa comunal, la capilla de la Virgen Agustina, Centro Médico y Odontológico, una Escuela y un Centro de Desarrollo Infantil, y en el otro sector la cría de animales y sembríos que por escases de ríos es muy pobre la producción.

Posee 1,800 hectáreas, de las cuales se pueden regar unas 300. El órgano de gobierno es el Cabildo, integrado por un presidente, un vicepresidente, un secretario, un tesorero y vocales de varias comisiones, que se eligen por un año.

La nueva Constitución de la República del Ecuador (2008) en su Art. 57. “Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos.” (Pág. # 38).

### **1.2.4 UBICACIÓN GEOGRÁFICA, CLIMAS, COSTUMBRES.**

#### **UBICACIÓN GEOGRÁFICA**

La comuna Engunga comprende a un costado está el Cerro Colorado, que pertenece a Puerto Engabao, al oeste con la Comuna Tugadua y al sur con el Océano Pacífico.

**G R Á F I C O # 1**  
**M A P A D E L A P R O V I N C I A D E S A N T A E L E N A**



**Fuente:** Mapa de la Provincia de Santa Elena  
**Elaborado por:** Johanna Mujica

**CLIMAS**

Las condiciones ambientales se prestan para la producción de frutas y hortalizas para la exportación, sobre todo aprovechando la flexibilidad para lograr cosechas durante las “ventanas de mercados”. Antes de ésta experiencia, sin embargo, la Comuna Engunga no había aprovechado el potencial de los cultivos no tradicionales de exportación, lo cual si ha sido aprovechado por empresarios que han provisto el 25% de las fuentes de trabajo para los habitantes de la Comuna.

## **C O S T U M B R E S**

En todas las Comunas pertenecientes a Chanduy se celebran también fiestas patronales en honor a sus patronos, como por ejemplo: Virgen de las Mercedes en Engunga. En todas estas comunidades es tradición la quema de castillos y la presencia de la banda de músicos para amenizar la fiesta.

En las comunas también es tradición celebrar las fiestas de Aniversario Comunal y sobre todo en Tugaduaja y Engunga son muy famosas por los bailes públicos con orquestas, carreras de caballos, músicos y guiriquines.

### **1.2.5    A C T I V I D A D E S E C O N Ó M I C A S Y P R O D U C T I V A S .**

En la Comuna Engunga, viven aproximadamente 250 familias, con unas 1,600 personas, analfabetas en un 45% . Por falta de oportunidades de trabajo, un 20% de la población ha migrado permanentemente. Hasta la fecha de inicio de la experiencia, en 1996, las fuentes de ingresos eran: empresas camaroneras (30%), empresas agrícolas (25%), explotaciones pecuarias propias (20%), explotaciones agrícolas propias (5%), y trabajos en las ciudades (20%).

Para apoyar a la Comuna Engunga, la Fundación para el Desarrollo Agropecuario (FUNDAGRO) diseñó un proyecto de espárragos destinados a la exportación. Posteriormente, se creó la empresa “Agro Industria Engunga (Agrigunga) Cía. Ltda.”, con el fin de que el proyecto tenga una estructura de negocios apropiada, con el mandato de destinar parte de sus utilidades para financiar el desarrollo económico y social de la Comuna. Hasta la segunda cosecha de espárragos del año 2000, la empresa había realizado ventas brutas por USD 123,000 y había pagado 22,855 jornales, convirtiéndose en uno de los mejores empleadores de la zona. Además, había cancelado cuantiosas deudas y había entregado USD 9,000 a la Comuna de Engunga.



El negocio de espárragos es muy competitivo, por lo cual se debe contar con infraestructura y equipos modernos (sistema de riego por goteo; planta empacadora con sistema enfriador de agua, cuarto frío y generador de energía), y con una gerencia que tenga la capacidad de negociar con los suplidores de bienes y servicios, así como con los agentes de comercialización para los mercados internacionales.

Otra fuente de trabajo importante (30%) ha sido las camaroneras de la zona, cuyas miles de hectáreas pertenecieron en el pasado a la Comuna, y que fueron adquiridas por empresarios manipulando leyes y procedimientos.

El jornal que se pagaba era de S/. 70,000 (sucres) por semana, que, al tipo de cambio de la época, equivalía a un jornal diario de USD 3.76; posteriormente, con la devaluación de la moneda local, el salario real, o su equivalente en dólares, cayó a menos de la mitad, y ha tenido muchos problemas para reajustarse.

El ingreso familiar (promedio menor a USD 200 por mes) típicamente se complementaba con la venta de hortalizas producidas estacionalmente, con un bajo nivel de tecnología, y, frecuentemente, a través de intermediarios. Los principales productos han sido tomate, pimiento, melón y sandía. Han existido serios problemas de insectos tales como “la mosca blanca” y enfermedades tales como “la ceniza”.

Como podemos deducir, este tipo de problema que enfrenta este proyecto, es por la falta de recursos, en este caso un sistema de riego, que en la actualidad la comuna está por conseguir a los diferentes trámites realizados con los organismos competentes.

#### **1.2.6 ENGUNGA EN LA ACTUALIDAD.**

Cerca de 108 años ha tenido que esperar Engunga (Parroquia Chanduy), para observar cambios satisfactorios. La Comuna en la actualidad tiene una escuela primaria con 260 alumnos y siete profesores, de los cuales cuatro paga el Estado; la infraestructura estaba en regular estado. Se ha mejorado en los últimos años, y se ha construido una guardería infantil con apoyo de "Plan Internacional".

Existe un centro de salud, con atención médica tres días por semana, y con atención dental un día por semana. El equipamiento y el suministro de medicamentos son deficientes.

Existe energía eléctrica y agua potable, cada familia con su respectivo medidor de agua potable y energía eléctricas, existen un máximo de 10 viviendas que aún no obtienen este beneficio, por el motivo que todavía no tienen la totalidad de la estructura de su vivienda para habitar en ella. No hay servicio de transporte público.

Existe la reconfirmación vial, las calles intervenidas son: 2 de Noviembre, Guayaquil, Eloy Alfaro, Tungurahua, 10 de Agosto, Manabí, San José, Pedro Moncayo y el acceso al camposanto de la comunidad, 2.552 metros lineales (ml) de vías fueron reconfirmadas por maquinaria, que efectuó la Prefectura en esta población que actualmente cuenta con 2.000 habitantes. Sin duda, la ejecución de estos trabajos, hacen que Engunga se enrumbe al desarrollo provincial.

Ahora en la comuna el tránsito peatonal y vehicular será más rápido y cómodo, el polvo que se levantaba cuando circulaban los carros era insoportable, por más que cerrábamos puertas y ventanas, la polvareda hacía de las suyas, ya no andaremos en el lodo en época de lluvias, se cuenta con mejores condiciones de salud ya que ya no se consume agua salada, pero si le hace falta algunas obras a la comuna,

como el canal de riego para mejorar la agricultura y ganadería, una vía de acceso al océano pacífico para que los comuneros puedan dedicarse nuevamente a la pesca, un colegio para que las personas que habitan en ella puedan educarse con facilidad, aunque cabe reconocer que hay muchos proyectos y convenios que ayudan a que la comuna Engunga busque su desarrollo, tales instituciones que brindan estos proyectos son SOCIO - BOSQUE, LA ERA, EL MAGAP , entre otras, así como capacitaciones y ayudas económicas han hecho que la Comuna mencionada haya mejorado en los últimos años gracias a las gestiones de sus cabildos.

#### **1.2.7 PROBLEMAS ACTUALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMUNA ENGUNGA .**

Los principales problemas que afectan a la comuna Engunga se detallan a continuación:

Entre el desarrollo económico de la Comuna Engunga, podemos señalar que tradicionalmente este ha estado encaminado a fortalecer el sector ganadero, avícola, agrícola como eje principal de su economía, este intento se ha visto amenazado por condiciones de inseguridad dada la presencia de distintos actores armados al margen de la ley, conflictos en la estructura de tenencia de la tierra; falta de modelos tecnológicos apropiados; deficiencias en la infraestructura de apoyo a la producción; baja disponibilidad de recursos de crédito; dispersión y deficiencia de las entidades públicas encargadas de la prestación de los servicios de asistencia técnica.

Esta situación presenta varias implicaciones para el desarrollo productivo y social de la Comuna, entre las cuales podemos señalar: que el sector avícola y ganadero en esta región, en términos generales, dados los escasos excedentes para el mercado de la comuna Engunga, no ha podido convertirse en un socio importante que demanda el sector doméstico-comercial, situación que no es ajena a las

condiciones generales que desde la década de 1940 presenta el sector avícola y ganadera en la comuna, por la escasez de agua, ayuda por entidades competentes, entre otros factores.

Debido a estas situaciones que afecta a los comuneros del cabildo de Engunga; se ha logrado identificar las grandes causas y efectos que no dejan que la misma prospere; a continuación se mencionan las más relevantes.

#### **CAUSAS**

- La falta de capital de trabajo, es un elemento importante para que no se desarrolle el incremento y mejora de la actividad campesina.
- Falta de modelos tecnológicos apropiados para ejercer esta actividad para la generación de ingresos.
- Falta de apoyo económico, por parte de autoridades competentes para crear infraestructura adecuada.

#### **EFFECTOS**

- Alto nivel de discriminación para este sector campesino para desarrollar las actividades, llevando a que aumente la tasa de desempleo, lo que conduce a un déficit de plazas laborales.
- Bajo nivel de conocimientos tecnológicos, lo que conduce a un déficit de plazas laborales.
- Deficiencias en la infraestructura de apoyo a la producción, causando inestabilidad del negocio.

## **1.2.8 SURGIMIENTO DE LA CRIANZA AVÍCOLA Y GANADERA EN LA COMUNA ENGUNGA DE LA PARROQUIA CHANDUY.**

### **1.2.8.1 CRIANZA AVÍCOLA**

Décadas atrás en el Ecuador la crianza avícola era considerada como una actividad marginal, puesto que se desarrollaba en su mayor parte sólo a nivel rústico y doméstico. Pero este sector, y especialmente la producción de carne de pollo, ha venido evolucionando en los últimos años, pasando de ser una actividad meramente artesanal a convertirse en una industria de importante acreditación, aportando un porcentaje significativo, aproximadamente del 10% del Producto Interno Bruto nacional - PIB -, según estadísticas de la Corporación Nacional de Avicultores (CONAVE).

En las últimas décadas, el consumo de carne de pollo se ha incrementado sustancialmente en todo el mundo sin ser la excepción Ecuador, pues se considera una de las carnes más saludables y menos costosas en comparación con la carne roja y la de pescado. Por esta razón, considerando el creciente consumo de carne de pollo, las industrias relacionadas se encuentran en la búsqueda de mejores técnicas de planificación y desarrollo de sus procesos productivos apoyándose en modelos de optimización que las conlleve a que el sector logre ganar en eficiencia productiva y de costos, permitiendo además desenvolverse en un ambiente más competitivo a nivel nacional e internacional.

En la Provincia de Santa Elena, el consumo de carne de pollo también ha tenido una dinámica positiva durante la última década, esto se ha visto reflejado por el ingreso masivo de producción de aves desde otros cantones, debido a que los productores locales no han logrado abastecer al mercado.

#### **1.2.8.2 CRIANZA GANADERA**

En el Ecuador la crianza ganadera es y ha sido considerada como una actividad productiva, puesto que se ha desarrollado desde décadas atrás como una actividad primordial de algunos sectores del Ecuador. Pero este sector, y especialmente la producción de carne de ganaderas, ha venido evolucionando en los últimos años, ya que sólo no se cría un tipo de carne, más bien cada sector se dedica a su crianza acorde a los requerimientos de los habitantes.

La crianza ganadera representa una parte importante de la producción agropecuaria y creció significativamente desde 1980, con la introducción de razas europeas y asiáticas. Se destaca que en la región andina a Ecuador como el tercer productor de carne (12%). Según el III Censo Agropecuario Nacional, Ecuador cuenta con una población aproximada de 4,5 millones de bovinos, de los cuales un 37% se encuentran en la costa; la cual está asentada en 3,35 millones de hectáreas de pastos cultivados y 1,12 millones de hectáreas de pastos naturales.

En las últimas décadas, el consumo de carne ganadera se ha incrementado sustancialmente en todo el mundo sin ser la excepción, existiendo la variedad de carne para su venta.

#### **1.2.9 EL ROL QUE DESEMPEÑAN ESTAS ACTIVIDADES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA**

La recientemente creada provincia de Santa Elena pertenece a la región de planificación n° 5. La información recabada durante el último censo del año 2010, determina provisionalmente que existen 9.446 establecimientos económicos visibles que desarrollan actividades productivas en la provincia, lo que significa el 6% de la región 5 y el 2% a nivel nacional. Si se analiza la evolución del valor bruto de producción (PNB) generado en Santa Elena entre el periodo 2004-2007, se puede ver un crecimiento sostenible de las actividades productivas, lo que convierte en la tercera provincia en aportes económicos a la Región 5.

**G R Á F I C O # 2**

**PRODUCCIÓN BRUTA PROVINCIAL**

<b>PRODUCCIÓN BRUTA PROVINCIAL Miles de dólares de 2000</b>					
<b>AÑOS</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006 (sd)</b>	<b>2007 (p)</b>	<b>PROMEDIO</b>
<b>PROVINCIAS</b>					
REGIÓN 5	9.917.143	10.699.415	11.443.957	12.021.450	11.020.491
LOS RÍOS	1.118.468	1.228.916	1.252.153	1.340.543	1.235.020
GUAYAS 2/	8.186.879	8.831.432	9.517.285	9.972.246	9.126.960
SANTA ELENA 1/	396.686	427.977	457.758	480.858	440.820
BOLÍVAR	215.111	211.091	216.761	227.803	217.691
<b>TOTAL PRODUCCIÓN</b>	<b>34.082.036</b>	<b>36.279.721</b>	<b>38.217.361</b>	<b>39.528.266</b>	<b>37.026.846</b>
(sd) semi definitivo (p) Provisionales Fuente y elaboración: ESTADÍSTICAS ECONÓMICAS - BCE. AGENDA ZONAL PARA EL BUEN VIVIR - ZONA DE PLANIFICACIÓN 5 - SEMPLADES - 2010					
1/ Hasta el año 2007, la contabilidad nacional de Santa Elena esta incluida en Guayas por lo que el PNB se estimó en base de la contribución al valor agregado bruto zonal que es del 4%. 2/ descontado el 4% de aporte de Santa Elena a la Región 5.					

**Fuente:** Agenda para la Transformación Productiva Territorial.

**Elaborado por:** Johanna Mujica.

La estructura económica sectorial estimada de esta provincia reproduce en gran medida la distribución de la mano de obra ocupada en las distintas actividades productivas, asociados a la ganadería, avicultura entre otras producciones.

El consumo promedio per cápita de pollo en la Provincia de Santa Elena es de 28 kilogramos, que corresponde a un valor por encima del consumo promedio de pollo del país. De acuerdo a estimaciones realizadas por los productores locales, diariamente se necesitan de aproximadamente 6200 pollos para satisfacer la demanda de carne; la misma que es satisfecha en un 30 por ciento con la producción local.

Como se puede dar a notar, esta actividad es muy rentable en esta zona, sin embargo los productores locales aún no se aplican a las tendencias de planificación óptima de su producción por lo que no pueden ampliar su nivel de producción, y por ende tener mayores beneficios de este negocio en claro ascenso en la Provincia de Santa Elena.

## **1.2.10 CARACTERÍSTICAS, DEBILIDADES Y APORTES DE COMUNEROS EN LA CRIANZA AVÍCOLA Y GANADERA.**

### **1.2.10.1 CARACTERÍSTICAS.**

- Capacitación.- Los comuneros están capacitados para la crianza avícola y ganadera
- Territorio.- Cuentan con terrenos adecuados, para realizar estos dos tipos de crianza (Avícola y Ganadera).
- Recursos Humanos.- Se cuenta con un personal adecuado para realizar este tipo de actividades.

### **1.2.10.2 DEBILIDADES.**

- Capital de Trabajo.- No se cuenta con el suficiente capital de trabajo para mejorar las actividades.
- Mayor Costo.- No existe la utilización de la economía de escala, a mayor producción menor costo.
- Una organización estructurada.- No se cuenta con un establecimiento adecuado para realizar diferentes actividades dentro del sector.

### **1.2.10.3 APORTES.**

- Personal Calificado.- Se puede brindar u ofrecer un mejor producto ya que se cuenta con un personal altamente capacitado para la realización de crianza avícola y ganadera.
- Producto.- Se ofrece un servicio de alimentación en la Comuna.
- Calidad de producto.- Debido a sus capacitaciones aportan con un buen producto al mercado, obteniendo mejores resultados de venta



### **1.2.11 ACTIVIDADES ECONÓMICAS DE COMUNEROS EN LA COMUNA ENGUNGA DE LA PARROQUIA CHANDUY.**

El eje principal de la actividad económica de la comuna Engunga fue la ganadería, luego la agricultura, considerada como el eje económico de las comunidades de la provincia de Santa Elena.

En los años de los 70 se dedicaron a ser pescadores, luego hacían carbón, también eran carpinteros e incluso se abastecieron de agua mediante tanqueros. Desde esta época la ganadería se vio afectada por los siguientes hechos:

El progresivo proceso de sequía como consecuencia de la deforestación, ya que había empezado desde principios del siglo, esto se debió además a que las tierras se volvieron estériles, por la contaminación y los químicos que utilizaban las camaroneras.

Paralelamente a la ganadería como principal actividad productiva, se ejecutaba la avicultura en especial la cría de aves de corral, principal alimento consumido por los habitantes de la Comuna Engunga ya que no existen habitantes que se dediquen a la pesca por no tener una vía de acceso al Océano Pacífico. La mano de obra es uno de los recursos más abundantes en la comuna, sin embargo, se trata de mano de obra no calificada, que maneja generalmente métodos tradicionales de producción. En invierno vendían leche de chivo, pero debido a las costumbres de la población se consumía poco.

#### **Subsector Agrícola**

Entre lo que se ha cultivado en los terrenos de la comuna Engunga están: tomate, pimiento, sandía, ciruela, mangos. Cabe recalcar que años atrás todo sembrío era cultivado en forma natural, es decir no se utilizaban químicos.



#### **1.2.12 SITUACIÓN ACTUAL DE COMUNEROS.**

En la actualidad los comuneros buscan mejores condiciones de vida, enfrentándose a grandes desafíos, ahora se preocupan por brindar un mejor desarrollo a su Comuna, creando fuentes de empleo, buscando capital de trabajo para iniciar un pequeño negocio.

En la Comuna Engunga existen personas que desean mejorar sus condiciones de vida, los mismos que han tomado la iniciativa de arriesgarse a realizar proyectos de inversión con el fin de crear fuentes de trabajo, desarrollo económico social de su comunidad, entre otros.

La situación que atraviesan hoy los comuneros, es crear una asociación con Personería Jurídica, legamente establecidos para así empezar a ejecutar actividades comerciales.

#### **1.2.13 ASISTENCIAS ECONÓMICAS QUE SE LES OTORGA A CAMPESINOS DE COMUNAS.**

Hoy en día, con nuevas leyes o modificaciones de las mismas, se ha llegado a otorgar diferentes asistencias económicas a campesinos entre ellas tenemos:

- Préstamos Bancarios
- Fondos no Reembolsables.

### **1.3 LA ASOCIATIVIDAD COMO MODELO DE MEJORAMIENTO**

#### **CONTINUO .**

##### **1.3.1 DEFINICIONES .**

Villegas, Zolio Pallares (2008), define:

La Asociatividad es considerada como un modelo de mejoramiento continuo, debido a que se constituye como una estrategia, que permite lograr el desarrollo sustentable para aquellos individuos que desean unir sus esfuerzos. Para lograr que este modelo logre un cambio en la situación socioeconómica del país, es necesario primeramente lograr un cambio muy importante en la cultura de los comuneros que desean formar parte de la Asociatividad. (Pág. 9)

##### **1.3.2 CARACTERÍSTICAS .**

Villegas, Zolio Pallares (2008). Los procesos asociativos comparten algunas características destacadas:

- La incorporación es voluntaria: ninguna individuo es forzado a integrar un grupo, sino que lo hace cuando tiene la convicción de que puede generarle oportunidades de crecer y mejorar.
- No se excluye a ningún tipo de negocio: Los modelos asociativos son aplicables a cualquier tipo de empresa, sin importar a qué industria pertenecen.
- Se mantiene la autonomía general de las empresas: En el caso de los grupos asociativos, cada empresa mantiene su autonomía, y decide qué hacer con los beneficios que obtiene del proyecto.
- Puede adoptar distintas modalidades, tanto organizacionales como jurídicas.
- La Asociatividad es un mecanismo de cooperación típico de las pequeñas empresas.

➤ La Asociatividad puede adoptar diversas modalidades, dependiendo del objetivo que la promueve: subcontrataciones, desarrollo de alianzas estratégicas, fomento de distritos sectoriales, formación de núcleos empresariales, conformación de redes de servicios, pools de compra, grupos de exportación, entre los más usuales. (Pág. 12)

### **1.3.3 VENTAJAS DE ASOCIARSE.**

Las ventajas de la Asociatividad, desde el punto de vista de la demanda son variadas, estas ventajas sea que se alcance mediante la creación de redes, cadenas productivas, o aglomeraciones, son reconocidas en la literatura económica, las que han comprobado que las externalidades económicas de una aglomeración son mayores que las que una firma individual obtiene sin pertenecer a esta. Entre las principales tenemos: Rosales R. (2007) Señala la siguientes ventajas.

- El potencial de crecimiento y actualización tecnológica y de innovación de las empresas bajo el esquema de Asociatividad. Según la literatura, esta es la ventaja mayor de una aglomeración, debido a que las firmas están obligadas a innovar productos y procesos, ser más eficientes, buscar nichos de mercado y en general ser más productivas. Esto es el resultado tanto de la competencia y cooperación dentro de la aglomeración.
- Mantenimiento de la autonomía gerencial y jurídica.
- Flexibilidad: son mayormente acuerdos de tipo voluntario y generalmente informal, el ingreso y salida de miembros es sencillo y poco conflictivo.
- Economía: Los recursos que utilizan son principalmente el tiempo de los miembros, pero no requieren generalmente la erogación de gastos importantes.

- La posibilidad de compartir y aprovechar información sobre: Proveedores, diseño de productos, mano de obra, insumos, clientes e intermediarios, mercados y tecnología.
- Resolver problemas comunes también es un incentivo para asociarse, porque los costos son repartidos entre todos los participantes y aquel costo es menor a seguir teniendo el problema. Uno de los puntos en donde generalmente existe más consenso entre las empresas es en el desarrollo del capital humano dentro de redes empresariales.
- El desarrollo de la economía local, producto de la mejora en sueldos y salarios, trae consigo una mejora en el nivel de vida de los habitantes de la localidad de la aglomeración, dándole un rostro humano al desarrollo económico.

Cada una de estas ventajas generan en los empresarios una serie de efectos secundarios positivos: Una mentalidad más abierta, mayor confianza, visión a más largo plazo, mayor integración, positivismo y dinamismo en la práctica empresarial. Además, la disponibilidad de materia prima generalmente es más abundante cuando existe una aglomeración. Todo esto se traduce en un aumento de la eficiencia colectiva de una aglomeración, donde los miembros están mejor juntos que separados. (Pág.24)

#### **1.3.4 OBSTÁCULOS PARA ASOCIARSE**

Iguera M. (2001) menciona:

No obstante los beneficios tangibles e intangibles que la Asociatividad transmite a quienes lo ejecutan para mejorar su posición competitiva, el desarrollo de proyectos exitosos enfrenta diversos obstáculos que tendrán que vencer aquellos individuos a unirse si quieren obtener el máximo impacto: (Pág.16)

- No cuentan con una clara oportunidad de negocios.
- Los objetivos comunes no estén claramente definidos (por ejemplo, la solución de un problema común).
- No cuentan con un modelo de negocios bajo el cual operará el grupo.
- Falta de asesoría especializada (coaching) durante el proceso de integración.
- No existe el suficiente clima de confianza y comunicación entre los socios.
- Falta de procedimientos de operación y control (reglas de operación).
- Falta de información y de transparencia en los programas y planes de acción.
- Deficiente preparación para las negociaciones y ausencia de estímulos efectivos para la cooperación.
- Actitudes oportunistas de alguno(s) de los socios.

### **1.3.5 OBJETIVOS DE LA ASOCIATIVIDAD.**

Los modelos de Asociatividad tienen poca importancia de carácter mercantil, debido a que no son tan utilizados, por la cultura implementada en el Ecuador. Iguera M. (2001), señala al respecto como objetivos de los procedimientos empresariales en estas organizaciones: (Pág.18)

#### **1.3.5.1 FINANCIERAS.**

Acceso al financiamiento, cuando las garantías que se requieren no pueden ser cubiertas por cada actor en forma individual, pero en grupo, son cubiertas proporcionalmente por parte de cada uno de los participantes, Compras conjuntas e Inversión conjunta.

#### **1.3.5.2 ORGANIZACIONALES.**

Mejorar en los procesos productivos, Aplicación de nuevas formas de administración, Intercambio de información productiva o tecnológica, Capacitación conjunta, Generar economías de escala, Acceso a recursos o habilidades críticas, Aumento del poder de negociación, Investigación y desarrollo.

#### **1.3.5.3 DE COMERCIALIZACIÓN.**

Lanzamiento de nuevos productos al mercado, Apertura de nuevos mercados, Intercambio de información comercial, Investigación de mercados, Alianzas para vender, Logística y distribución.

#### **1.3.6 TIPOS DE ASOCIATIVIDAD.**

Villegas, Zolio Pallares (2008). La Asociatividad puede adoptar diversas modalidades, dependiendo del objetivo por el cual se produce. Cada modalidad implica diversas formas de participación de los actores y genera mayores o menores responsabilidades. (Pág. 21).

Es importante distinguir los diferentes tipos de Asociatividad empresarial que pueden darse, entre estas tenemos:

##### **1.3.6.1 REDES VERTICALES**

Villegas, Zolio Pallares (2008). Este tipo de asociación se da entre empresas proveedoras y aquellas que producen bienes finales para el consumo.

La cooperación en redes verticales en el carácter tecnológico proviene de acuerdos con instituciones tales como universidades, suministro de tecnologías. En la parte productiva las redes verticales se pueden dar en el desarrollo de proveedores. En la parte de mercadeo, las redes verticales ayudan para la compra exclusiva y manejo de territorios con distribución exclusiva. La capacitación y entrenamiento se puede costear entre todas las empresas que forman la aglomeración, y donde todos tienen los beneficios tanto directamente, a través del mejoramiento de sus recursos humanos, como indirectamente a través de una oferta de mano de obra más calificada.



La especialización de las firmas en lo que hacen mejor también es una ventaja importante de las aglomeraciones y redes asociativas. (Pág. 23)

#### **1.3.6.2 REDES HORIZONTALES.**

Villegas, Zolio Pallares (2008). La cooperación en redes horizontales es de carácter asociativo entre empresas competidoras del mismo ramo y se puede dar en forma tecnológica como por ejemplo en laboratorios compartidos que desarrollen tecnologías comunes para todos los participantes. (Pág. 25).

Así mismo, la cooperación horizontal se puede dar en el aspecto productivo como economías de escala, especialización productiva, y hasta limitación de producción. En el aspecto de mercadeo se puede asociar para tener una antena comercial conjunta, expansión de mercados, compartir marcas, servicio de postventa común, entre otras. Cabe recalcar que en las redes horizontales, la Asociatividad puede darse entre entes complementarios y no competidores, pero que pueden dar un valor agregado a los productos y servicios.

#### **1.3.6.3 REDES TERRITORIALES**

Las redes territoriales no son otra cosa que los llamados “clúster” o aglomeraciones que se pueden producir en un territorio identificable, sea este una ciudad, provincia o región. Las aglomeraciones se dan cuando las firmas sean competidores o complementarios compiten entre sí pero también cooperan y existe una constante presión de la demanda hacia la innovación de los productos. En los clúster existen proveedores especializados y fortalezas institucionales que favorecen el desarrollo empresarial.

Estos tipos de Asociatividad según Barreiro F. (2001), pueden clasificarse en las siguientes modalidades:

**Subcontratación.-** Son relaciones verticales, entre los distintos eslabones de la cadena de valor. En muchos casos, se trata de pequeñas o medianas empresas que orientan su producción a clientes grandes.

**Alianzas estratégicas.-** Son relaciones horizontales, entre empresas que compiten en el mercado, pero que se unen y cooperan en ciertas actividades, como pueden ser investigación y desarrollo, compras, comercialización, etc.

**Distritos industriales.-** Son aglomeraciones regionales de un número de empresas de una rama de la industria que se complementan mutuamente y cooperan de manera intensiva para fortalecer la competitividad de la aglomeración.

**Núcleos empresariales.-** Son equipos de trabajo formados por empresarios del mismo rubro o de rubros diferentes con problemas a superar en común, que se unen para compartir experiencias y buscar soluciones en conjunto.

**Redes de servicios.-** Son grupos de personas de una misma profesión pero con diferentes especialidades, o un conjunto de instituciones que organizan un equipo de trabajo interdisciplinario para cubrir integralmente la necesidad de potenciales clientes.

**Pools de compra.-** Son grupos de empresas que necesitan adquirir productos o servicios similares y se reúnen con el objeto de aumentar el poder de negociación frente a los proveedores.

**Grupos de exportación.-** Varias empresas de un mismo sector se agrupan para encarar juntas un proyecto de exportación y cuentan con un coordinador que las va guiando en el trazado de una estrategia que le permita al grupo colocar sus productos en el exterior.

En general, se logra reducir costos en aspectos que van desde el armado del proyecto exportador y el acceso a la información sobre mercados hasta la promoción y la comercialización. También les posibilita a los integrantes del grupo mejorar la oferta, tener un mayor poder de negociación y armar una imagen comercial fuerte frente a sus clientes. (Pág. 48)

## **1.4 LA ADMINISTRACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN COMO EJE PRINCIPAL DE MEJORAMIENTO DE UNA ORGANIZACIÓN**

### **1.4.1 LA ADMINISTRACIÓN:**

#### **1.4.1.1 GENERALIDADES**

La administración sigue un propósito. Una condición de la administración es un objetivo sea esté implícito o enunciado específicamente

Es un medio para ejercer impacto en la vida humana. Es decir, la administración influye en su medio ambiente.

Está asociada generalmente con los esfuerzos de un grupo. Todo organismo acciona para alcanzar determinados objetivos, los que se logran más fácilmente por medio de un grupo y no por una sola persona.

Se logra por, con y mediante los esfuerzos. Para participar en la administración se requiere dejar la tendencia a ejecutar todo por uno mismo y hacer que las tareas se cumplan con y mediante los esfuerzos de otros.

Es una actividad, no una persona o grupo de ellas. La administración no es gente, es una actividad; las personas que administran pueden ser designadas como Directores, gerentes de áreas, entre otros.

La efectividad administrativa requiere el uso de ciertos conocimientos, aptitudes y práctica. La habilidad técnica es importante para cumplir con un trabajo asignado.

La administración es intangible. Su presencia queda evidenciada por el resultado de los esfuerzos.

Los que la practican no son necesariamente los propietarios; es decir, administrador y propietario no son necesariamente sinónimos.

#### 1.4.1.2 DEFINICIÓN

Chiavenato I. (2004) La administración se define como el proceso de crear, diseñar y mantener un ambiente en el que las personas, laborando o trabajando en grupos, alcancen con eficiencia metas seleccionadas. Es necesario ampliar esta definición básica. Como administración, las personas realizan funciones administrativas de planeación, organización, integración de personal, dirección y control. (Pág. 10)

- La administración se aplica en todo tipo de corporación.
- Es aplicable a los administradores en todos los niveles de corporación.
- La meta de todos los administradores en todos los niveles de corporación

La administración se ocupa del rendimiento; esto implica eficacia y eficiencia.

#### 1.4.1.3 LAS FUNCIONES DE LA ADMINISTRACIÓN:

Muchos académicos y gerentes han descubierto que el análisis de la administración se facilita mediante una organización útil y clara del conocimiento como primer orden de clasificación del conocimiento se han usado las cinco funciones de los gerentes:

- Planeación.
- Organización.
- Integración de personal.
- Dirección.
- Control.

Aunque existen diferentes formas de organizar, el conocimiento administrativo, la mayoría de los autores han adoptado esta estructura u otra similar, incluso después de experimentar a veces con otras formas de estructurar el conocimiento.

Algunos académicos han organizado el conocimiento administrativo en torno a los papeles de los administradores.

En realidad, se ha hecho alguna contribución valiosa ya que este enfoque también se concentra en los que hacen los administradores y son evidencia de planeación, organización, integración de personal, dirección y control. Sin embargo este enfoque basado en los papeles tiene ciertas limitaciones.

Aunque se ponen de relieve las tareas que los Administradores deben operar en el ambiente externo de una empresa, así como en el ambiente interno de los diversos departamentos dentro de una organización.

Robbins S. y Coulter M. (2005) La administración, se puede relacionar con el ámbito económico. Es una de las actividades más comunes de la administración. Por lo mismo es que en la actualidad, existen los cargos de administración y finanzas. Actividad, que busca el balance constante, entre los egresos e ingresos. Esto, para mantener el nivel productivo y financiero de la organización. En el fondo, que esta sea rentable. Tanto en el ámbito de las organizaciones con fines de lucro o no. Ya que la administración, busca que en el largo plazo, toda organización sea solvente. (Pág. 7 y 9)

Pero también la administración es aplicable a otras esferas, alejadas al ámbito económico.

Como por ejemplo, la administración pública, la cual versa sobre los actos del Estado (específicamente con el ejecutivo). Para la Real Academia de La Lengua, la administración pública, tiene que ver con la organización (poder ejecutivo) ordenada a la gestión de los servicios y a la ejecución de las leyes en una esfera política determinada, con independencia del poder legislativo y el poder judicial.

Asimismo, podemos hablar de la administración militar, la cual tiene a su cargo, las situaciones inherentes a las ramas castrenses. De la misma manera, la administración judicial y todo lo relacionado a los diversos estamentos o tribunales de justicia.

Por lo mismo, toda organización, ya sea privada o pública, requiera de la administración de la misma. Ya sea a un nivel económico o netamente burocrático.

#### 1.4.1.4 CARACTERÍSTICAS DE LA ADMINISTRACIÓN

Chiavenato I. (2004), menciona las siguientes características:

1. **SU UNIVERSALIDAD.** El fenómeno administrativo se da donde quiera que existe un organismo social, porque en él tiene siempre que existir coordinación sistemática de medios. La Administración se da por lo mismo en el Estado, en el ejército, en la empresa, en una sociedad religiosa, entre otras. Y los elementos esenciales en todas esas clases de Administración serán los mismos, aunque lógicamente existan variantes accidentales.
2. **SU ESPECIFICIDAD.** Aunque la Administración va siempre acompañada de otros fenómenos de índole distinta: en la empresa funciones económicas, contables, productivas, mecánicas, jurídicas, entre otras.), el fenómeno administrativo es específico y distinto a los que acompaña. Se puede ser: un magnífico ingeniero de producción (como técnico en esta especialidad) y un pésimo administrador.
3. **SU UNIDAD TEMPORAL.** Aunque se distingan etapas, fases y elementos del fenómeno administrativo, éste es único y, por lo mismo, en todo momento de la vida de una empresa se están dando, en mayor o menor grado, todos o la mayor parte de los elementos administrativos. Así: al hacer los planes, no por eso se deja de mandar, de controlar, de organizar, entre otros.
4. **SU UNIDAD JERÁRQUICA.** Todos cuantos tienen carácter de jefes en un organismo social, participan, en distintos grados y modalidades, de la misma Administración. Así, en una empresa forman "un solo cuerpo administrativo, desde el Gerente General, hasta el último mayordomo. (Pág. 136)

#### 1.4.1.5 OBJETIVOS DE LA ADMINISTRACIÓN:

1. Alcanzar en forma eficiente y eficaz los objetivos de un organismo social.  
Eficacia. Cuando la empresa alcanza sus metas.  
Eficiencia. Cuando logra sus objetivos con el mínimo de sus recursos.
2. Es permitirle a la empresa tener una perspectiva más amplia del medio en el cual se desarrolla.
3. Asegurar que la empresa produzca o preste sus servicios.

## **1.4.2 LA COMERCIALIZACIÓN**

### **1.4.2.1 DEFINICIÓN**

Chiavenato I. (2004). Es un conjunto de actividades relacionadas entre sí para cumplir los objetivos de determinada empresa. El objetivo principal es hacer llegar los bienes y/o servicios desde el productor hasta el consumidor. (Pág.140)

Implica el vender, dar carácter comercial a las actividades de mercadeo, desarrollar estrategias y técnicas de venta de los productos y servicios, la importación y exportación de productos, compra-venta de materia prima y mercancías al por mayor, almacenaje, la exhibición de los productos en mostradores, organizar y capacitar a la fuerza de ventas, pruebas de ventas, logística, compras, entregar y colocar el producto en las manos de los clientes, financiamiento, entre otros.

Para llevar a cabo la comercialización de un producto es muy importante realizar una correcta investigación de mercados para detectar las necesidades de los clientes y encontrar la manera de que el producto o servicio que se ofrezca cumpla este propósito.

### **1.4.2.2 IMPORTANCIA DE LA COMERCIALIZACIÓN**

Chiavenato I. (2004). La comercialización del negocio es una de las piezas más importantes que tu negocio necesita ser tratado con la atención cuidadosa y pensamientos proactivos. Para la comercialización acertada del negocio, necesitas desarrollar un plan apropiado de la comercialización del negocio, y después calibras su funcionamiento para tu crecimiento del negocio. (Pág. 142)

En el extremo, podemos decir que la comercialización del negocio ha crecido ancha y salvaje con los horizontes agregados del Internet y del negocio en línea, y un dueño del negocio debe ser bastante proactivo, manejar la situación constantemente y debe incorporar todas las técnicas posibles para planes y estrategias mejores de la comercialización del negocio.

### 1.4.2.3 ELEMENTOS DE LA COMERCIALIZACIÓN

Chiavenato I. (2004), nos manifiesta los siguientes elementos de la comercialización de algún bien o servicio. (Pág. 148)

**PRODUCTO .-** Es el bien o servicio que cubrirá las necesidades o preferencias del consumidor.

El producto tiene tres sentidos principales:

- Medular, pues resuelve un problema a quien lo adquiere
- Formal, que involucra el aspecto, la marca, nivel de calidad, estilo, entre otros.
- Aumentado, que son los beneficios extras como garantía, mantenimiento, asesoramiento.

**ESTRATEGIAS.-** Son los elementos para aplicar al desarrollo del producto a nivel comercial.

- Diferenciación de productos: frente a la proliferación de productos de características similares, las características que diferencian son de valor para lograr el desarrollo del mismo.

Las demandas básicas a tener en cuenta en esta estrategia son: el ahorro del trabajo, el ahorro de tiempo, o el ahorro en el costo.

A pesar de lo anterior las campañas publicitarias apuntan a veces a factores puramente psicológicos.

- Segmentación del mercado: representan submercados posibles de penetración comercial.

Implica detectar necesidades y proveer los medios para satisfacerlas.



- **Obsolescencia planificada:** consiste en la creación deliberada de cambios aún menores o superficiales con el fin de que los modelos anteriores se vuelvan obsoletos y así generar nuevas demandas de consumo.

**PRECIO .-** Es una importante variable que maneja tanto costos de producción y ventas como nivel de ingresos de los consumidores, volúmenes de ventas, precios de la competencia y aún disposiciones legales vigentes.

Existen dos enfoques principales para la determinación del precio:  
 El enfoque de costos: que tiene en cuenta fundamentalmente costos de producción y distribución, más un margen adicional referido a las ganancias deseadas.

Aparte de los enfoques se aplican diversas técnicas para la fijación de precios:

- **Precio de penetración:** intenta por medio de precios inferiores, tomar su segmento de mercado.
- **Precio de barrida:** pretende levantar el precio del producto en el mercado para lograr mejoras posteriores tanto en calidad, servicio o aún gastos de marketing.
- **Precio competitivo:** corresponde a los enfoques de costos referidos y es el más comúnmente utilizado.
- **Precio de dumping:** ofrece el precio en niveles por debajo del costo, con la finalidad de posicionarse en el mercado.
- Para evitar la guerra de precios se recurre a otros elementos de comercialización, como ser el producto o la promoción.

**PROMOCIÓN.-** Refiere a todas aquellas actividades que tienen por finalidad informar y recordar a los consumidores: precio, producto o canales de distribución.

Podemos conceptualizar cuatro técnicas de promoción:

- Venta personal, se orienta a clientes específicos y grupos reducidos de personas. Maneja la presentación oral del producto o servicio con la finalidad de concretar la venta.
- Publicidad, es cualquier forma pagada de presentación interpersonal y promoción de ideas, bienes o servicios de un patrocinador identificado.

Con ella se intenta no sólo informar, sino además influir.

- Promoción de ventas, incentiva a corto plazo buscando estimular la compra.
- Publicidad no paga, estimula la demanda mediante difusión de noticias relacionadas con el producto o servicio.

Los costos relacionados de esta actividad deben estar relacionados con los niveles de ventas y ganancias que se esperan obtener a través de ella.

**CANALES DE DISTRIBUCIÓN.-** Refiere a los caminos a recorrer por el producto para llegar al consumidor. Se vuelve importante en este aspecto evaluar: la naturaleza del producto, la ubicación del mercado potencial, el precio del producto, el esfuerzo de venta necesario, los recursos y capacidad del productor.

Por tanto la administración de estos canales implica, selección adecuada del canal mediante ciertas políticas como:

- Distribución general o intensiva, buscando la máxima distribución desde cualquier distribuidor y desde cualquier lugar.
- Distribución selectiva, por la cual la empresa selecciona lugares y distribuidores.
- Distribución exclusiva, hace descansar en distribuidores únicos la actividad, delegando la responsabilidad de almacenar y vender el producto.
- Mantenimiento.

#### 1.4.2.4 TIPOS DE COMERCIALIZACIÓN

- Estratégico

- Operativo o táctico

**Estratégico:** analiza las necesidades de los individuos y las organizaciones. Otra función que realiza es el seguimiento de la evolución del mercado e identifica los diferentes productos-mercado y segmentos actuales o potenciales.

La función del marketing estratégico es, orientar a la empresa hacia las oportunidades económicas atractivas para ella, es decir, completamente adaptadas a sus recursos y a su saber hacer, y que ofrecen un recurso potencial de crecimiento y rentabilidad. El marketing estratégico fija la misión de la empresa.

**Operativo o táctico:** Esta centrado en la realización de un objetivo de cifras de ventas. Con determinados presupuestos de marketing autorizados debe realizar objetivos de cuota de mercado a alcanzar. El área comercial tiene 6 funciones fundamentales: investigación de mercados, desarrollo de productos, fijación de precios, comunicación, promoción, venta y distribución de productos y servicios..

#### 1.4.3 ¿CÓMO MEJORAR LA ADMINISTRACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA ORGANIZACIÓN?

Chiavenato I. (2004). Administrar un negocio implica mucho más que levantarse en la mañana e ir a trabajar. Como propietario de su negocio, usted es responsable de todos los aspectos de la compañía. Usted negocia acuerdos con clientes y proveedores de servicios. Usted capacita a sus empleados y establece los estándares de servicio al cliente. Usted retiene ingresos e impuestos del Seguro Social y reenvía el dinero al gobierno, además de asegurarse también de que ha pagado los impuestos de su negocio a tiempo. Es cierto que puede tener empleados o profesionales externos encargados de parte de este trabajo, pero en definitiva, usted es el dueño y la responsabilidad es suya. (Pág. 183)

La administración incluye establecer objetivos y tomar decisiones basadas en un planeamiento cuidadoso. Como dueño del negocio usted es responsable por todos los aspectos del negocio. Sus aptitudes administrativas para guiar al negocio y a sus empleados, jugarán un papel crucial en el éxito de su negocio.

La administración incluye lo siguiente:

- **Planeamiento.** Establecimiento de los objetivos y las estrategias para su negocio.
- **Organización.** Decisiones sobre las tareas, delegación de tareas, calendarios.
- **Personal.** Contratación, entrenamiento y despido de empleados.
- **Dirección.** Supervisión y motivación de los empleados.
- **Control.** Evaluación y análisis del estado del negocio.

Para mejorar la comercialización hay que basarse en los diferentes aspectos

#### **1.- Satisfacer las necesidades de sus clientes**

El servicio a clientes es de vital importancia para determinar el éxito de un pequeño negocio. Usted debe satisfacer a los clientes para que estos deseen regresar a su negocio y para que lo recomienden a otras personas. Recuerde, es más difícil y costoso conseguir nuevos clientes que mantener los antiguos. La mejor forma para que un pequeño negocio compita con empresas más grandes es ofrecer un excelente servicio al cliente.

#### **2.- La actitud es muy importante**

Toda interacción debe ser vista como una oportunidad para servir al cliente. Los empleados deben ser entrenados para responder correctamente por teléfono y en persona. Un excelente servicio a clientes significa ir más allá de lo esperado. Significa tratar de conocer al cliente, sus necesidades, crear relaciones, escuchar con atención, y responder en forma rápida y adecuada.

## 1.5 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La investigación que se realiza tiene la sustentación legal, en los artículos de la Constitución del Ecuador, vigente, en el Código Orgánico de la Producción y en La Ley de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario.

La Constitución de la República del Ecuador (2008) en la Sección novena de las Personas usuarias y consumidoras, Art. 55 establece: “Las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos, y las representen y defiendan ante las autoridades judiciales o administrativas.” También nos recalca que “Para el ejercicio de este u otros derechos, nadie será obligado a asociarse” (Pág. 37).

El derecho al trabajo se sustenta en el siguiente principio como lo determina la Sección tercera de las Formas de trabajo y su retribución, Art. 326 en su numeral 7 determina:

Se garantizará el derecho y la libertad de organización de las personas trabajadoras, sin autorización previa. Este derecho comprende el de formar sindicatos, gremios, asociaciones y otras formas de organización, afiliarse a las de su elección y desafiliarse libremente.

De igual forma, se garantizará la organización de los empleadores. **Anexo 3.**

En el Código Orgánico de la Producción, Título II Del Desarrollo Productivo de la Economía Popular, Solidaria y Comunitaria, Art. 22 en un extracto establece:

Los ministerios del ramo o secretarías nacionales que tengan como competencia el fomento de la economía popular, solidaria y comunitaria, presentarán al término del ejercicio económico anual, al ministerio que presida el Consejo Sectorial de la Producción, reportes sobre los recursos invertidos en programas de generación de capacidades, innovación, emprendimientos, tecnología, mejora de productividad, Asociatividad, fomento y promoción de oferta exportable, comercialización, entre otros, con el objeto de potenciar este sector de la economía. **Anexo 4.**

La Asociatividad se puede respaldar también en La Ley de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, en el Título I Del Ámbito, Objeto y Principios, en el Art. 1, Definición, se determina:

Para efectos de la presente Ley, se entiende por economía popular y Solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital (Pág. 2).

La presente Ley tiene por el Objeto, en el Art. 3, literal b se establece que “Potenciar las prácticas de la economía popular y solidaria que se desarrollan en las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, y en sus unidades económicas productivas para alcanzar el Sumak Kawsay” en el Art. 4 con respecto a los Principios tenemos los más relevantes como “La búsqueda del buen vivir y del bien común”. “El comercio justo y consumo ético y responsable”. “La equidad de género”. “La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas” y “La distribución equitativa y solidaria de excedentes” (Pág. 3).

En el Título II De la Economía Popular y Solidaria, Capítulo I De las Formas de Organización de la Economía Popular y Solidaria, Sección 2 De las Organizaciones del Sector Asociativo, en el Art. 18 determina:

Es el conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada bajo los principios de la presente Ley (Pág. 3). **A n e x o 5**

## **CAPÍTULO II**

### **2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.**

La metodología a utilizarse es un proceso de investigación. Aquí se representa la manera de organizar el proceso de la investigación, de controlar sus resultados y de presentar posibles soluciones al respectivo problema que conlleva la toma de decisiones.

De los cuales fueron necesarios aplicar una variedad de ellos en el presente trabajo de titulación, para validar los resultados.

#### **2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.**

La presente investigación se desarrolla considerando un enfoque de investigación cualitativa y cuantitativa, para la realización del trabajo de grado o titulación, estos modelos de investigación conocido por sus diversas características: la cualitativa por ser inductiva, participativo, etnográfico y descriptiva; la cuantitativa por ser estadística, objetiva, sistemática y experimental.

#### **2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.**

La modalidad del trabajo de grado que se utilizó en el tema de investigación, es el de proyecto factible, como una propuesta de un modelo operativo viable, para solucionar problemas de la Comuna Engunga, que para su formulación y ejecución debe apoyarse en investigaciones de tipo documental o de campo. En la estructura del proyecto, debe establecerse: un diagnóstico, procedimiento metodológico, actividades y recursos necesarios para su ejecución; análisis y conclusiones sobre la viabilidad y realización del Proyecto a ejecutar en la Comuna; y en caso de su desarrollo, la ejecución de la propuesta y evaluación tanto del proceso como de sus resultados.



En la investigación se ejecutó el enfoque cualitativo y cuantitativo, se refiere a crear un proyecto con una estructura de negocios apropiada y solucionar el problema de desarrollo social productivo y comercial de comuneros dedicadas a la crianza avícola y ganadera del Cabildo de Engunga de la Parroquia Chanduy del Cantón Santa Elena de la Provincia de Santa Elena, mediante la:

- Utilización de técnicas cualitativas
- Utilización de técnicas cuantitativas
- Interpretación del problema o fenómeno de estudio
- Recopilación de datos específica sobre el tema de investigación
- Realizar un análisis.
- Incorporar hallazgos que no se habían previsto
- Interacción de lo sujeto de estudio y el instrumento de medida.
- Examinar los datos de manera numérica.

En este estudio no sólo se investigó a comuneros e individuos que forman parte de este perfil técnico que desean contribuir con nuestro tema de investigación, sino plantear una propuesta viable que conlleve a la solución del problema de productividad y desarrollo económico, social y comercial de determinados comuneros que desean implementar una estructura de negocio avícola-ganadera apropiada para vender sus producción en mayor escala en la comuna Engunga de la Parroquia Chanduy del Cantón Santa Elena de la Provincia de Santa Elena, considerando el apoyo de investigaciones de tipo documental y de campo, que conlleven a establecer las pautas y características fundamentales y esenciales a la fundamentación teórica de la propuesta.

### **2.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN.**

Se utilizó varios tipos de investigación:

### **2.3.1 INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL.**

Este tipo de investigación tiene un ámbito determinado, su originalidad se refleja en el manejo de documentos que permitan conocer, comparar y deducir los diferentes enfoques, criterios y conceptualizaciones, análisis, conclusiones, recomendaciones de los diversos autores estudiados en la investigación, con el propósito de ampliar el conocimiento y producir de nuevas propuestas, en el trabajo de grado.

De acuerdo a los objetivos del problema propuesto, esta modalidad de investigación tiene mayor incidencia en la formulación teórica, conceptualización de nuevos modelos de interpretación. En el presente trabajo, se apoya en la consulta de libros y documentos concernientes al desarrollo social, productivo, comercial de comuneros a través de la Asociatividad.

Su aplicación se opera en estudios de educación comparada, cuando se procede al análisis de diferentes modelos o tendencias de realidades sociales, productivas, y comerciales diversas.

### **2.3.2 INVESTIGACIÓN DE CAMPO**

El trabajo de campo se apoya en los documentos para la planeación del trabajo y la interpretación de la información recolectada por otros medios. Es el estudio sistemático de problemas, en el lugar en que se producen los acontecimientos con el propósito de descubrir, explicar sus causas y efectos, entender su naturaleza e implicaciones, establecer los factores que lo motivan y permiten predecir su ocurrencia.

En la modalidad de investigación de campo, se utilizó generalmente las encuestas, la entrevista entre las más esenciales sin dejar de descartar aquellas técnicas que nos permitan afianzar las posibilidades de mejoramiento de la información para la propuesta.

✧ **Encuesta.-** Son importante para poder hacer un diagnóstico de cómo está en realidad el problema, ponderarlo y evaluarlo. Se ejecutó la encuesta a comuneros del cabildo de Engunga dedicados a la producción avícola y ganadera, a individuos que se dediquen a la misma actividad que deseen contribuir con nuestro tema de investigación, a personas que consumen los productos determinando los diferentes aspectos que comprende el desarrollo comercial De la Comuna Engunga de la Parroquia Chanduy del Cantón Santa Elena de la Provincia De Santa Elena.

✧ **Entrevista.-** Es primordial para poder ejecutar un análisis de cómo está en realidad el problema y otorgar nuestros criterios acerca del tema y buscar una alternativa esencial para solucionar el problema. Se realizó entrevista al presidente del grupo comunero a asociarse con personería jurídica y a otros individuos determinando los diferentes criterios que comprende el desarrollo económico y productivo de los comuneros dedicados a la producción avícola y ganadera en la comuna Engunga, también se entrevistó al presidente del cabildo respectivo para conocer su criterio respecto al negocio implementar en la comuna citada de la Parroquia Chanduy del Cantón Santa Elena de la Provincia De Santa Elena.

En esta modalidad de trabajo de campo, fundamentalmente se refiere a la descriptiva, que tiene como finalidad; describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza del fenómeno en estudio.

## 2.4 POBLACIÓN Y MUESTRA.

La población es el conjunto de unidades individuales o elementales compuestas por personas o cosas, es la totalidad de los elementos a estudiar las cuales concuerdan en una serie de características factibles de procesar dando origen a los datos de la investigación.

La población a la que se orientó el presente estudio, corresponde a comuneros que realizan la crianza avícola y ganadera, a individuos que adquieren dichos productos, ya sean estos clientes potenciales o fijos, a proveedores en particular que podrían brindar los insumos necesarios para el crecimiento del producto que se requiere mensualmente y los habitantes en general, sean estos habitantes de la Provincia considerando de manera indispensable de la comuna Engunga de la Parroquia Chanduy del Cantón Santa Elena de la Provincia de Santa Elena.

El universo del presente trabajo está conformado por 405 personas, como lo demuestra el siguiente cuadro que involucran a todos los individuos mencionados anteriormente

**Cuadro # 1**

POBLACIÓN	N°
*Comuneros de Engunga dedicados a la crianza avícola y ganadera.	80
*Clientes fijos (Familia de la Comuna Engunga).	250
*Clientes Potenciales (Tiendas aledañas la Comuna, Parroquia Chanduy)	35
*Proveedores de Insumos	25
<b>Total</b>	<b>390</b>

**Fuente:** Investigación de Campo (Parroquia Chanduy)

**Elaboración:** Autor "Johanna Mujica"

El presente trabajo se realizó, considerando la muestra estratificada. Para el cálculo de la muestra se estableció en función del muestreo estratificado, por las características propias de la investigación y la dispersión de los datos, la misma que bajo la consideración del autor se ha establecido el 100% de la población detectada.

#### FÓRMULA PARA HALLAR LA MUESTRA

**n** = Tamaño de la muestra

**N** = Población de 390

**p** = Posibilidades a favor de que se cumpla la hipótesis, un 90%

**q** = Posibilidades en contra de que no se cumpla la hipótesis, un 10%

**e** = error admisible, el 0,04 nuestro margen de error

**K** = Es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos, lo asignado es:  $K = 2$

---

---

---

---

---

La muestra de dicho universo es de 142. Para obtener la muestra se tuvo en cuenta el máximo error admisible del 0,04 es decir un 4%

Para determinar la distribución respectiva de la muestra por cada uno de los ítems de la población designada para el Plan de Asociatividad en la Comuna Engunga, se aplicó la siguiente fórmula:

**f = Tamaño de la fracción muestral**

**n = Tamaño de la muestra de 142 personas**

**N = Población de 390 personas.**

—

—

**Cuadro # 2**

MUESTRA	N°
* Comuneros de Engunga dedicados a la crianza avícola.	29
* Clientes fijos (Familias de las Comuna Engunga)	90
* Clientes Potenciales (Tiendas aledañas la Comuna, Parroquia Chanduy)	13
* Proveedores de Insumos.	10
<b>Total de la muestra</b>	<b>142</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Autor "Johanna Mujica"

La obtención de la muestra se dedujo de la multiplicación de cada uno de los ítems de la Población detallada anteriormente, multiplicado por un 36% ; según el tamaño de la fracción muestral dando un total de 142 personas.

De las cuales 113 personas ha sido encuestado, considerando clientes fijos (Familias de Engunga), clientes potenciales (Tiendas aledañas a la Comuna Engunga - Parroquia Chanduy) y 29 personas ha sido entrevistado, que representan a Comuneros dedicados a la Comercialización de Carnes Avícolas y Ganaderas en la Comuna Engunga, obteniendo un total entre entrevistas y encuestas 142 personas.

<b>Tipo de Investigación</b>	<b>N° de Personas</b>
Encuestas	113
Entrevistas	29
<b>Total</b>	<b>142</b>

Estos dos tipos de investigación de campo, se usarán para conseguir la información respectiva del tema de estudio y así poder tabularlas y realizar el respectivo análisis.

## 2.5 PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.

La presente investigación se desarrolló tomando en cuenta el siguiente procedimiento:

1. Planteamiento del problema
2. Revisión bibliográfica
3. Definición de la población, Selección de la muestra
4. Consecución del sistema de variables
5. Elaboración del instrumento
6. Ensayo piloto del instrumento
7. Estudio de campo
8. Proceso y análisis de datos
9. Conclusiones y recomendaciones
10. Formulación de la propuesta
11. Preparación y redacción del informe final

Las encuestas se aplicaron a individuos de la Comuna Engunga que se dedican a la producción avícola y ganadera, el cuestionario estaba conformado con preguntas abiertas, cerradas, y de su elección múltiple, las mismas que facilitan el procedimiento de la información.

En el trabajo de campo, también se utilizó el método descriptivo, que tiene como finalidad; describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza del fenómeno en estudio, con estas herramientas se evaluó todo lo referente a la situación de los comuneros en su desarrollo productivo y comercial y a los productos que ofrecen a sus clientes con sus respectivos costo y utilidad. Esta actividad se la efectuó de una manera individual, visitando a los individuos en sus hogares para realizar las encuestas.



Mediante las entrevistas realizadas a determinados individuos se estableció los diferentes aspectos que comprenden el perfil de la situación actual por la que atraviesan dichos comuneros, los meses de mayor demanda y la disposición para conformarse en una Asociatividad. Cabe recalcar que las entrevistas solo fueron realizadas a las personas que actualmente tienen vínculo con el negocio a implementarse a través de la Asociatividad. La ejecución de la entrevista comprendió cuatro fases importantes:

- El contacto inicial con el entrevistado.
- La formulación de las preguntas.
- La anotación de las respuestas.
- La terminación de la entrevista.

Una vez que se efectuaron las encuestas y las entrevistas se procedió al tratamiento de la información, mediante la tabulación, ordenamiento y procesamiento de la información. Las técnicas para el procesamiento y análisis de datos son: Cuadros, Diagramas, Gráficos diversos. Y finalmente la interpretación de los resultados, el cual es producto de la operación que se realiza entre el análisis y la síntesis.

### CAPÍTULO III

#### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

#### 3. RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.

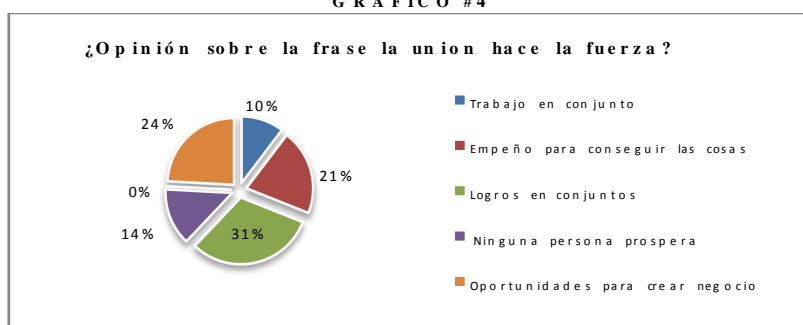
CUADRO # 3

¿Opinión sobre la frase la unión hace la fuerza?		
ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
Trabajo en conjunto	3	10%
Empeño para conseguir las cosas	6	21%
Logros en conjuntos	9	31%
Ninguna persona prospera Con visión individualista.	4	14%
Oportunidades para crear negocio	7	24%
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>

Fuente: Entrevista realizada a Comuneros de Engunga

Elaborado por: Johanna Mujica

GRÁFICO # 4



Fuente: Entrevista realizada a los habitantes de la Comuna Engunga

Elaborado por: Johanna Mujica

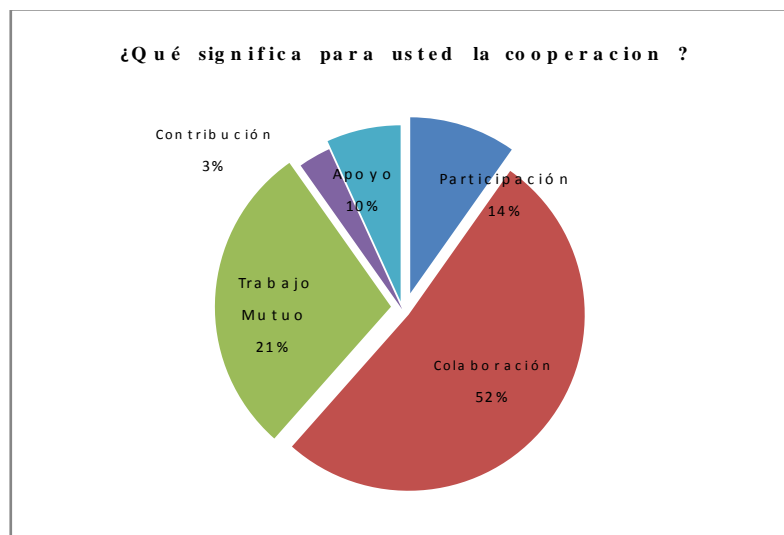
Esta pregunta la realizamos para conocer la opinión respectiva que es la unión, con el fin de tener un criterio sobre que se logra con la unión entre individuos. El 31% respondió a través de su propio criterio que existen para obtener logros en conjunto, el 24% manifestó que una oportunidad para crear negocios y el 21% de los entrevistados dijeron que es un empeño para conseguir las cosas, el restante manifestó que ninguna persona prospera sola, que hay q trabajar en conjunto, lo que nos conlleva a deducir que unidos se alcanza los objetivos planteados.

**CUADRO # 4**

<b>¿Qué significa para usted la cooperación?</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Participación	4	14 %
Colaboración	15	52 %
Trabajo Mutuo	6	21 %
Contribución	1	3 %
Apoyo	3	10 %
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Entrevista realizada a los habitantes de la Comuna Engunga  
**Elaborado por:** Johanna Mujica

**G R Á F I C O # 5**



**Fuente:** Entrevista realizada a Comuneros de Engunga  
**Elaborado por:** Johanna Mujica

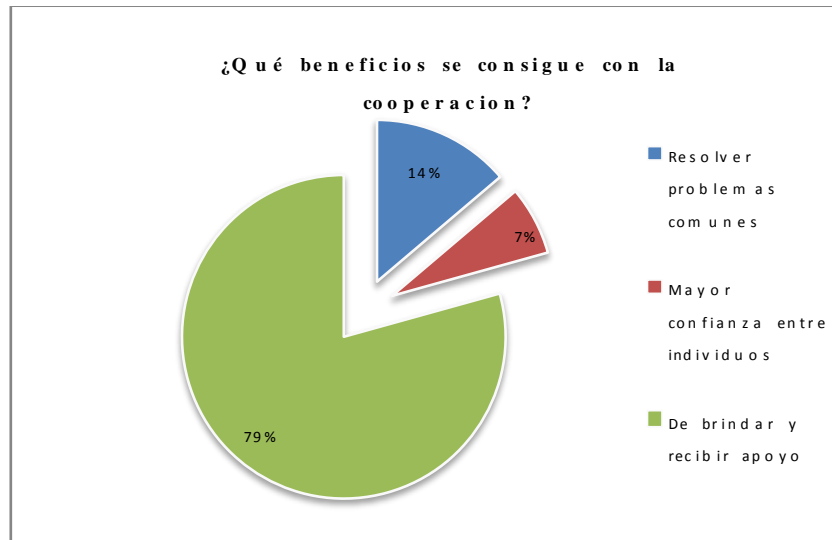
En donde existirá la integración de individuos, se debe conocer el criterio de lo que es cooperar para aquellos a Asociarse, obteniendo como resultado de esta sencilla pregunta, que el 52% opina que es colaborar, el 21% que es el trabajo mutuo, el 14% respondió que es una participación, y el restante disertó que es un apoyo o contribución, teniendo en conclusión que la mayoría de las personas entrevistadas piensa que la cooperación es colaborar de brindarse ayuda mutua uno con otros.

CUADRO # 5

¿Qué beneficios se consigue con la cooperación?		
ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
Resolver problemas comunes	4	14 %
Mayor confianza entre individuos	2	7 %
De brindar y recibir apoyo	23	79 %
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Entrevista realizada a Comuneros de Engunga  
Elaborado por: Johanna Mujica

GRÁFICO # 6



Fuente: Entrevista realizada a Comuneros de Engunga  
Elaborado por: Johanna Mujica

De igual manera se debe conocer qué criterio tienen sobre los beneficios que se consigue con la cooperación, por esa razón se realizó la siguiente pregunta con el fin de estar al tanto sobre las opiniones al respecto, obteniendo como resultados que un 79% menciona que los beneficios que se consigue son de brindar y recibir apoyo, un 14% de resolver problemas comunes y un 7% que existe mayor confianza entre individuos, reflejando que los beneficios que obtendrá con la cooperación es de dar y recibir apoyo, en la cual es muy cierto ya que a través de la cooperación se apreciara apoyo mutuo entre individuos.

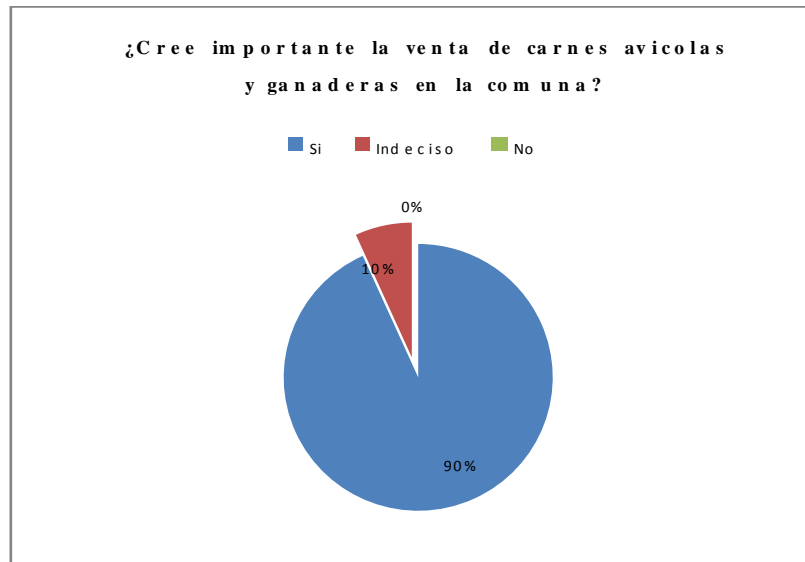
**CUADRO # 6**

¿Cree importante la venta de carnes avícolas y ganaderas en la Comuna?		
ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
Sí	26	90 %
Indeciso	3	10 %
No	0	0 %
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Entrevista realizada a Comuneros de Engunga

Elaborado por: Johanna Mujica

**GRÁFICO #7**



Fuente: Entrevista realizada a Comuneros de Engunga

Elaborado por: Johanna Mujica

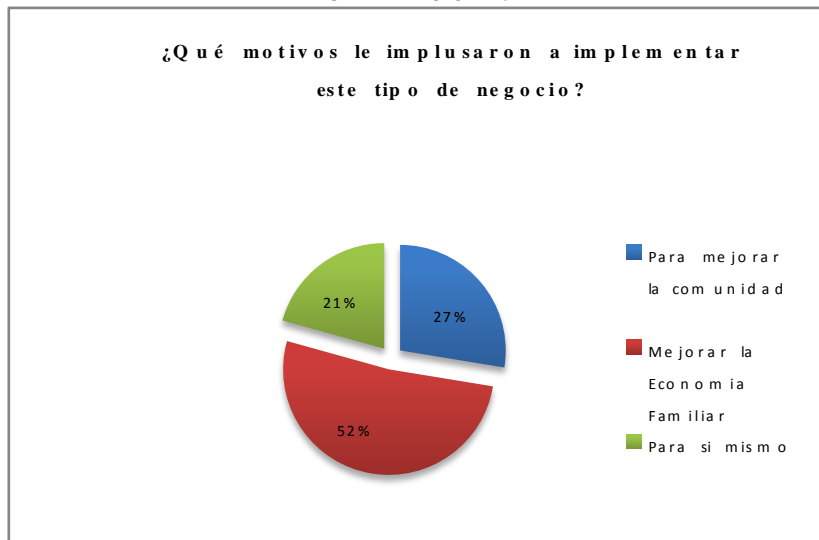
Siguiendo con nuestra entrevista, también se realizó la siguiente interrogante ya que es indispensable conocer si creen que es importante implementar el negocio en la Comuna, consiguiendo como resultado que de los 29 comuneros entrevistados el 90% cree que es importante la venta de carnes tanto avícolas y ganaderas en la Comuna, debido a que no existe ningún producto que se adquiría en el Cabildo y el 10% restante indeciso debido a que sienten un poco de inseguridad en fracasar en este tipo de negocio, pero que de una u otra manera desean formar parte de este negocio de manera asociativo.

**CUADRO # 7**

¿Qué motivos le impulsaron a implementar este tipo de negocio?		
ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
Para mejorar la comunidad	8	28 %
Mejorar la Economía Familiar	15	52 %
Para si mismo	6	21 %
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Entrevista realizada a Comuneros de Engunga  
**Elaborado por:** Johanna Mujica

**G R Á F I C O # 8**



**Fuente:** Entrevista realizada a Comuneros de Engunga  
**Elaborado por:** Johanna Mujica

Analizar los motivos que le impulsaron a implementar este tipo de negocio, es importante para determinar la razón exacta porque formaran parte de este grupo de individuo para utilizar este mecanismo de cooperación con este tipo de negocio. Deduciendo que él 52% de los entrevistados, lo ha realizado para mejorar su economía familiar, el 27% para buscar mejoras para la comuna y el 21% restante para lucrarse a sí mismo, podemos deducir que la mayoría de la personas lo ha realizado para buscar una estabilidad económica en su hogar.

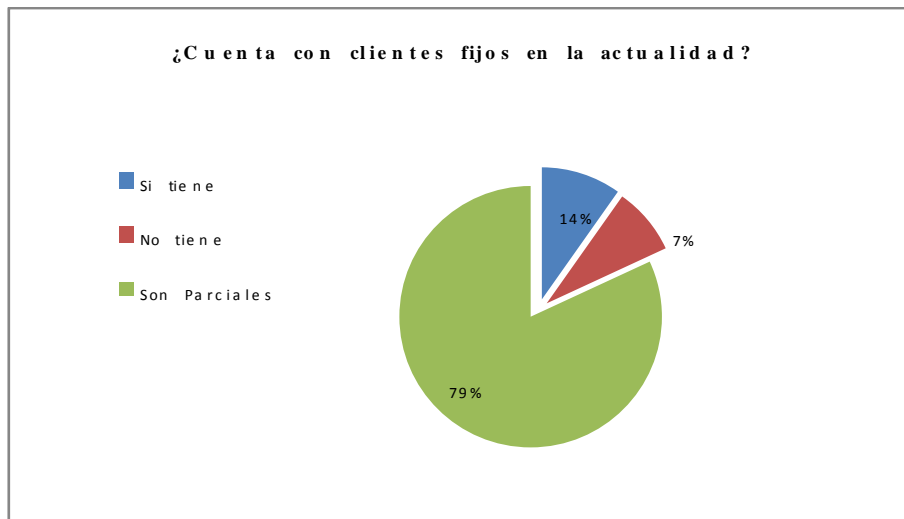
**CUADRO # 8**

¿Cuenta con clientes fijos en la actualidad?		
ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
Si tiene	4	14 %
No tiene	2	7 %
Son Parciales	23	79 %
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Entrevista realizada a Comuneros de Engunga

**Elaborado por:** Johanna Mujica

**GRÁFICO #9**



**Fuente:** Entrevista realizada a Comuneros de Engunga

**Elaborado por:** Johanna Mujica

Es necesario conocer si se cuenta con clientes fijos ya que es conveniente saber para determinar el origen de donde se ofertarán los productos, de cuál de las entrevistas realizadas a 29 comuneros, el 79% de los entrevistados menciono que son clientes parciales, que en algún momento puede desaparecer o crecer en el mercado, un 14% mencionó que sí tiene clientes fijos y el restante que no tiene una demanda exacta, no tiene clientes fijos, debido a que a veces no tienen los recursos para poseer el producto para vender.

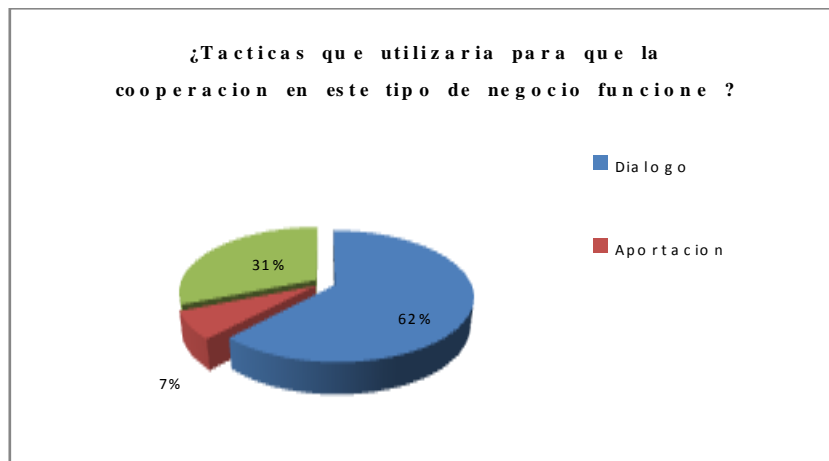
**CUADRO # 9**

¿Tácticas que utilizaría para que la cooperación en este tipo de negocio funcione?		
ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
Dialogo	18	62 %
Aportación	2	7 %
Trabajo en conjunto	9	31 %
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Entrevista realizada a Comuneros de Engunga

Elaborado por: Johanna Mujica

**GRÁFICO #10**



Fuente: Entrevista realizada a Comuneros de Engunga

Elaborado por: Johanna Mujica

Es necesario conocer qué táctica están dispuestos a utilizar para que la organización a ejecutar funcione. Es así que los resultados muestran que el 62% aplicarían la táctica del diálogo, una táctica importante ya que a través del mismo conlleva a un acuerdo de las cosas que se desean obtener en conjunto, en cambio el 31% mencionó que la tácticas a utilizar es el trabajo en conjunto, táctica importante que va encaminada después del diálogo y el 7% restante es la aportación ya sea de ideas, monetario, entre otros. Lo que podemos deducir es que la mayoría de las personas desea trabajar a través del dialogo para conseguir mejores resultados.



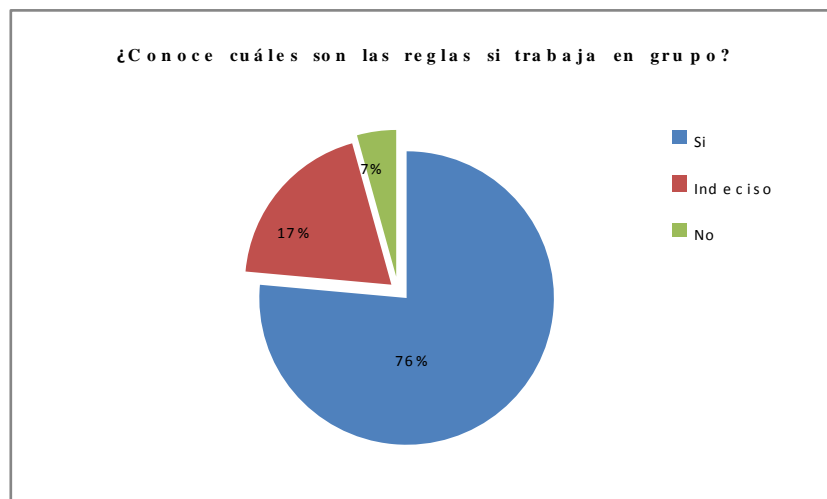
**CUADRO # 10**

<b>¿Conoce cuáles son las reglas si trabaja en grupo?</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Si	22	76 %
Indeciso	5	17 %
No	2	7 %
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Entrevista realizada a Comuneros de Engunga

**Elaborado por:** Johanna Mujica

**GRÁFICO # 11**



**Fuente:** Entrevista realizada a Comuneros de Engunga

**Elaborado por:** Johanna Mujica

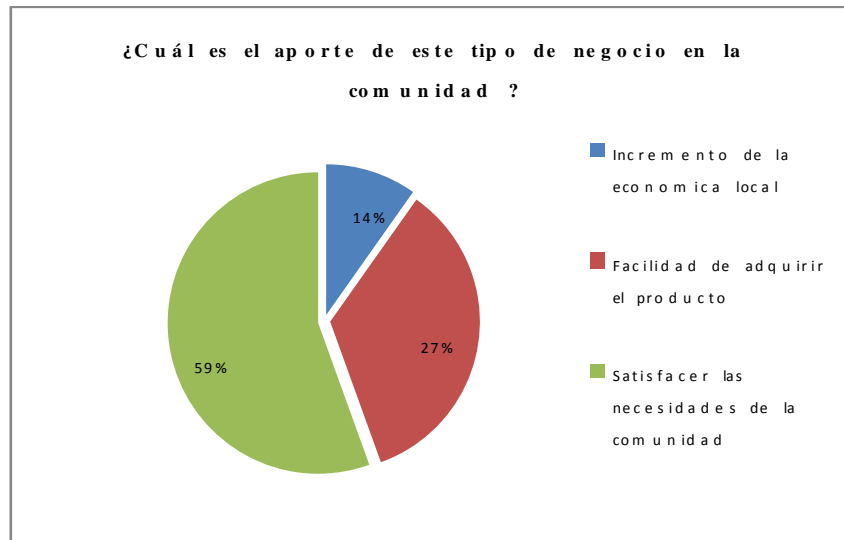
Necesitamos saber si conocen sobre las reglas si se trabaja en grupo para dar prioridad a estos temas a través de capacitaciones y obtuvimos que el 76 % sí conoce cuales son las determinadas reglas, mencionando que son las normas establecidas por la organización para trabajar en grupo, el 17 % está indeciso porque indicaron que las reglas se establecen acorde a lo que se desea obtener, y el 7 % indicó que no conoce las reglas para trabajar en grupo, motivo que nos impulsa a brindar una determinada capacitación respecto a este tema para que cada uno tenga en claro cuáles son las reglas aplicarse en grupo.

**CUADRO # 11**

¿Cuál es el aporte de este tipo de negocio en la Comunidad?		
ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
Incremento de la económica local	4	14 %
Facilidad de adquirir el producto	8	28 %
Satisfacer las necesidades de la comunidad	17	59 %
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Entrevista realizada a Comuneros de Engunga  
 Elaborado por: Johanna Mujica.

**GRÁFICO #12**



Fuente: Entrevista realizada a Comuneros de Engunga  
 Elaborado por: Johanna Mujica

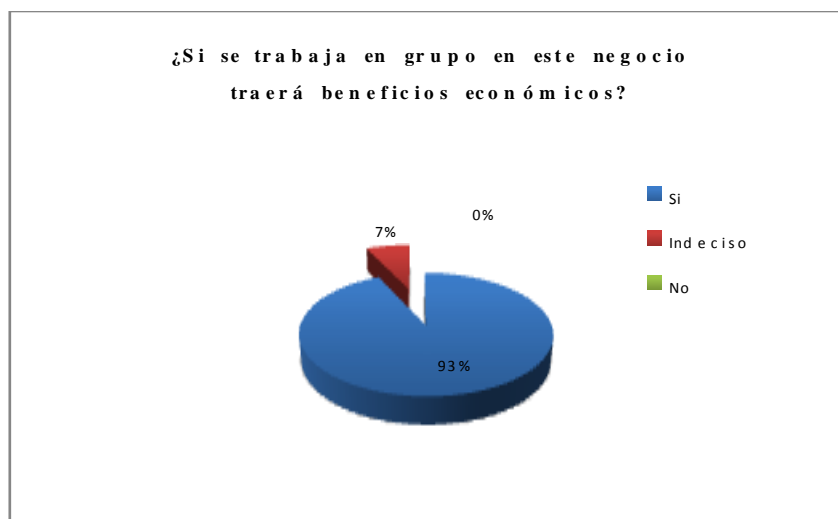
Cuál es el aporte de este tipo de negocio, fue una pregunta formulada para saber cuál es el beneficio esencial que aporta este negocio en la comunidad. El 59 % respondió que aportan para satisfacer las necesidades de la comuna en este caso necesidades alimenticias, ya que es lo único que se vende en la Comunidad, el 45 % mencionó que el aporte que brinda es la facilidad de adquirir el producto dato que va de la mano con la satisfacción de las necesidades de la comunidad. Sólo el 14 % respondió que brinda como aporte para el incremento de la economía local.

**CUADRO # 12**

<b>¿Si se trabaja en grupo en este negocio traerá beneficios económicos?</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
S í	27	93 %
Indeciso	2	7 %
N o	0	0 %
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Entrevista realizada a Comuneros de Engunga  
**Elaborado por:** Johanna Mujica

**GRÁFICO #13**



**Fuente:** Entrevista realizada a Comuneros de Engunga  
**Elaborado por:** Johanna Mujica

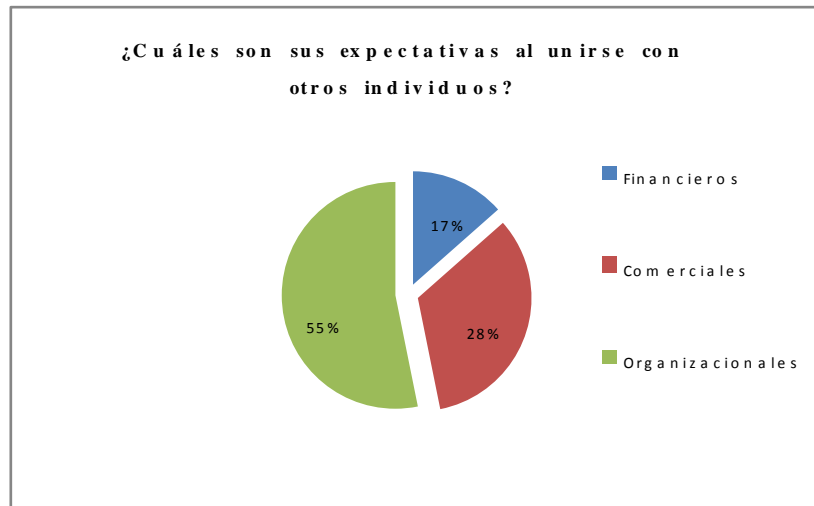
Es necesario conocer cuál es la opinión de los individuos sobre lo que piensa si se trabaja en grupo, si traerá beneficios económicos, trabajando de manera colectiva, o que piensan que llegarán a conseguir con el trabajo colectivo. El 93% de los entrevistados consideran que sí conseguirá beneficios económicos, ya que se conseguirá trabajar en conjuntos y por ende mejoraran sus ventas y el 7% restante está indeciso porque mencionan al respecto que no se ha trabajado en grupo y tienen duda si se conseguirá beneficios económicos.

CUADRO # 13

¿Cuáles son sus expectativas al unirse con otros individuos?		
ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
Financieros	5	17 %
Comerciales	8	28 %
Organizacionales	16	55 %
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Entrevista realizada a Comuneros de Engunga  
Elaborado por: Johanna Mujica

GRÁFICO #14



Fuente: Entrevista realizada a Comuneros de Engunga  
Elaborado por: Johanna Mujica

Es necesario conocer las expectativas de los individuos a asociarse a unirse con otros individuos. El resultado fue el siguiente el 55% de los entrevistados mencionó de sus expectativas al unirse son organizacionales, para mejorar los procesos productivos y aplicación de nuevas formas de administración, el 28% mencionó que sus expectativas son comerciales, debido a que se obtendrá intercambio de información comercial y alianzas para vender. El 17% restante nos manifestó que son financieros, ya que de esta manera se obtendría préstamos para ampliar sus negocios.

**CUADRO # 14**

<b>¿La mayoría de veces toma decisiones voluntariamente?</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Sí	26	90%
Indeciso	3	10%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Entrevista realizada a Comuneros de Engunga  
**Elaborado por:** Johanna Mujica

**GRÁFICO #15**



**Fuente:** Entrevista realizada a Comuneros de Engunga  
**Elaborado por:** Johanna Mujica

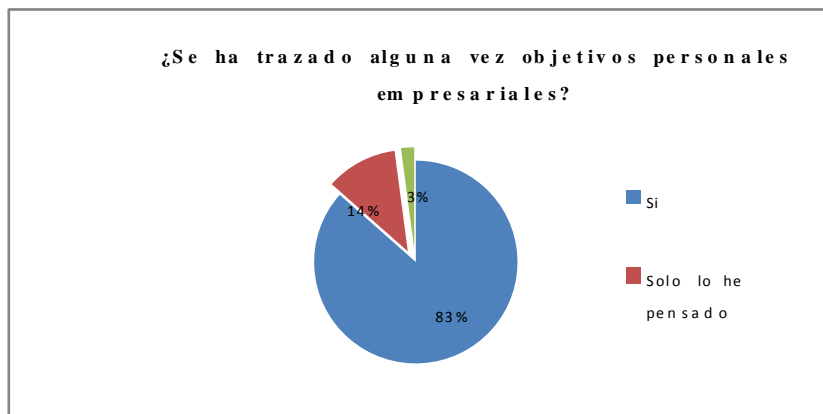
Analizar a los implicados si toman decisiones voluntarias es de gran interés, debido que de esta manera se conocerá su voluntad por formar parte de una organización, o tienen que estar involucrados otros factores para tomar sus decisiones. De la investigación realizada, se obtuvo como resultado que el 90% toma decisiones voluntarias, para ejecutar una actividad, el 10% restante es indeciso en tomarlas, ya que tienen que pensar bien las cosas antes de tomar una decisión.

**CUADRO # 15**

<b>¿Se ha trazado alguna vez objetivos personales empresariales?</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
S í	<b>24</b>	83 %
Indeciso	<b>4</b>	14 %
N o	<b>1</b>	3 %
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Entrevista realizada a Comuneros de Engunga  
**Elaborado por:** Johanna Mujica

**GRÁFICO #16**



**Fuente:** Entrevista realizada a Comuneros de Engunga  
**Elaborado por:** Johanna Mujica

Es indispensable conocer si se han trazado alguna vez objetivos personales empresariales y lo han ejecutado, para determinar si las personas involucradas en nuestro tema de estudio están dispuestas en establecer un buen negocio, teniendo como resultado que el 83 % si se ha trazado objetivos empresariales, y por esa razón tienen un pequeño negocio de la venta de carnes de aves de corral y desean incrementar sus ventas. En cambio el 14 % sólo lo ha pensado pero no lo ha ejecutado pero desean hacerlo pero acorde a los pocos recursos que poseen no logran ponerlo en marcha, y el 3 % no se ha trazado ningún objetivo empresarial.

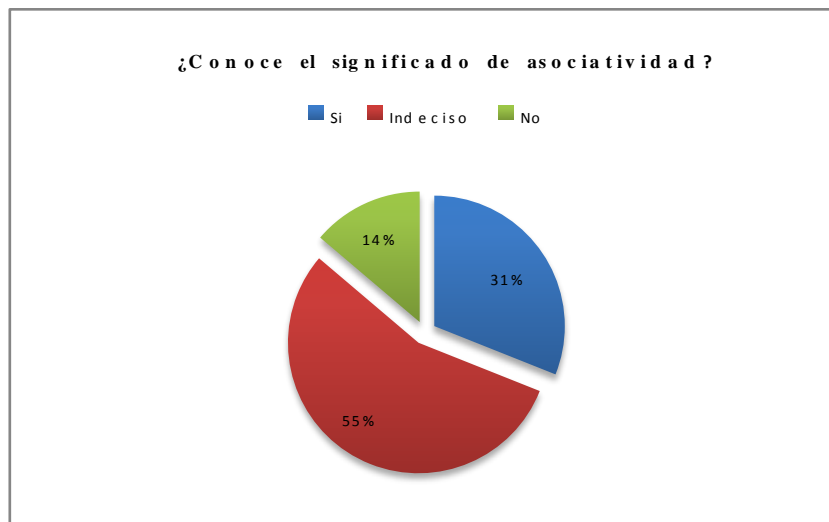
**CUADRO # 16**

<b>¿Conoce el significado de Asociatividad?</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Si	9	100 %
Indeciso	16	0 %
No	4	0 %
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Entrevista realizada a Comuneros de Engunga

**Elaborado por:** Johanna Mujica

**GRÁFICO #17**



**Fuente:** Entrevista realizada a Comuneros de Engunga

**Elaborado por:** Johanna Mujica

Es necesario saber si los involucrados tienen esa noción sobre lo que es la Asociatividad, el mismo aspecto que nos permitirá brindar una capacitación al respecto. Se obtuvo como resultado que el 55% de la personas está indecisa sobre lo que es una Asociatividad, pero determinan como asociación de cooperación, el 31% mencionó que si conoce lo que es una Asociatividad determinando que es un grupo de individuos que se involucran para obtener sus objetivos en común, y el 14% no conoce lo que es una Asociatividad, porcentaje en desconocimiento alto que nos permite ejecutar una capacitación sobre dicho tema.

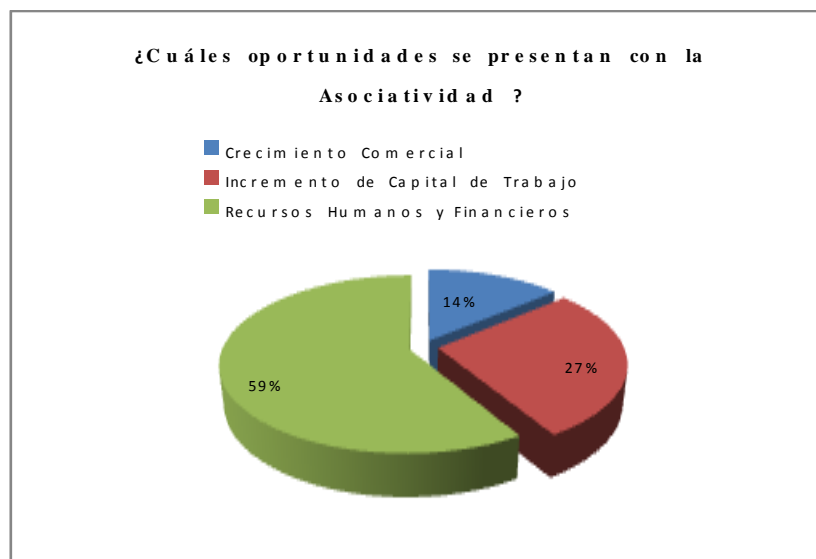
**CUADRO # 17**

<b>¿Cuáles oportunidades se presenta con la Asociatividad ?</b>		
<b>A L T E R N A T I V A S</b>	<b>C A N T I D A D</b>	<b>%</b>
Crecimiento Comercial	<b>4</b>	14 %
Incremento de Capital de Trabajo	<b>8</b>	28 %
Recursos Humanos y Financieros	<b>17</b>	59 %
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Entrevista realizada a Comunereros de Engunga

**Elaborado por:** Johanna Mujica

**GRÁFICO #18**



**Fuente:** Entrevista realizada a Comunereros de Engunga

**Elaborado por:** Johanna Mujica

Aunque tenían dudas sobre lo que es la Asociatividad respondieron a determinada pregunta, que oportunidades se presenta con la Asociatividad. Se obtuvo el siguiente resultado el 59% mencionó que se adquirirá Recursos Humanos y Financieros debido a que al formar una Asociatividad se obtendrá el personal adecuado y los recursos necesarios para emprender una determinada actividad, el 27% dijo que las oportunidades que podrían darse es aumentar el capital de trabajo y el 14% mencionó que se obtendría un crecimiento comercial.



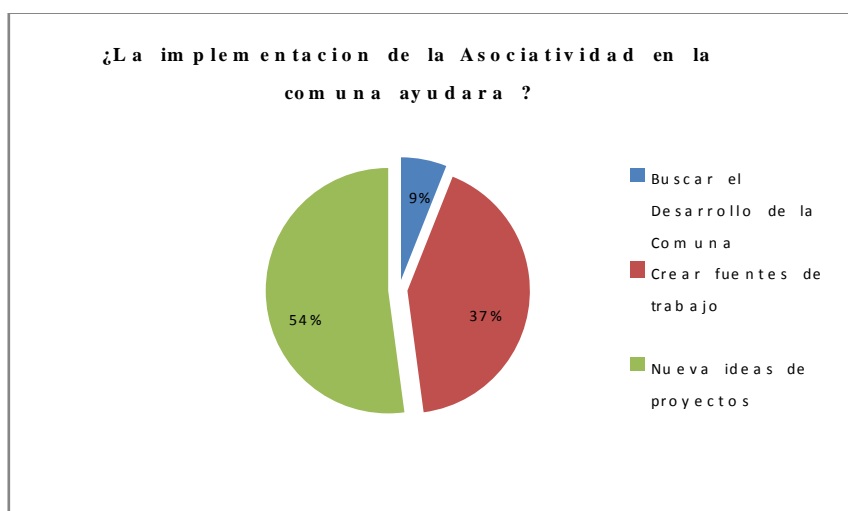
**CUADRO # 18**

<b>¿La implementación de la Asociatividad en la comuna ayudará?</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Buscar el Desarrollo de la Comuna	<b>4</b>	9 %
Crear fuentes de trabajo	<b>16</b>	37 %
Nueva ideas de proyectos	<b>23</b>	53 %
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Entrevista realizada a Comuneros de Engunga

**Elaborado por:** Johanna Mujica

**GRÁFICO #19**



**Fuente:** Entrevista realizada a Comuneros de Engunga.

**Elaborado por:** Johanna Mujica.

Es indispensable conocer cuál es el criterio de los que formarán parte de esta integración sobre la ayuda que se le brindará a la comuna aplicando la Asociatividad obteniendo como resultado que el 54% mencionó que ayudará a implementar nuevas ideas de proyectos, el 37% determina que ayudará a crear fuentes de trabajo, debido a que la mayoría de las personas trabaja en diferentes lugares fuera de la Provincia de Santa Elena y el 9% restante mencionó que ayudará a buscar el desarrollo de la Comuna.

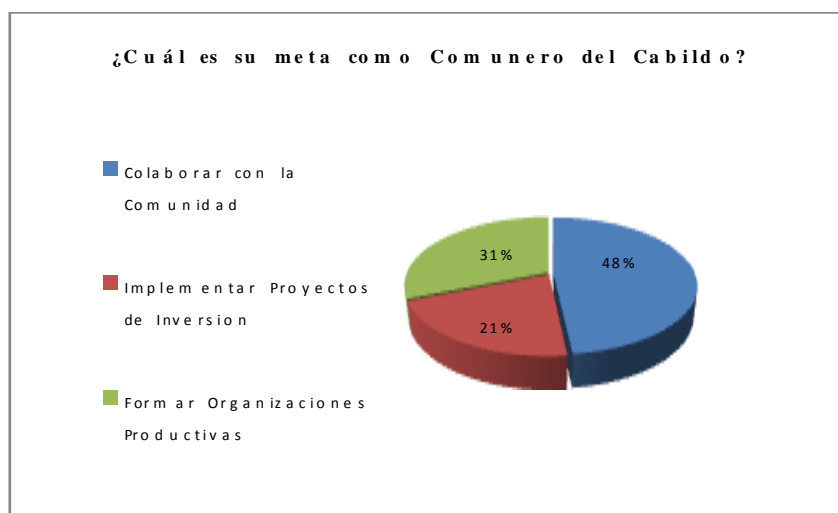
**CUADRO # 19**

<b>¿Cuáles su meta como Comunero del Cabildo?</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Colaborar con la Comunidad	<b>14</b>	48 %
Implementar Proyectos de Inversión	<b>6</b>	21 %
Formar Organizaciones Productivas	<b>9</b>	31 %
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Entrevista realizada a Comuneros de Engunga

**Elaborado por:** Johanna Mujica

**GRÁFICO #20**



**Fuente:** Entrevista realizada a Comuneros de Engunga

**Elaborado por:** Johanna Mujica

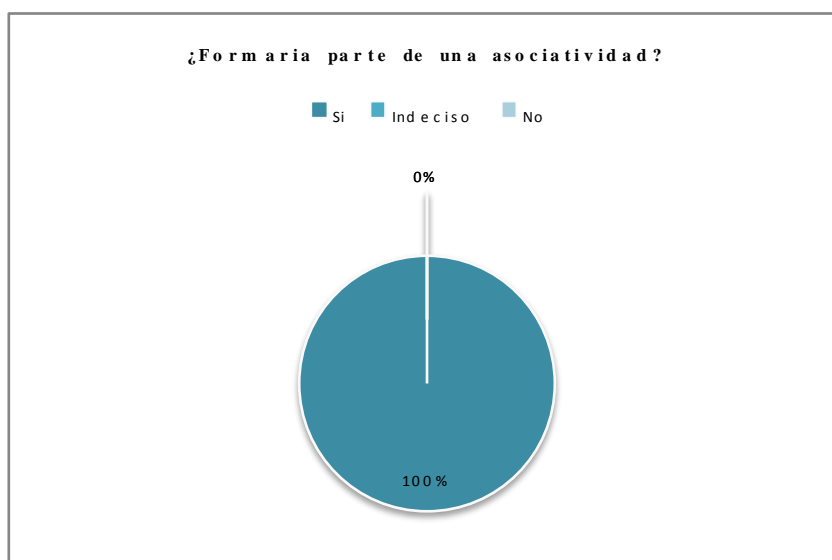
Es de gran conocimiento, conocer cuáles es la meta de cada individuo de este sector que se ha implementado como comunero, el mismo resultado que ayudará a determinar qué busca cada individuo en la Comuna, obteniendo como resultado que el 48% está en la Comunidad por colaborar con la misma, pero que hasta la actualidad no se le ha presentado ninguna oportunidad, el 31% menciona que su meta es formar organizaciones productivas y el 21% implementar Proyectos de Inversión que desean ejecutar en algún momento en la Comuna.

**CUADRO # 20**

<b>¿Formaría parte de una Asociatividad?</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
S í	<b>29</b>	100 %
Indeciso	<b>0</b>	0 %
No	<b>0</b>	0 %
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Entrevista realizada a Comuneros de Engunga  
**Elaborado por:** Johanna Mujica

**GRÁFICO # 21**



**Fuente:** Entrevista realizada a Comuneros de Engunga  
**Elaborado por:** Johanna Mujica

Las 29 personas entrevistadas, nos indicaron una respuesta positiva para implementar este mecanismo de cooperación en la comuna, cada uno de ellos nos mencionó que si le gustaría formar parte de un proyecto asociativo, obteniendo como resultado un equivalente al 100 % que mostraron su deseo de participar en proyectos que apoyen y fomenten el desarrollo empresarial. Este resultado nos demuestra que la mayoría está dispuesta a participar en la propuesta, lo que nos da mayor posibilidad de ejecutarlo. Esta entrevista estuvo realizada a aquellos comuneros que formarán parte de la Asociatividad.

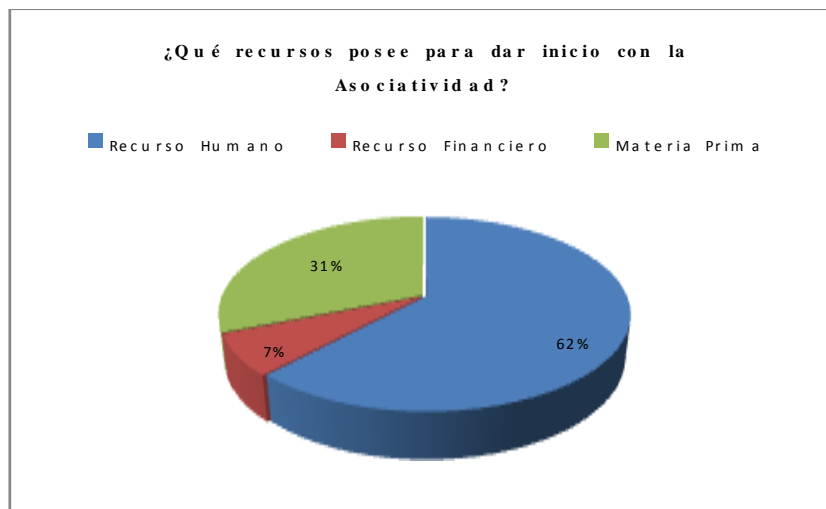
**CUADRO # 21**

<b>¿Qué recursos posee para dar inicio con la Asociatividad?</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Recurso Humano	18	62 %
Recurso Financiero	2	7 %
Materia Prima	9	31 %
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Entrevista realizada a Comuneros de Engunga

Elaborado por: Johanna Mujica

**GRÁFICO # 22**



Fuente: Entrevista realizada a los habitantes de la Comuna Engunga

Elaborado por: Johanna Mujica

Para formar una asociación es necesario conocer los recursos que posee, para poder ejecutar el proyecto a implementar, lo que se dedujo de las entrevistas a determinados individuos a formar parte de esta propuesta, que el 62% mencionó que está capacitado para ejecutar las determinadas actividades, el 31% mencionó que posee la materia prima y el 7% restante que posee recursos financieros, deduciendo que se posee todos los recursos necesarios para implementar dicho proyecto.

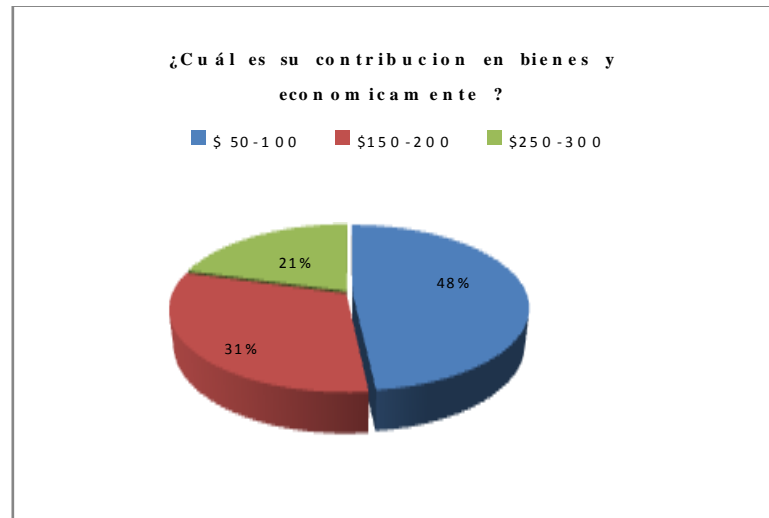
**CUADRO # 22**

<b>¿Cuál es su contribución en bienes y económicamente?</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
\$ 50-100	<b>14</b>	48 %
\$ 150-200	<b>9</b>	31 %
\$ 250-300	<b>6</b>	21 %
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Entrevista realizada a Comuneros de Engunga

**Elaborado por:** Johanna Mujica

**GRÁFICO # 23**



**Fuente:** Entrevista realizada a Comuneros de Engunga

**Elaborado por:** Johanna Mujica

Dichos entrevistados mencionaron que poseen recursos, tanto en bienes y económicamente, de los cuales debemos conocer cuáles es su valor promedio, para poder deducir un total de capital de trabajo con cuanto se cuenta, tanto en bienes y económicamente, obteniendo como resultado, que el 48% posee entre \$50 a 100, el 31% entre \$150 a 200 y el 21% de \$250 a 300, sacando en conclusión que se posee un capital promedio entre \$3.552,00 a 4.000,00 si todos contribuyen con cada uno de los recursos mencionados.

También se realizó las respectivas encuestas a los individuos que portan parte de nuestra muestra, con el fin de conocer aspectos de gran interés.

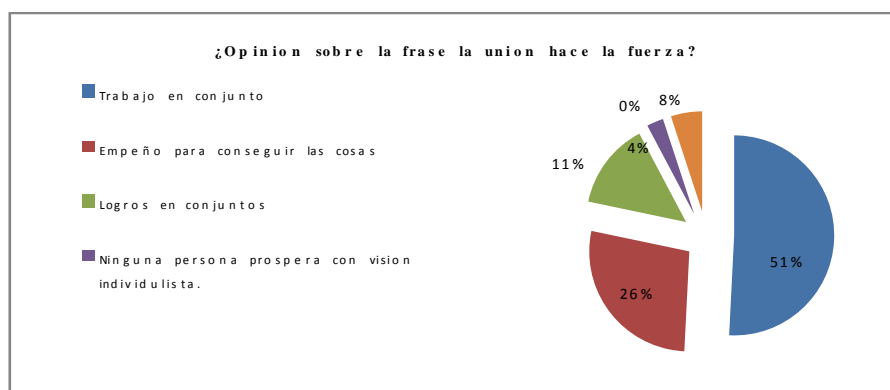
**CUADRO # 23**

<b>¿Opinión sobre la frase la unión hace la fuerza?</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Trabajo en conjunto	58	51 %
Empeño para conseguir las cosas	29	26 %
Logros en conjuntos	13	12 %
Ninguna persona prospera con visión individualista	4	4 %
Oportunidades para crear negocio	9	8 %
Total	113	100 %

**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de la comunera Engunga

**Elaborado por:** Johanna Mujica

**G R Á F I C O # 24**



**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de la Comuna Engunga

**Elaborado por:** Johanna Mujica

Esta pregunta la realizamos para saber la opinión de los habitantes sobre la frase la unión hace la fuerza, si se logra realizar grandes proyectos con la unión de individuos y los encuestados consideran lo siguiente: El 51% piensan que es tarea importante realizar trabajos en conjunto, el 26% que es un empeño para conseguir las cosas, el 11% que es un logro que se consigue en conjunto, 8% manifestaron que son oportunidades para crear negocios, y el 4% concuerda que ninguna persona prospera con visión individualista.

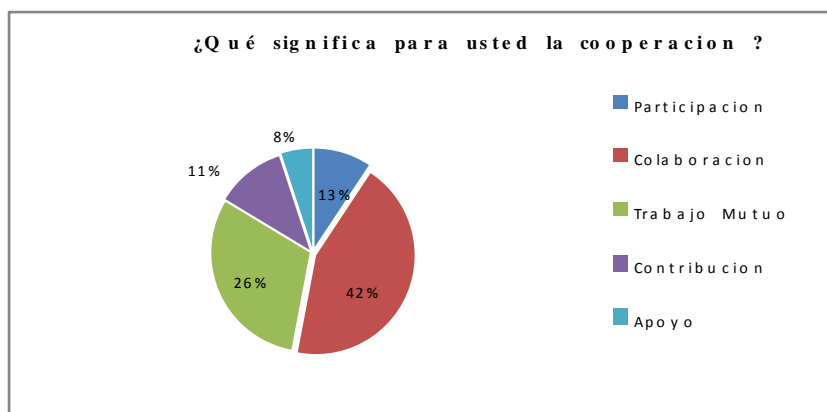
**CUADRO # 24**

<b>¿Qué significa para usted la cooperación?</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Participación	15	13 %
Colaboración	47	42 %
Trabajo Mutuo	29	26 %
Contribución	13	12 %
Apoyo	9	8 %
<b>Total</b>	<b>113</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la comuna Enguina

Elaborado por: Johanna Mujica

**GRÁFICO # 25**



Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la Comuna Enguina

Elaborado por: Johanna Mujica.

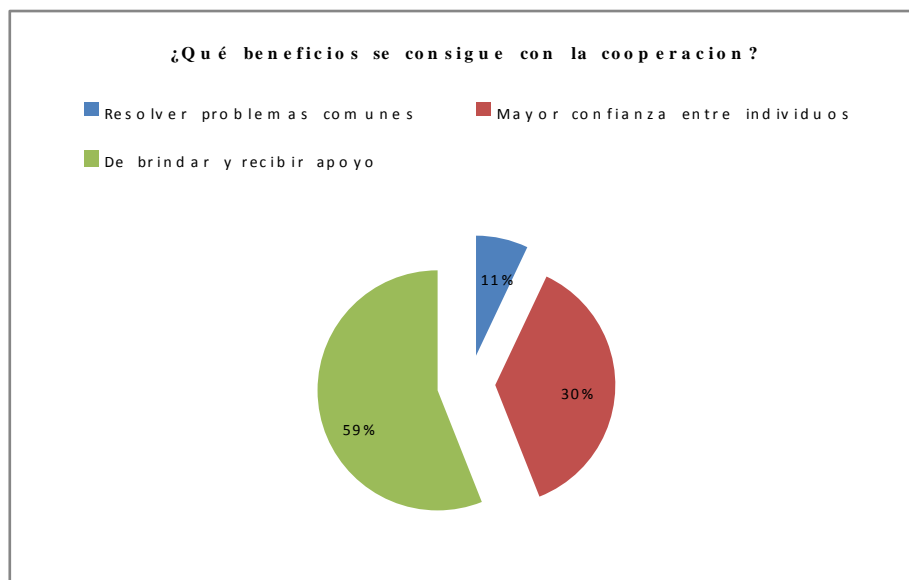
Al igual que a los entrevistados es necesario conocer la opinión de los encuestados para determinar su criterio sobre lo que es la cooperación, obteniendo como resultado que el 42% menciona es el acto de colaborar, el 26% que es el trabajo mutuo, el 13% respondió que es una participación que existe entre individuos, el 12% menciona que es la contribución que se le puede otorgar a cualquier individuo y el 8% restante disertó que es un apoyo que se puede brindar a quienes lo necesitan, deduciendo que para los habitantes de la Comuna la Cooperación es una circunstancia donde se refleja la cooperación sea esta económica, intelectual, entre otras.

**CUADRO # 25**

<b>¿Qué beneficios cree usted que se consigue con la cooperación?</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Resolver problemas comunes	12	11%
Mayor confianza entre individuos	34	30%
De brindar y recibir apoyo	67	59%
<b>Total</b>	<b>113</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de la Comuna Engunga  
**Elaborado por:** Johanna Mujica

**GRÁFICO # 26**



**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de la Comuna Engunga  
**Elaborado por:** Johanna Mujica

Los 113 encuestados mencionaron que a través de la cooperación se consiguen grandes beneficios individuales y colectivos entre los cuales declararon un 59% el beneficio de brindar y recibir apoyo entre los miembros de la organización, el 30% manifestó que existe el beneficio de contraer mayor confianza entre individuos y el 11% restante deduzco que se pueden resolver problemas comunes, resultados que nos ayudan a determinar en qué consiste la cooperación en los habitantes de la Comuna.



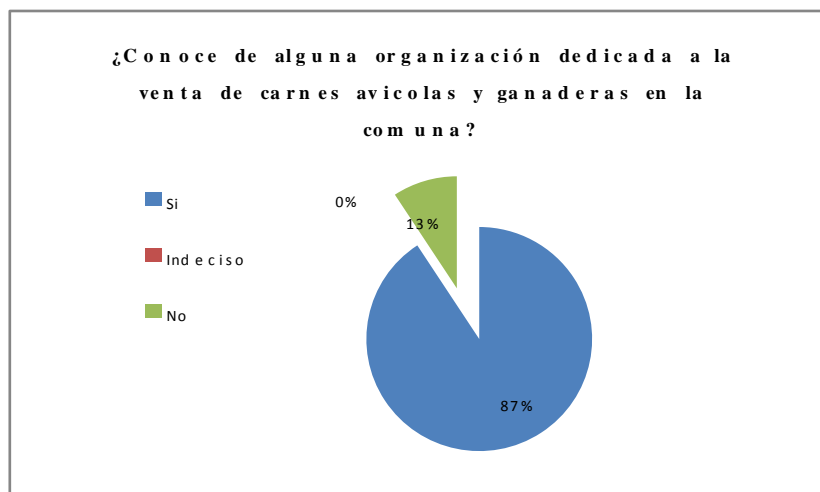
**CUADRO # 26**

<b>¿Conoce de alguna organización dedicada a la venta de carnes avícolas y ganaderas en la comuna?</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
S í	<b>98</b>	87 %
Indeciso	<b>12</b>	11 %
N o	<b>3</b>	3 %
<b>Total</b>	<b>113</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de la comuna Engunga

**Elaborado por:** Johanna Mujica

**GRÁFICO # 27**



**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de la Comuna Engunga

**Elaborado por:** Johanna Mujica

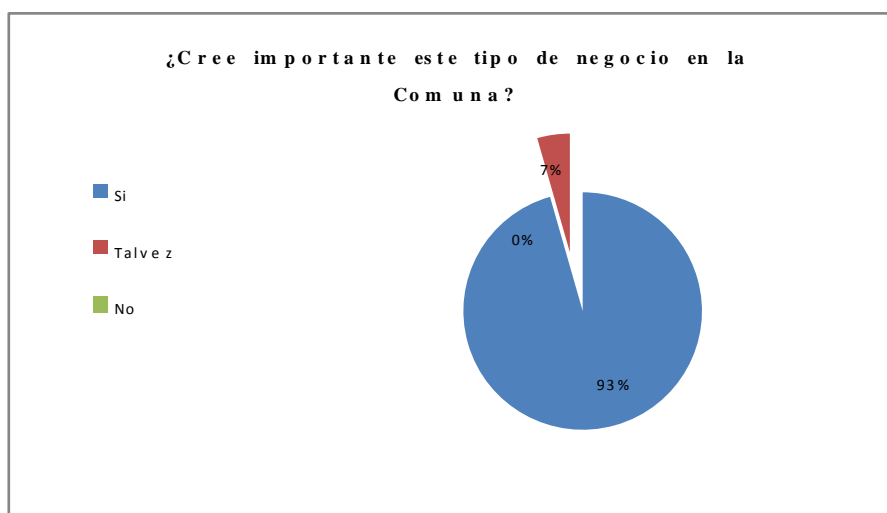
Es necesario obtener este tipo de información, para saber si existe la competencia alrededor, los habitantes de la Comuna manifestaron: un 87% menciona que sí conocen de organizaciones dedicadas a la venta de carnes avícolas y ganaderas pero que se encuentran lejos de la Comunidad, mencionaron que en la Comuna existen individuos dedicados a esta actividad que ayudan al menos a cubrir las necesidades de ciertos hogares, el 10% que desconoce de organizaciones dedicadas a esta actividad, lo que nos proporciona como efecto que podemos implementar un negocio con esta actividad sin ningún inconveniente.

**CUADRO # 27**

<b>¿ Cree importante este tipo de negocio en la Comuna ?</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Si	<b>105</b>	93 %
Tal vez	<b>8</b>	7 %
No	<b>0</b>	0 %
<b>Total</b>	<b>113</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de la Comuna Engunga  
**Elaborado por:** Johanna Mujica

**GRÁFICO # 28**



**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de la comuna Engunga  
**Elaborado por:** Johanna Mujica

Es indispensable conocer, este criterio para asegurarnos que la propuesta a ejecutar tendrá grandes éxitos en un futuro. Los resultados reflejaron que un 93% si está seguro que es importante este tipo de negocio en la Comuna, por simples razones, de contribuir con una sociedad en sus necesidades alimenticias, de crear fuentes de empleo en la Comunidad y otorgar la facilidad a los individuos de obtener un producto. Y el 7% restante mencionó que tal vez sea importante, ya que se ha logrado hacer grandes cosas para la Comuna pero que no establece el desarrollo de la Comuna.

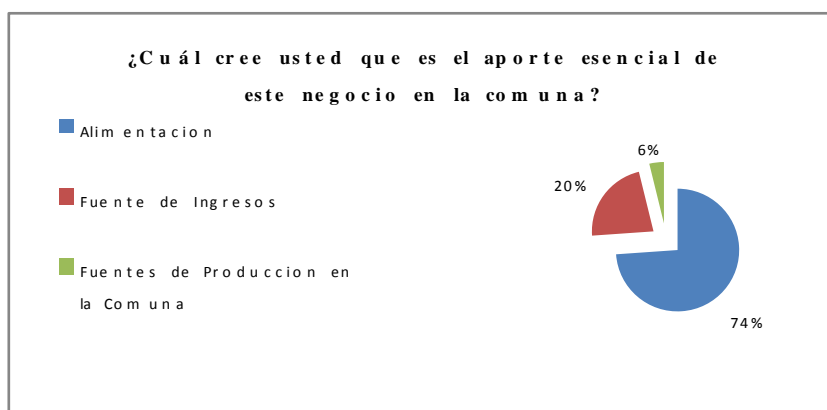
**CUADRO # 28**

¿Cuál cree usted que es el aporte esencial de este negocio en la comuna?		
ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
Alimentación	84	74 %
Fuente de Ingresos	22	19 %
Fuentes de Producción en la Comuna	7	6 %
<b>Total</b>	<b>113</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de la Comuna Engonga

**Elaborado por:** Johanna Mujica

**GRÁFICO # 29**



**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de la comuna Engonga

**Elaborado por:** Johanna Mujica

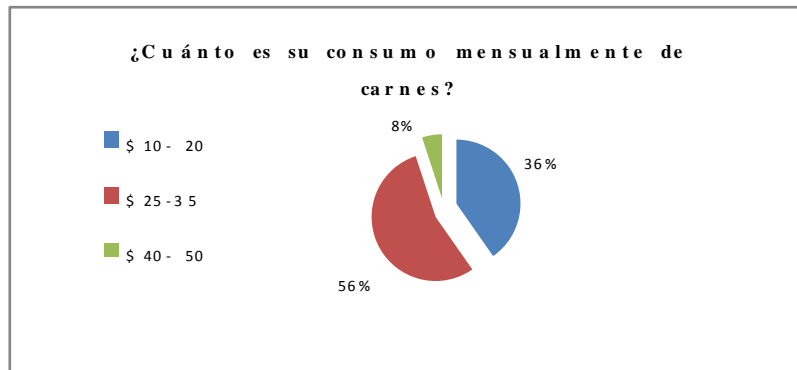
De los criterios mencionados anteriormente es necesario conocer cuál es la opinión de los habitantes, sobre este tipo de negocio, su aporte esencial en cada uno de sus hogares. El 74 % piensa que el aporte esencial que otorga este tipo de negocio es de la alimentación, el 20 % fuentes de ingresos y el 6% fuentes de producción en la Comuna. Determinando de esta manera que es esencial crear este tipo de negocio para satisfacer las necesidades alimenticias de los hogares de la Comuna, de igual forma para que exista fuente de ingresos en la misma.

**CUADRO # 29**

<b>¿Cuánto es su consumo mensualmente de carnes?</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
\$ 10 - 20	<b>41</b>	36 %
\$ 25 - 35	<b>63</b>	56 %
\$ 40 - 50	<b>9</b>	8 %
<b>Total</b>	<b>113</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de la Comuna Engunga  
**Elaborado por:** Johanna Mujica

**GRÁFICO # 30**



**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de la Comuna Engunga  
**Elaborado por:** Johanna Mujica

Considerar los ingresos que se generan en este tipo de negocio mensualmente nos permite evaluar si la propuesta de Asociatividad puede mejorar y superar su condición económica actual. El ingreso promedio que reciben mensualmente estos tipos de negocios son de aproximadamente \$25 por cliente, ya que el 56% de los encuestados mencionó que ese es su gasto mensual. El 36% de los individuos encuestados indicó que se gasta al menos 15 dólares por mes y el 8% entre \$40 mensualmente. Multiplicando este tipo de valor por cada una de las familias de la Comuna se deduce que los ingresos que se podría obtener, cubrirían con aquellos costos de producción y diferentes gastos operativos, lo que nos otorga como información relevante para implementar un tipo de negocio.

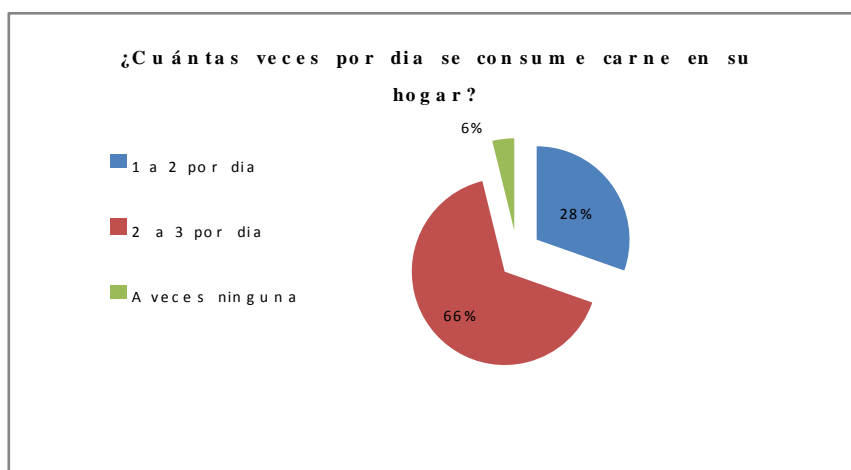
**CUADRO # 30**

<b>¿Cuántas veces por día consume carne en su hogar?</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
1 a 2 por día	32	28 %
2 a 3 por día	74	65 %
A veces ninguna	7	6 %
<b>Total</b>	<b>113</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de la Comuna Engunga

**Elaborado por:** Johanna Mujica

**GRÁFICO # 31**



**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de la Comuna Engunga

**Elaborado por:** Johanna Mujica

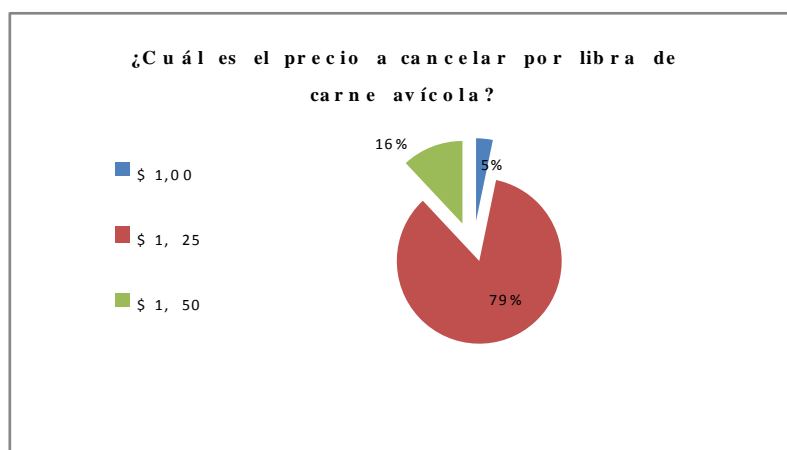
El promedio de carne consumida diariamente nos llevará a definir cuándo y cuánto debemos invertir mensualmente para cubrir con las necesidades de la Comunidad. Obteniendo como resultado que los hogares de la Comuna consumen entre 2 a tres veces por día, ya que es el único alimento que pueden conseguir diariamente con facilidad, el 28% entre 1 a veces consume carnes diariamente y el 6% restante a veces ninguna por motivo que se consume por general la mayoría de los días, mencionan que deben variar su alimentación, pero lo que desean es difícil de conseguir.

**CUADRO # 31**

<b>¿Cuál es el precio a cancelar por libra de carne avícola?</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
\$ 1,00	<b>6</b>	5 %
\$ 1, 25	<b>89</b>	79 %
\$ 1, 50	<b>18</b>	16 %
<b>Total</b>	<b>113</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de la Comuna Engunga  
**Elaborado por:** Johanna Mujica

**GRÁFICO # 32**



**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de la Comuna Engunga  
**Elaborado por:** Johanna Mujica

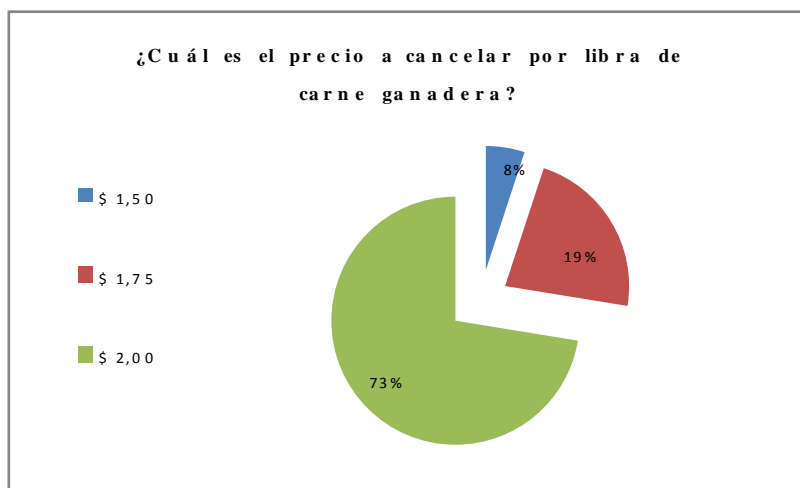
Conocer un valor promedio que los clientes están dispuestos a cancelar nos ayudará a determinar nuestro precio, siempre y cuando dicho precio cubre los costos y gastos y un margen de utilidad, pero a mayor escala de producción menor es el costo. El 79% de los encuestados mencionó que cancela \$1,25 por libra, precio a cancelar por la facilidad con la se puede conseguir el producto, el 16% menciona que cancela \$1,50 por libra ya que obtiene el producto fuera de la Comuna, comprando en pequeñas proporciones y el 5% lo adquiere a \$1 porque cuenta con familiares que le facilitan el producto a ese precio.

**CUADRO # 32**

<b>¿Cuál es el precio a cancelar por libra de carne ganadera?</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
\$ 1,50	9	8 %
\$ 1,75	21	19 %
\$ 2,00	83	73 %
<b>Total</b>	<b>113</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de la Comuna Engunga  
**Elaborado por:** Johanna Mujica

**GRÁFICO # 33**



**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de la Comuna Engunga  
**Elaborado por:** Johanna Mujica

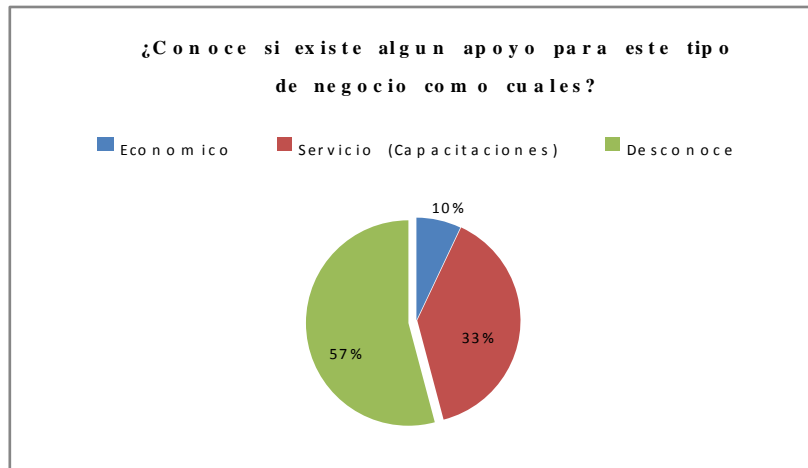
Analizar un valor promedio que los clientes cancelan por un producto, es de gran interés para determinar un precio equivalente a lo que cancelan, para de esta manera conseguir insumos de la elaboración de los productos con un margen de utilidad. A través de la interrogante se obtuvo que el 73% de los encuestados, cancelen \$2,00 por libra de carne ganadera, el 19% que cancelan alrededor de \$1,75 y el 8% restante cancelan \$1,50, cada uno menciona que es acorde al lugar donde se adquiere el producto. No existe un precio estable en el mercado mencionaron

**CUADRO # 33**

<b>¿Conoce si existe algún apoyo para este tipo de negocio cómo cuáles?</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Económico	12	11 %
Servicio (Capacitaciones)	37	33 %
Desconoce	64	57 %
<b>Total</b>	<b>113</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de la Comuna Engonga  
**Elaborado por:** Johanna Mujica

**GRÁFICO # 34**



**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de la Comuna Engonga  
**Elaborado por:** Johanna Mujica

Es importante saber si alguna organización les ha brindado ayuda y cuáles son los beneficios que han recibido. Teniendo como resultado que de las 113 personas encuestadas, el 57% mencionan que desconocen de aquello, el 33% nos proporcionó la información que a la Comuna llegan instituciones a brindar capacitaciones, pero no directamente a este tipo de negocio, de manera general a cada uno de los habitantes. Y el 10% indicó que existe apoyo económico pero para la Comuna, determinando que no se brinda un apoyo esencial para este tipo de negocios.

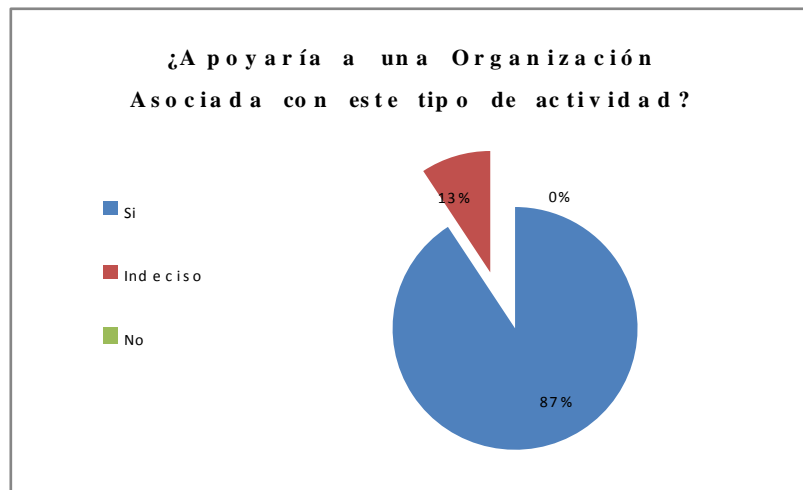


**CUADRO # 34**

<b>A p o y a r í a a u n a O r g a n i z a c i ó n A s o c i a d a c o n e s t e t i p o d e a c t i v i d a d</b>		
<b>A L T E R N A T I V A S</b>	<b>C A N T I D A D</b>	<b>%</b>
Si	96	85 %
Indeciso	14	12 %
No	3	3 %
<b>Total</b>	<b>113</b>	<b>100 %</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de la Comuna Engunga  
**Elaborado por:** Johanna Mujica

**GRÁFICO # 35**



**Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de la comuna Engunga  
**Elaborado por:** Johanna Mujica

Se realizó esta respectiva interrogante para conocer si los habitantes, brindarían el apoyo a este tipo de organización, ya sea como clientes, otorgar insumos si son proveedores, entre otros aspectos. El 87% mencionó que si se le brindaría su apoyo ya sea como cliente o habitante de la Comuna, ya que el pueblo es unido indicaron, el 13% está indeciso porque hay personas que buscan beneficios para ellos mismos. Pero cabe recalcar que no existen respuestas negativas respecto a esta interrogante.

### 3.1 RESUMEN DE LA OFERTA

Referente a la oferta podemos decir que es la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

En la Provincia de Santa Elena la producción de carnes avícolas y ganaderas en general son ejecutadas por productores de la zona rural, así como la Comuna Engunga.

Los habitantes de la Comuna Engunga tienen la capacidad y experiencia necesaria para ejecutar este tipo de actividad dentro de esta zona rural, pero la falta de recursos no le permite mejorar esta actividad comercial, ni poder implementar dentro de la zona una buena estructura para mejorar la administración y comercialización de sus productos. La crianza avícola y ganadera es moderada, debido a que producen acorde a sus capacidades adquisitivas, más bien no por la oferta, es decir, esperan que el cliente llegue a sus hogares a adquirir el producto o por encargos de otras zonas rurales. Sin embargo el crecimiento de la competencia por más pequeña que sea debe permitirles visionar la oportunidad de implementar otro tipo de estrategias y demostrar el interés en participar en programas que les permita ir hacia el mejoramiento continuo.

La disponibilidad del recurso humano e insumos existentes en los diferentes hogares de los productores de estas crías, se demuestra en los resultados de las entrevistas realizadas a los individuos dedicados a la comercialización de carnes avícolas y ganaderas.

### 3.2 RESUMEN DE LA DEMANDA

En lo que se refiere a la demanda podemos decir que es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

En la Provincia de Santa Elena existen más de 31.500 habitantes, pero es esencial recalcar que en la Parroquia Chanduy donde pertenece la Comuna Engunga existen alrededor de 20.000 habitantes, repartidos en 13 comunas, a quienes podemos considerar como nuestros demandantes ya que pertenecen a zonas que se encuentran cercanas, esto nos demuestra que sí existe el mercado necesario de los consumidores potenciales para la creación de una Asociatividad que se dedique a brindar esta clase de productos.

La demanda se puede atraer acordes a las estrategias que se aplican y a los precios que se otorguen a los respectivos consumidores, las encuestas realizadas demuestran que sí existen clientes dentro de la Comuna, ya que es el único producto que pueden conseguir en la actualidad en la Zona, los mismo que nos dieron un precio determinado cuanto cancelan por los mismo.

Por último se puede decir que la creación de este tipo de Asociatividad beneficiaría a la comunidad en general, contribuyendo así al desarrollo económico de la región, sólo hay que comenzar a emprender grandes negocios para beneficio de todos.

## CAPÍTULO IV

### 4. PROPUESTA DE UN PLAN DE ASOCIATIVIDAD COMO ESTRATEGIA PARA FORTALECER LA ADMINISTRACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CARNES AVÍCOLAS Y GANADERAS EN LA COMUNA ENGUNGA DE LAPARROQUIA CHANDUY DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.

#### 4.1 GENERALIDADES

En este capítulo se propone la ejecución de un Plan de Asociatividad, para lo cual se realizó un análisis de la situación actual de los comuneros del Cabildo de Engunga, el cual nos demuestra la necesidad de elaborar estrategias para mejorar las condiciones productivas, económicas, competitivas y por ende el estilo de vida de este sector y la región. Entendiéndose en este trabajo por estrategia asociativa:

Un mecanismo de relación y acción conjunta organizada y con cierto grado de permanencia, entre distintos actores - empresas, personas u organizaciones - interesados en unir voluntariamente sus esfuerzos para conseguir objetivos comunes y obtener beneficios que no podrían alcanzar individualmente.

Utilizaremos el tipo de Asociatividad territorial, el núcleo empresarial que es el que se da entre las personas para solucionar un problema en común, en nuestro caso sería los comuneros que se dedican a la producción y comercialización de carnes avícolas y ganaderas, y que ejercen esta actividad como medio para obtener un ingreso económico y de subsistencia.

Aprovechando las ventajas y características que ofrece la Asociatividad, venciendo los obstáculos que se presenten al momento de ejecutar este proyecto con la aplicación de estrategias de Asociatividad.

## **4.2 OBJETO**

El proyecto será para los comuneros del Cabildo Engunga para mejorar y fortalecer la administración y comercialización de la producción regional, de carnes avícolas y ganaderas de la Comuna.

## **4.3. OBJETIVOS**

A continuación se presentan el objetivo general de la propuesta y de la Organización y los respectivos objetivos específicos.

### **4.3.1 OBJETIVO GENERAL**

#### **De la Propuesta**

Brindar un Plan de Asociatividad, mediante un enfoque participativo como estrategia para mejorar la administración y comercialización avícola y ganadera entre comuneros del Cabildo de Engunga de la Parroquia Chanduy del Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena.

#### **De La Organización**

Crear una Empresa Asociativa con producción de buena calidad, mediante la administración y comercialización de carnes avícolas y ganaderas, satisfaciendo a nuestros clientes sus necesidades con las mejores perspectivas del producto y de esta manera ir ganando mercado creciendo constantemente local y regional

#### 4.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Efectuar el proceso Asociativo entre Comuneros del Cabildo de Engunga.
- Sensibilizar a los comuneros mediante reuniones informativas y capacitaciones constructivas sobre temas de Asociatividad, Administración y Comercialización para que tengan conocimientos de lo que están efectuando.
- Establecer, reglas, normas, principios de equidad y valores encaminados hacia la excelencia y mejoramiento continuo de sus actividades en la organización como medios que guíen y regulen a los comuneros que integran la Asociatividad.
- Determinar los pasos necesarios para iniciar la actividad económica a través de la Adquisición de los insumos mediante economía de escala con la compra directa a distribuidores para que los costos sean más económicos y de esta manera mejorar y estandarizar la producción, administración y comercialización.
- Establecer canales de Comercialización a las diferentes zonas rurales y urbanas cercanas a la Comuna, aplicando estrategias empresariales asociativas que permitan alcanzar una distribución competitiva a través del mercado interno y obtener ganancias en conjunto.
- Sembrar los beneficios del Plan de Asociatividad para mejorar la Administración y Comercialización De Carnes entre Comuneros logrando conseguir el desarrollo económico individual y Colectivo.

#### **4.3.3 FILOSOFÍA EMPRESARIAL**

Eficiencia y eficacia productiva, calidad en los productos a ofertar, competitivos a nivel local y regional satisfaciendo las necesidades de nuestros consumidores como ejecutores de negocio del trabajo en conjunto.

#### **4.3.4 MISIÓN**

La Asociación De Comuneros Del Cabildo de Engunga tiene como misión producir, administrar y comercializar carnes avícolas y Ganaderas, para brindar a sus clientes un producto de buena calidad a bajos costos acorde a las necesidades y sugerencias del consumidor de los diferentes sectores económicos y sociales de la región satisfaciendo así sus expectativas y exigencias como cliente.

#### **4.3.5 VISIÓN**

La Asociación de Comuneros tendrá como visión innovar la línea y calidad del producto con los insumos, personal y herramientas apropiadas para su producción, de la misma manera incrementar sus líneas de distribución a nivel local y regional para brindar a sus clientes variedad de productos y subproductos de carnes a las expectativas respectivas de cada consumidor para ser reconocida en el mercado Provincial y Nacional.

#### **4.3.6 VALORES CORPORATIVOS**

**Vocación de servicio.-** Se brindará un buen servicio en la venta de los productos demostrando cordialidad y respeto a nuestros clientes.

**Satisfacción total del cliente.-** Se Ofrecerá un producto acorde a las perspectivas de los clientes con el único fin de que los mismos se sientan identificados con nuestra empresa.

**Innovación Continua.-** Se requiere de una innovación constante para lograr posesionarse en la mente de los consumidores y liderar en el mercado.

#### **4.3.7 FODA**

De acuerdo al análisis preliminar a través de la interrelación directa con los involucrados, observación directa e investigación respectiva se ha podido identificar los siguientes puntos positivos y negativos de los Comuneros de Engunga dedicados a la Comercialización de Carnes Avícolas y Ganaderas.

Se establecerá estrategias de acuerdo al respectivo análisis interno y externo que predominaremos en los Comuneros.

#### **ANÁLISIS INTERNO**

- Fortalezas y Debilidades

#### **ANÁLISIS EXTERNO**

- Oportunidades y Amenazas



A continuación en el siguiente cuadro se detalla cada una de ellas y las respectivas estrategias aplicar.

**CUADRO # 35**  
**ANÁLISIS FODA**

<p><b>ANÁLISIS INTERNOS</b></p> <p><b>ANÁLISIS EXTERNOS</b></p>	<p><b>FORTALEZAS</b></p> <p>* Autoestima de los individuos involucrados.</p> <p>* Participación en el mercado.</p> <p>* Conocimiento de actividad comercial.</p> <p>* Recursos Humanos e Insumos necesarios para ejecutar la actividad comercial.</p>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <p>* Insuficiente Administración.</p> <p>* Falta de Comercialización de sus productos.</p> <p>* Difícil acceso a financiamientos.</p> <p>* Falta de una estructura adecuada para la ejecución de las actividades</p>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p>* Efectuar el proceso asociativo</p> <p>* Mercado por explotar.</p> <p>* Ampliar negocio en otras zonas rurales de la región Provincial.</p> <p>* Reconocimiento organizacional por calidad del producto.</p> <p>* Convenios con Organizaciones Públicas y Privadas.</p>	<p><b>ESTRATEGIAS F-O</b></p> <p>* Integración de Individuos.</p> <p>* Mejorar la segmentación de mercado.</p> <p>* Apertura nuevos puntos de distribución de nuestros productos a nivel local y regional.</p> <p>* Realizar convenios de ventas en épocas bajas de rentabilidad.</p> <p>* Distribuir un producto de manera eficaz</p>	<p><b>ESTRATEGIAS D-O</b></p> <p>* Contribuir a la reducción de costos de asociarse e incrementar el capital social.</p> <p>* Beneficiar a asociados.</p> <p>* Definir nuestra estrategia de marketing para obtener nuevos clientes dentro de la región donde actualmente nos encontramos.</p>
<p><b>AMENAZAS</b></p> <p>* Apariencias de competidores</p> <p>* Entorno Económico y Político.</p> <p>* Implementación de Asociaciones Similares.</p> <p>* Precios de los competidores bajos.</p> <p>* Productos Sustitutos.</p>	<p><b>ESTRATEGIAS F-A</b></p> <p>* Desarrollar nuevas líneas de productos para satisfacer las necesidades de los clientes.</p> <p>* Dar a conocer los nutrientes y beneficios del producto a nichos de mercados, para evitar ser reemplazados por otros productos</p>	<p><b>ESTRATEGIAS D-A</b></p> <p>* Mejorar la segmentación de mercado entre comuneros.</p> <p>* Reducir Inversiones.</p> <p>Disminuir entrega de productos, con mayores gastos de distribución.</p>

**Fuente:** Análisis Comuneros Engunga

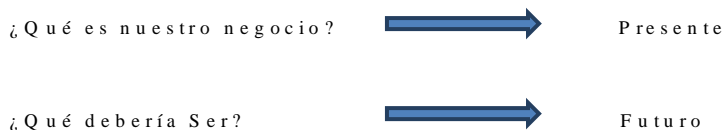
**Elaborado por:** Johanna Mujica

#### 4.3.8 ESTRATEGIAS

La estrategia en la rama administrativa es la adaptación de recursos y habilidades de la organización al entorno cambiante, aprovechando sus oportunidades y evaluando los riesgos en función de objetivos y metas.

Todos desean una organización al entorno cambiante aprovechando cada una de las oportunidades que se les presenta en el entorno, a través de sus objetivos trazados tomando en cuenta las barreras que existen en su alrededor, es el caso de los individuos a asociarse desean formar una Organización diferente y este es el camino a seguir para lograr sus metas.

Peter Drucker define la estrategia de una organización en las respuestas de 2 interrogantes muy sencillas.



Este criterio relaciona a los comuneros a Asociarse en la Comuna Engunga, tiene la siguiente respuesta:

¿Qué es nuestro negocio?

Individuos con pequeños negocios que buscan ingresos económicos para el sustento diario de su familia buscando obtener beneficios y resultados en gran escala día a día.

¿Qué debería Ser?

Un grupo de personas asociadas con una mejor administración y comercialización de sus productos para satisfacer las necesidades de sus clientes acordes a sus expectativas en buscas de nuevos mercados y ser reconocidos a nivel local y regional.

Para cumplir con esta estrategia diseñada por Peter Drucker, debemos fijarnos las siguientes estrategias, pero considerando otros tipos de estrategias dentro de nuestro Plan Asociativo:

#### **4.3.8.1 ESTRATEGIA DE APERTURA.**

- Integrar individuos dedicados a la Comercialización de carnes avícolas y ganaderas, para identificar los actores que formaran la Asociatividad.

- Contribuir a la reducción de costos de Asociarse e incrementar el capital social entre comuneros, con el fin de mejorar el proceso de distribución de los productos que ofertan.

#### **4.3.8.2 ESTRATEGIA DE SINERGIA**

- Establecer la Unión de Comuneros para ejecutar la Asociatividad, con el fin de obtener una vida jurídica legalmente establecida.

- Brindar información relevante sobre temas relacionados con la Asociatividad para que tengan conocimiento de lo que desean ejecutar.

- Mejorar la Segmentación de Mercado, en el cambio de información entre comuneros, a través de charlas y reuniones.

#### **4.3.8.3 ESTRATEGIAS DE FORMALIZACIÓN**

- Realización y aprobación de estatutos para la constitución y legalización de la Asociatividad, mediante convocatorias a reuniones para consensuar y aprobarlos de manera unánime.

- Definir el Directorio de la Asociatividad, con el fin de presentar la respectiva documentación a los organismos competentes.

#### **4.3.8.4 ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO Y REFUERZOS.**

- Apertura de un nuevo punto de distribución de los productos a nivel local y regional, mediante un proceso Asociativo.
- Realizar Convenios con proveedores para obtener mejor rentabilidad en la distribución de los productos a través de una Asociatividad.
- Definir nuestra estrategia de marketing para obtener nuevos clientes dentro de la región donde actualmente nos encontramos.
- Dar a conocer los nutrientes y beneficios del producto a ofertar, definiendo nuestro mercado objetivo.

#### **4.3.8.5 ESTRATEGIAS DE RESPUESTAS Y REPLIEGUE.**

- Distribuir un producto de manera eficaz, a través de la mejora de la producción, administración y comercialización de los productos.
- Distribución de entrega de productos, con menores gastos de distribución, determinando los mejores costos de distribución.
- Reducir Inversiones, definiendo nuestro mercado meta.

#### **4.3.8.6 ESTRATEGIA DE ACEPTACIÓN.**

- Ampliar la línea de Productos, para satisfacer las necesidades de los consumidores insatisfechas.

- Establecer financiamiento asociativo, para fortalecer la Asociatividad y continuar en el mercado, logrando el desarrollo individual y colectivo entre los asociados sembrando beneficios en la Organización.

#### **4.3.8.7 DISEÑO DE OBJETIVOS POR ÁREAS ESTRATEGIAS.**

A continuación se detalla el respectivo diseño de los objetivos por las áreas estratégicas.

#### **ESTRATEGIA DE APERTURA, SINERGIA Y FORMALIZACIÓN.**

- Integración de los individuos dedicados a la comercialización de carnes avícolas y ganaderas, incrementando el capital social entre los comuneros productores.

- Mejorar la segmentación de mercado mediante el intercambio de información entre comuneros, estableciendo un mercado objetivo.

- Realizar y aprobar los estatutos y actas constitutivas, para la respectiva legalización de la Asociatividad, a través de los Socios convocados a reuniones consensuando cada tema con la aprobación final del Directorio elegido por los miembros.

#### **ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO.**

- Apertura nuevos puntos de distribución de nuestros productos a nivel local y regional, con el fin de atender a diferentes segmentos de mercados buscando la competitividad.

- Desarrollar nuevas líneas de productos para satisfacer las necesidades de los clientes, obteniendo una mejor rentabilidad en el negocio.
- Definir nuestra estrategia de marketing para obtener nuevos clientes dentro de la región donde actualmente nos encontramos, con el fin de ir creciendo constantemente.

#### **ESTRATEGIAS DE REFUERZO**

- Dar a conocer los nutrientes y beneficios del producto a nichos de mercados, a través de pruebas piloto ejecutadas para la apertura de nuevos clientes.
- Realizar convenios de venta en épocas bajas de rentabilidad, para obtener ingresos favorables en la organización.

#### **ESTRATEGIAS DE RESPUESTAS**

- Distribuir un producto de manera eficaz, para evitar que la competencia de nuestro entorno a nivel regional no nos gane mercado.
- Beneficiar a asociados, por sus destrezas de producción, administración y comercialización del producto, obteniendo calidad en el mismo para su distribución comercial

#### **ESTRATEGIAS DE REPLIEGUE**

- Disminuir entrega de productos, con mayores gastos de distribución con el fin de evitar altos costo de comercialización.

- Reducir inversiones, para obtener estabilidad económica y seguir en el mercado.

#### **ESTRATEGIA DE ACEPTACIÓN**

- Ampliar la línea de productos para satisfacer otros tipos de necesidades de los consumidores, buscando otros nichos de mercados.

- Establecer financiamiento colectivo, para buscar otros canales de distribución y realizar inversiones futuras regionales.

#### **4.4 ASOCIATIVIDAD**

Las empresas en el país tienen que asociarse para que, juntos puedan obtener el nivel de desarrollo y competitividad que se requiere para competir a nivel regional y global. Debido a que en la actualidad existe una cantidad importante de experiencias exitosas en esta materia, pero en general son desconocidos para el propietario de una pequeña empresa y para la sociedad en general.

Por tal motivo es imprescindible que el Estado y demás instituciones pongan énfasis en el desarrollo de estos modelos, que permiten sacar un gran provecho de la sinergia generada por el intercambio de experiencias.

Y fomentar internamente en las organizaciones, en especial en pequeños negocios la ejecución de estos proyectos de forma activa, promoviendo nuevos espacios en el mercado que se involucran.

#### 4.4.1 LA ASOCIATIVIDAD DE COMUNEROS DEL CABILDO DE ENGUNGA.

Resulta de la integración de individuos dedicados a la producción y comercialización de carnes avícolas y ganaderas, que cuentan con bases de conocimientos en la cría de aves de corral, de chivo y de borrego que realizan una distribución concreta en la Comuna Engunga y zonas aledañas de acuerdo a los pedidos requeridos, y que están dispuestas a trabajar y comprometerse a implementar este tipo de mecanismo en la Comuna, cumpliendo con cada uno de los factores involucrados en la Asociatividad, la misma que contará con los recursos necesarios que satisfagan la demanda acorde a las perspectivas de sus consumidores.

*Comuneros Productores.* Son los principales actores de este modelo. Deben unir esfuerzos para una mejor producción, administración y comercialización de sus productos para cubrir la demanda de sus productos de una manera eficiente y eficaz, acorde a las perspectivas del cliente tanto en calidad como en precio, acorde a la capacidad adquisitiva del mercado a satisfacer.

Cumpliendo como factor esencial el rol adecuado en cada una de las actividades, aportando con información, insumos, recursos económicos y humanos.

Contribuir a la reducción de los costos transaccionales de asociarse, e incrementar el capital social entre los comuneros productores



#### **4.5 MODELO DE MICHAEL PORTER.**

El enfoque conceptual que aquí se expone, se destacan cuatro aspectos básicos en el clima de negocios que determinan las ventajas competitivas de las empresas. Al operar de forma simultánea en el tiempo y en el espacio, estos aspectos crean las condiciones para la formación y el desarrollo de los clúster en determinados lugares.

Las 4 fuentes competitivas son las siguientes:

- Las condiciones de los factores;
- La estructura de la industria a la cual pertenecen las empresas, incluyendo el esquema de las rivalidades que tienen entre sí;
- Las condiciones de la demanda; y
- La situación de las industrias relacionadas y de apoyo.

##### **4.5.1 LAS CUATRO FUENTES COMPETITIVAS DE LA ASOCIATIVIDAD DE COMUNEROS PRODUCTORES DE CARNES AVICOLAS Y GANADERAS.**

La forma como se manifiestan esas fuentes de competitividad y cómo interactúan entre sí, permite explicar cómo hacen las empresas para generar, mantener, o perder sus ventajas competitivas. Al poner la atención en estos aspectos, se está reconociendo que las empresas no existen en una especie de vacío social, sino que operan en entornos geográficos, económicos, sociales y culturales específicos, y que el análisis de sus estrategias de competitividad actuales o potenciales, debe considerar ciertas características esenciales de esos entornos, para que tenga un verdadero poder explicativo.

A continuación se explican los rasgos principales de las cuatro fuentes que, según el modelo conceptual de Porter, determinan la ventaja competitiva en ubicaciones geográficas específicas.

#### **LAS CONDICIONES DE LOS FACTORES**

Los insumos de factores van desde los activos tangibles, tales como la infraestructura física, hasta la información, el sistema legal y los institutos de investigación de las universidades, a los cuales recurren todas las empresas que compiten. Para aumentar la productividad, los insumos de factores deben mejorar su eficiencia, su calidad y, en última instancia, su especialización en áreas particulares del clúster.

Los comuneros productores cuentan con los activos, pero falta mejorarlos por eso se busca la Asociatividad, buscando mejores condiciones de sus factores, ya que se obtiene toda la información relevante de quienes son sus demandantes, sus posibles compradores en un futuro a través de la empresa creada.

Pero se desea ser competitivos en el mercado, para mejorar su eficiencia, calidad y especialización, y desean unir esfuerzos y recursos para los lograr los objetivos trazados.

#### **LOS ESQUEMAS DE ESTRATEGIA Y RIVALIDAD**

El contexto para la estrategia y rivalidad de las empresas tiene que ver con las reglas, los incentivos y las normas que rigen el tipo y la intensidad de la rivalidad local. Las economías con baja productividad se caracterizan por tener poca rivalidad local. Para pasar a una economía adelantada es necesario que se desarrolle una vigorosa rivalidad local a través de la Asociatividad de los pequeños comuneros productores de carnes avícolas y ganaderas, la cual debe estar dispuesta a competir y salir adelante desplazarse en toda la región

implementando dentro de su organización salarios bajos para poder producir, administrar y comercializar productos de manera eficiente, para cumplir con las condiciones requeridas de los demandantes y cumplir con todos los segmentos de la localidad provincial. Con el tiempo, ese tipo de rivalidad también debe evolucionar, partiendo de las estrategias de reducción de costo hacia estrategias de diferenciación de productos, para lo cual se ha desarrollado diferentes estrategias para el cumplimiento de este esquema.

El carácter de la rivalidad en una ubicación está fuertemente influenciado por muchos aspectos del ambiente empresarial, la Asociatividad cuenta con factores disponibles y con condiciones de demanda local en la actualidad. Sin embargo, el clima de inversión y las políticas sobre la competencia fijan el contexto. Cosas tales como la estabilidad macroeconómica y política, el sistema tributario, las políticas del mercado laboral que afectan los incentivos para que se desarrolle la fuerza de trabajo y las reglas de propiedad intelectual y su aplicación contribuyen a que las compañías estén dispuestas a invertir, para mejorar su equipo de capital, sus destrezas y su tecnología. La política antimonopolio, las reglas del gobierno sobre propiedad y concesión de licencias, y la política sobre el comercio y la inversión externa juegan un papel vital para establecer la intensidad de la rivalidad local, para esto la Asociatividad debe estar preparada para poder asumir este tipo de ambientes competitivos.

#### **CONDICIONES DE LA DEMANDA**

Las condiciones de la demanda en la sede de las empresas tienen mucho que ver con el hecho de que las empresas puedan y quieran pasarse de productos y servicios imitadores y de baja calidad, a una competencia basada en la diferenciación. Las economías de poca productividad se enfocan fuertemente en los mercados extranjeros. Para progresar, se deben desarrollar mercados locales más exigentes, tener la demanda adecuada y satisfecha. La presencia o

surgimiento de clientes nacionales sofisticados y exigentes presiona a las empresas para que mejoren y permite discernir sobre las necesidades existentes y futuras, lo cual es difícil de hacer en los mercados externos. La demanda local también puede revelar segmentos del mercado donde las empresas se pueden diferenciar. En una economía mundial, la calidad de la demanda local importa mucho más que su tamaño.

#### **INDUSTRIAS AFINES Y DE APOYO**

La ubicación de un tipo de Asociatividad como un núcleo empresarial puede brindar un acceso superior o de menor costo a insumos especializados, tales como componentes, maquinaria, servicios a empresas y personal, ya que cada individuo colabora con la información, insumos y recursos respectivo, este tipo de Asociatividad puede ser un medio inherentemente más eficaz de reunir insumos, siempre que se disponga de proveedores locales competitivos. El acceso a insumos suministrados por integrantes puede implicar menores costos de transacciones que si se obtienen de fuentes distantes. Los comuneros del Cabildo Engunga desean implementar la empresa ya que cuenta con negocios afines y de apoyo para iniciar con las actividades y ser competitivos en el mercado local.

#### **4.5.2 GESTIÓN DE PROYECTOS ASOCIATIVOS.**

Los proyectos Asociativos deben generar acciones a corto, mediano y largo plazo con el ánimo de despertar el entusiasmo y la participación activa de la empresa por un largo periodo, ya que no todas las organizaciones que participan en un emprendimiento asociativo pertenecen hasta el final del proceso al mismo.

La Asociación de comuneros de Engunga, para mejorar la administración y comercialización de carnes avícolas y ganaderas se ha plasmado generar acciones

a corto, mediano y largo plazo para que la Asociación perdure e ir creciendo en la región Provincial y Regional.

Asumiendo el compromiso de trabajar en equipo para lograr los objetivos planteados.

De acuerdo a las estrategias que se han mencionado se pueden identificar los diferentes proyectos a ejecutar a cortos mediano y largo plazo.

#### **PROYECTOS A CORTO PLAZO A EJECUTARSE EN LA ASOCIATIVIDAD.**

- Integrar a los individuos dedicados a la comercialización de carnes avícolas y ganaderas para formar la Asociatividad.
- Implementar la Asociatividad, para fortalecer nuestra fuerza de venta, a través de la unión de individuos dedicados a la Comercialización de carnes avícolas y ganaderas, obteniendo los recursos necesarios para distribución de los productos.
- Incrementar el capital social entre los comuneros, mediante la Asociatividad.
- Recopilar información comercial a través de reuniones y charlas, para una mejor segmentación de mercados y ser competitivos a nivel regional.

#### **PROYECTOS A MEDIANO PLAZO A EJECUTARSE DENTRO DE LA ASOCIATIVIDAD.**

- Implementar actividades conjuntas dentro de la organización asociativa, para un mejor proceso de comercialización con productos de buena calidad, optimizando de esta manera recursos.
- Realizar Convenios e Inversiones que ayudan a mejorar la rentabilidad de la Organización, tanto con entidades públicas y privadas ofertando un producto acorde a las perspectivas de los consumidores.

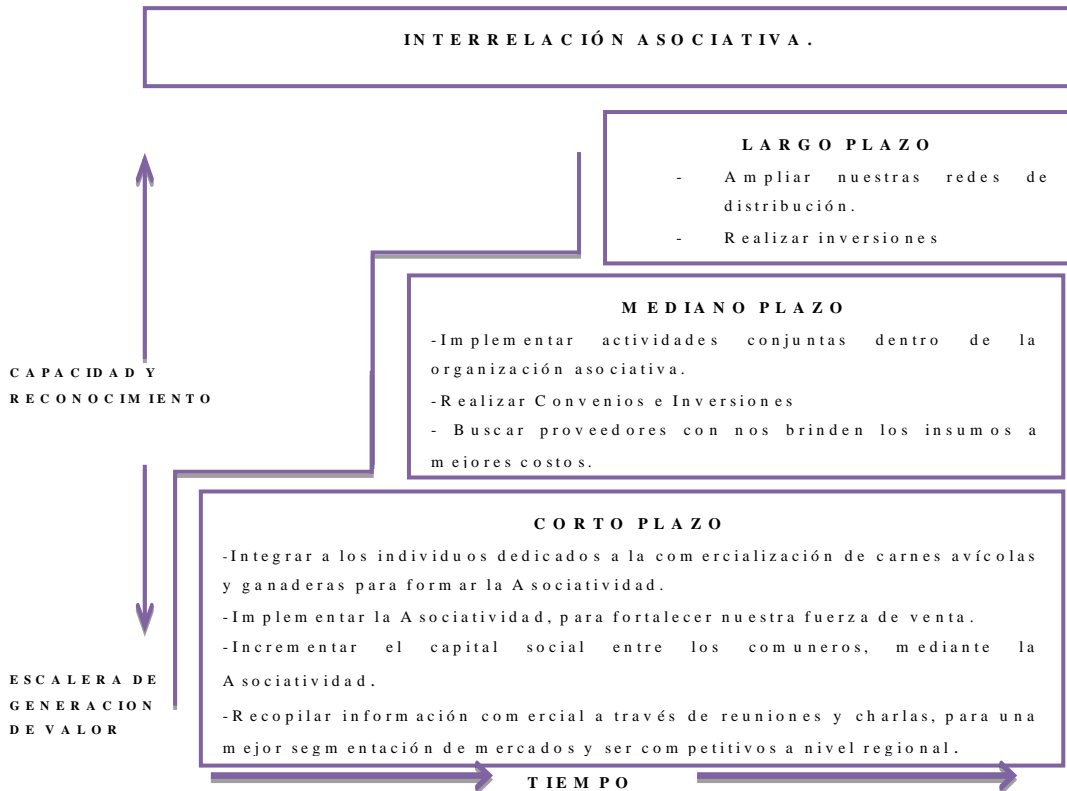
- Buscar proveedores que nos brinden los insumos a mejores costos, para brindar a nuestros clientes un producto a bajo costo sin dejar a un lado la calidad del mismo.

**PROYECTOS A LARGO PLAZO A EJECUTARSE DENTRO DE LA ASOCIATIVIDAD.**

- Ampliar nuestras redes de distribución a nivel Provincial y Regional, para satisfacer las necesidades de los clientes desde cualquier punto, obteniendo mejor rentabilidad.
- Realizar inversiones extrajeras, es decir, distribuir nuestros productos a través de la exportación, y así poder abarcar el mercado internacional.

**4.5.3 ESQUEMAS DE INTERRELACIONES ASOCIATIVAS**

**GRAFICO # 36**



Fuente: Planes de la Asociatividad  
 Elaborado por: Johanna Mujica

#### **4.5.4 LA ASOCIATIVIDAD COMO ESTRATEGIA COMPETITIVA**

La Asociatividad, como estrategia competitiva, busca el desarrollo económico individual, colectivo y local, a través de la confianza, participación, cooperación y actuación de todos los actores involucrados, aspectos que constituyen hoy y en el futuro, elementos básicos del fortalecimiento del individuo y de los grupos humanos de la Comuna Engunga.

El uso de planes asociativos generara nuevos ingresos, fuentes de empleo y la búsqueda de nuevas oportunidades tanto a directivos y socios. Al Incorporar este tipo de estrategia competitiva damos paso a generar nuevas iniciativas empresariales que generen productividad y competitividad, oportunidad de vincular comunidades en proceso de cambios, generadores de bienestar para una sociedad en general.

#### **4.5.5 LA ASOCIATIVIDAD: ALIANZA VOLUNTARIA PARA LA COMPETITIVIDAD**

Como se ha detallado anteriormente la Asociatividad a emprender en la Comuna Engunga, para mejorar la administración y Comercialización de carnes avícolas y ganaderas se ha diseñado a través de una alianza voluntaria para competir en un mercado.

Ya que se ha aplicado una estrategia colectiva de unir a individuos con las mismas características de negocio, capacidades, habilidades y conocimientos acordes a las actividades a ejecutarse dentro de la Asociatividad con carácter voluntario, que no excluye a ningún individuo por el tipo de recursos o demandantes que posee, sino para resolver problemas comunes y ser competitivos en el mercado local gracias al aporte de productos de buena calidad. Adoptando una modalidad de Asociatividad de núcleo empresarial, que se une para compartir experiencias y buscar soluciones en conjunto.

#### **4.6 VENTAJAS DE LA COMPETITIVIDAD**

- **El potencial de crecimiento y actualización:** La Apertura de nuevos mercados para crecer e Innovar los productos, bajo el esquema de Asociatividad.
- **La posibilidad de compartir y aprovechar información sobre:** proveedores, diseño de productos, mano de obra, insumos, clientes, mercados, tecnología, la especialización del trabajo entre las personas que componen la Asociatividad.
- **Demanda:** Las ventajas desde el punto de vista de la demanda son variadas: por ejemplo, agrupar producción para el cumplimiento de volumen y obtener mejor rentabilidad

#### **4.7 PROCESO DE LA ASOCIATIVIDAD**

Dentro de este proceso de Asociatividad se contempla en dos fases:

1. Identificación y sensibilización de actores.
2. Formación y estructuración de Asociatividad.

##### **4.7.1 IDENTIFICACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN DE ACTORES.**

###### ***Paso 1***

Dentro de esta etapa se encuentra la promoción de la idea, mediante distintas actividades, para el establecimiento de una visión de la modalidad asociativa, parte de esta actividad se la desarrollo el momento que se realizaron las entrevistas a los 30 comuneros de Engunga dedicados a la comercialización de carnes avícolas y ganaderas en la actualidad.



Al momento que se efectuaban las entrevistas en cada uno de los hogares, se les explicaba, de qué se trataban las preguntas y cuál era el objetivo de ellas, de esta manera los comuneros ya tenían conocimiento para que se necesitaban las respuestas de la misma y con qué fin la Asociatividad se desea implantar.

### *Paso 2*

Después del paso anterior podemos también sensibilizar a los comuneros a través de una reunión, donde damos a conocer de manera grupal, de que se trata la propuesta que se les está dando.

Los beneficios que les traería si se aplican este tipo de estrategias como es la Asociatividad, y se les aclara que se puede obtener servicios financieros, pero que no se los puede obtener con gran facilidad para evitar falsas especulaciones y evitar que la Organización establezca su personería Jurídica con el fin de obtener créditos en tan corto plazo.

### *Paso 3*

Otro de los objetivos de la reunión es la identificación de los comuneros dispuestos a asociarse, aquellas que están dispuestas a participar invirtiendo recursos propios para el logro del agrupamiento, brindando aportes económicos para la legalización de la Organización y comienzo de actividades comerciales.

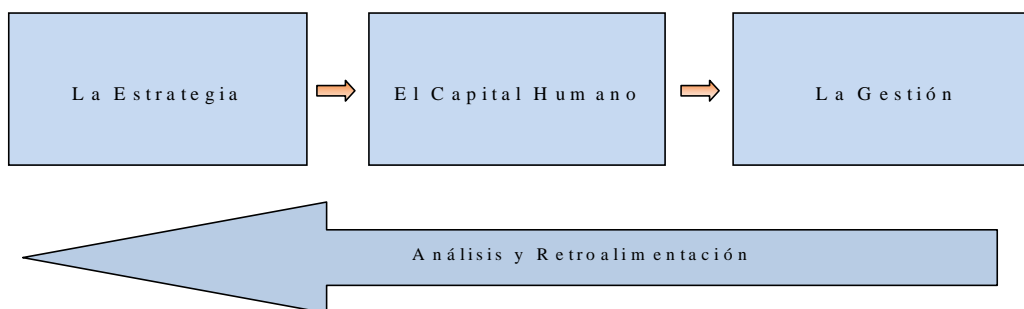
#### 4.7.2 FORMACIÓN Y ESTRUCTURACIÓN DE LA ASOCIATIVIDAD

##### MODELO DE CONSTRUCCIÓN DE ASOCIATIVIDAD

Los modelos de construcción de Asociatividad se deben fundamentar en tres pilares fundamentales:

- La Estrategia
- El Capital Humano
- La Gestión

**GRAFICO # 37**  
**MODELO DE CONSTRUCCIÓN DE ASOCIATIVIDAD**



Fuente: Modelo de Construcción de Asociatividad

Elaborado por: Johanna Mujica.

##### **Estrategia:**

- Unión de individuos con capacidades comunes
- Capacitaciones.

##### **El Capital Humano:**

- Habitantes de la Comuna Engunga.

##### **La Gestión**

- Mejorar la Administración y Comercialización de carnes avícolas y ganaderas
- Legalización de la Organización

**Paso 1- Unión de individuos con capacidades comunes**

Se realiza la coalición entre los 30 comuneros que desean asociarse, estableciendo una base de confianza entre ellos, voluntad para asociarse y el mecanismo de cooperación a utilizar.

**Paso 2 - Capacitaciones a comuneros sobre temas de confianza y cooperación.**

Esto se lo realiza mediante:

La Ejecución de una reunión colectiva, para reforzar la visión compartida de los beneficios de la Asociatividad, utilizando recursos y materiales necesarios que permiten apoyar el aprendizaje.

**CUADRO # 36**

**PROGRAMA DE CAPACITACIÓN 1**

<b>PROGRAMA DE LA SESIÓN</b>	
<b>Actividad</b>	<b>Tiempo</b>
Introducción.	5'
Bienvenida y presentación del programa.	5'
<ul style="list-style-type: none"><li>• Saludo por los Asistentes</li><li>• Temas a impartir: Confianza y Cooperación.</li><li>• Interrogantes</li></ul>	2' 30' 8'
Compromiso con el taller.	20'
Cierre de la sesión.	5'
<b>TOTAL</b>	<b>(1 hora 15') 75'</b>

**Fuente:** Capacitación a Comuneros de Engunga

**Elaborado por:** Johanna Mujica

### **Introducción**

**Duración:** 5 minutos

Es muy importante que las participantes reciban un trato amable y cordial al empezar la sesión para hacerlos sentir bien desde el primer momento en las actividades de capacitación. A medida que ingresen al ambiente donde se desarrolla la capacitación, las participantes anotarán su asistencia. El ambiente estará preparado preferentemente en semicírculo para propiciar la confianza entre los participantes.

### **Bienvenida y presentación del programa**

**Duración:** 5 minutos

Al inicio de la sesión la facilitadora da una cordial bienvenida a las asistentes procurando usar palabras motivadoras, a fin de que las participantes se sientan motivadas para asistir al programa.

La facilitadora, como representante de la institución responsable de la implementación del programa de sensibilización empresarial, informa a las asistentes cómo se desarrollará el programa de capacitación: objetivos, número de sesiones, contenidos, horario, entre otros. Luego de haber informado del programa de capacitación, se procede con las presentaciones de los asistentes.

### **Presentaciones de los asistentes**

**Saludo por los asistentes (2')**

La facilitadora indica que todas las participantes deben saludarse y dialogar unos segundos para entrar en confianza y aprender este valor, deben saludarse dándose la mano unas con otros.

Todos los asistentes deben saludarse entre si. Ninguno puede quedarse sin saludar.

### **Temas de interés (30')**

#### **La cooperación y la confianza**

Luego de habernos saludado y apreciado y haber tomado confianza, es momento de conocer las teorías de los mismos, impartidas por una persona conocedora del tema, para que los involucrados tengan una visión clara de lo que es la cooperación y la confianza entre individuos, se dió a conocer los respectivos temas a través de conceptos y ejemplos prácticos, tales dialogo de conversación comunes involucradas a la Asociatividad a ejecutar.

Ejercicios prácticos, conversaciones entre individuos sobre temas:

- **¿Por qué nos dedicamos a esta actividad?**
- **¿Qué logramos conseguir?**
- **¿Te gusta trabajar en conjunto?**
- **¿Brindas la confianza de manera rápida a quienes contribuyen contigo?**

Lo importante es que se introduzca bien los temas impartidos y lo que se desea conseguir con la reunión. Explica que tienen un tiempo máximo de 10 minutos para conversar en parejas, que después de ese tiempo, se harán las respectivas interrogantes.

### **Interrogantes (8)**

Después de cada conversación, la facilitadora procede a realizar las respectivas preguntas a los participantes:

- ¿Cómo se sintieron al realizar este ejercicio?
- ¿Les fue fácil o difícil comunicarse con los otros? ¿Por qué?
- ¿Qué les parece conocer algo de sus compañeras o compañeros?

Las participantes expresarán sus opiniones y la facilitadora irá comentando las respuestas expresadas y comentará muy brevemente sobre la importancia de la comunicación dentro de los grupos humanos, la necesidad de conocerse, de intercambiar opiniones en el trabajo y en las asociaciones y porque debe prevalecer la confianza en la organización.

### **Compromiso con el taller**

**Duración:** 20 minutos

Dar a conocer a los participantes de manera práctica que se debe ejecutar en una organización Asociativa, como conseguir la confianza entre compañeros y la manera de cooperar en las actividades que se realizaran dentro de la organización.

### **Cierre de la sesión**

**Duración:** 5 minutos

Se pregunta al finalizar esta primera parte del programa:

- ¿Cómo se han sentido en esta sesión?
- ¿Qué aprendizajes deja esta sesión?

Se escucha y se anota en el papelógrafo las ideas expresadas, se comenta de manera positiva, refrendando las actitudes que son motivo de encuentro y del crecimiento personal, e indispensables para generar liderazgo, y se invita a los asistentes a participar en la siguiente capacitación.

**Paso 3.- Capacitación a Comuneros sobre tema de consenso y Asociatividad**

Para esta actividad se pueden realizar otra reunión, donde vamos a obtener los resultados esperados, aplicando estrategias motivadoras y que no se torne aburrida, conociendo ahora si los involucrados saben lo que es consensuar.

La Ejecución de esta reunión colectiva, se realiza con el afán de reforzar el dialogo entre los individuos y que exista un consenso para establecer normas, reglamentos, valores y la estructura necesaria para la Asociatividad.

**CUADRO # 37**

**PROGRAMA DE CAPACITACIÓN**

<b>PROGRAMA DE LA SESIÓN</b>	
<b>Actividad</b>	<b>Tiempo</b>
Introducción.	5'
Bienvenida y presentación del programa.	5'
- Saludo por los Asistentes - Temas a impartir: consenso y Asociatividad - Interrogantes	40' 2' 30' 8'
Compromiso con el taller.	20'
Cierre de la sesión.	5'
<b>TOTAL</b>	<b>(1 hora 15') 75'</b>

**Fuente:** Capacitación a Comuneros de Engunga

**Elaborado por:** Johanna Mujica

### **Introducción**

**Duración:** 5 minutos

No se debe olvidar del trato amable y cordial con las personas presentes en la sesión para hacerlos sentir bien desde el primer momento en las actividades de capacitación. A medida que ingresen al ambiente donde se desarrolla la capacitación, las participantes anotarán su asistencia. El ambiente estará preparado preferentemente en semicírculo para propiciar la confianza entre los participantes.

### **Bienvenida y presentación del programa**

**Duración:** 5 minutos

Al inicio de la sesión la facilitadora da una cordial bienvenida a los asistentes procurando usar palabras motivadoras, a fin de que las participantes se sientan motivadas para asistir al programa.

La facilitadora, como representante de la institución responsable de la implementación del programa de sensibilización empresarial, informa a las asistentes cómo se desarrollará el programa de capacitación: objetivos, número de sesiones, contenidos, horario, entre otros. Luego de haber informado del programa de capacitación, se procede con las presentaciones de los asistentes.

### **Presentaciones de los asistentes**

**Saludo por los asistentes (2')**

La facilitadora indica que todas las participantes deben saludarse y dialogar unos segundos para entrar en confianza y aprender no olvidar lo aprendido en la sesión anterior, deben saludarse dándose la mano unas con otras. Todos los asistentes deben saludarse con todos. Ninguno queda sin saludarse.



## **Temas de interés (30')**

### **El consenso y la Asociatividad.**

#### **Consenso**

Luego de habernos saludado se da a conocer sobre los temas de interés a través de teorías y ejercicios prácticos, impartidos por un personal con los conocimientos requeridos para una mejor comprensión de los asistentes, para tener una visión clara para qué sirve consensuar, los ejercicios prácticos empleados en esta capacitación o reunión fueron las siguientes tales como:

- **Nombre de la organización**
- **Consensuar**
- **Su primer aporte económico para la organización asociativa**
- **Consensuar.**

#### **Asociatividad**

De igual manera se dio a conocer los puntos esenciales de la Asociatividad en esta segunda sesión, se invito al Sr. Ing. Marino Matías, Director Del MIES de la Provincia de Santa Elena, donde dio a conocer las ventajas de Asociarse, los beneficios que se pueden obtener, entres otros aspectos.

Lo importante es que se introduzca bien los temas impartidos y lo que se desea conseguir con la reunión, que los respectivos ejercicios prácticos cumplan el objetivo buscado. La facilitadora Explica que tienen un tiempo máximo de 10 minutos para pensar y consensuar, que después de ese tiempo, se harán las respectivas interrogantes.

### **Interrogantes (8)**

Después de cada ejercicio práctico, la facilitadora procede a realizar las respectivas preguntas a las participantes:

- ¿Cómo se sintieron al realizar este ejercicio?
- ¿Les fue fácil o difícil pensar y consensuar para llegar a un acuerdo con otras personas? ¿Por qué?
- ¿Qué les parece conocer algo de sus compañeras o compañeros?

Las participantes expresarán sus opiniones y la facilitadora irá comentando las respuestas expresadas y comentará muy brevemente sobre la importancia de llegar a un acuerdo dentro de los organismos asociados, de intercambiar opiniones en el trabajo y en las asociaciones y porque debe prevalecer este valor en la organización.

### **Compromiso con el taller**

**Duración:** 20 minutos

Dar a conocer a los participantes de manera práctica que se debe plasmar en una organización a través del tema de consensuar, se busca a que todos opinen sobre temas relaciones en una organización Asociativa, como plasmar sus ideas para crear normas, reglamentos y la manera de asociarse.

Todo lleva un proceso que no es fácil de conseguir. Para eso están este tipo de capacitaciones, para ayudar a la organización a preparar cada uno de sus actividades y como asimilar cada una de ellas de manera conjunta.

### **Cierre de la sesión**

**Duración:** 5 minutos

Se pregunta al finalizar esta primera parte del programa:

- ¿Cómo se han sentido en esta sesión?
- ¿Qué aprendizajes deja esta sesión?

Se escucha y se anota en el papelógrafo las ideas expresadas, se comenta de manera positiva, refrendando las actitudes que son motivo de encuentro y del crecimiento personal, e indispensables para generar liderazgo, y se invita a los asistentes a participar en la siguiente sesión.

### **Paso 4.- Estructura Organizacional y Legalización.**

Una parte fundamental en la formulación de proyectos es la estructura Administrativa, que será necesario para cumplir las diferentes actividades y funciones dentro de la Asociatividad. Es necesaria la estructura organizacional para distribuir las actividades entre todos los individuos que formaran parte de ella, sus obligaciones, deberes y derecho y conseguir el objetivo planteado en la propuesta

Dentro de la estructura y organización interna cabe destacar que debe prevalecer la claridad de propósitos y expectativas que se desea lograr a través de la Asociatividad, ya es un grupo de personas que trabajar en conjunto, así mismo debe preexistir un ambiente de confianza, que debe comenzar a construirse desde el primer día que decidieron formar la Asociatividad.

El siguiente punto será buscar la legalización cumpliendo cada uno de los requisitos solicitados por entidades competentes, buscar la manera de desarrollarlo y culminar con el proceso de Asociatividad.

#### 4.8 FORMAS DE ASOCIARSE.

La Asociatividad puede adoptar diversas modalidades, dependiendo del objetivo trazado para dar inicio al mecanismo de cooperación. Cada modalidad implica diversas formas de participación de los actores y genera mayores o menores responsabilidades.

De acuerdo a los diferentes tipos de asociación, los comuneros de Engunga utilizarán la forma de asociarse en redes territoriales a través de su clasificación de un núcleo empresarial, por el motivo que son equipos de trabajo formados por empresarios comuneros del mismo rubro con problemas a superar en común, de buscar una mejor administración y comercialización de sus productos (carnes avícolas y ganaderas) que han decidido unir para compartir experiencias y buscar soluciones en conjunto

#### GRÁFICO # 38

#### ASOCIATIVIDAD A TRAVÉS DEL NÚCLEO EMPRESARIAL



Fuente: Tipo de Asociatividad  
Elaborado por: Johanna Mujica

#### **4.9 CARACTERÍSTICAS DE LA ASOCIATIVIDAD.**

➤ La incorporación de los involucrados es voluntaria: ninguna individuo dedicado a la comercialización de carnes avícolas y ganaderas no es forzado a integrar esta Asociatividad, sino que lo hace con la convicción de que puede generarle oportunidades de crecer y mejorar de manera social y económicamente.

➤ Adoptar la modalidad respectiva, acorde a los objetivos planteados tanto organizacionales como jurídicos, para mejorar la distribución de sus productos.

➤ Aplicar el mecanismo de cooperación en toda la ejecución de sus actividades ya que de aquello dependerá el desarrollo de Asociatividad.

#### **4.10 GANANCIAS DE LA ASOCIATIVIDAD**

- Resolver los problemas comunes entre el grupo de individuos asociados ya que los costos y gastos serán repartidos entre todos los participantes que formaran parte de esta propuesta.
- Aplicación de nuevas formas de administración.
- Acceso a financiamientos, ya que se contara con las garantías que se requieren, proporcionadas por parte de cada uno de los participantes.
- Compras conjuntas, obteniendo la reducción.
- Aumento del poder de negociación, Investigación y desarrollo.

#### **4.11 BENEFICIOS DE LA ASOCIATIVIDAD**

La aplicación del plan de Asociatividad beneficiará a los individuos dedicados a la comercialización de carnes avícolas y ganaderas en:

- Organizarse eficientemente para distribuir sus productos de manera competitiva y crecer en el mercado local.
- Desarrollar la economía local, ya que se creará fuentes de ingresos a través de ofertas de trabajo, trayendo consigo un mejor nivel de vida de los habitantes de la localidad, dándole un rostro de desarrollo económico y social de la Comunidad.

#### **4.12 OBSTÁCULOS PARA EL DESARROLLO DE LA ASOCIATIVIDAD**

Existen diferentes obstáculos que impiden el desarrollo de la Asociatividad.

- Los objetivos comunes no estén claramente definidos (por ejemplo, la solución de un problema común).
- No cuentan con un modelo de negocios bajo el cual operará el grupo.
- Falta de asesoría especializada durante el proceso de integración.
- No existe el suficiente clima de confianza y comunicación entre los socios.
- Falta de procedimientos de operación y control (reglas de operación).
- Falta de información y de transparencia en los programas y planes de acción.
- Deficiente preparación para las negociaciones y ausencia de estímulos efectivos para la cooperación.
- Actitudes oportunistas de alguno(s) de los socios.

La Asociatividad a ejecutar en la Comuna Engunga para mejorar la administración y comercialización de carnes avícolas y ganaderas, no cuenta con ninguno de estos obstáculos el cual permite desarrollar la Asociatividad sin ningún inconveniente, pero hay que reforzar algunos de estos ítems para una mejor ejecución de la actividades en la Asociatividad.

Tales como:

- Asesoría especializada durante el proceso de integración.
- Preparación para las negociaciones y ausencia de estímulos efectivos para la cooperación.

#### **4.13 PERFIL DEL LÍDER**

El líder de la Asociatividad debe ser capaz de cumplir con cada una de sus obligaciones, estar pendientes de lo sucede en el entorno, de satisfacer a sus colaboradores o grupo de trabajo, de tomar decisiones acertadas de manera individual y colectiva, debe fundamentarse en el servicio y sacrificio de cada una de las actividades de la organización.

El papel del líder estará en servir de identificar las necesidades legítimas de los demás y satisfacerlas. El líder debe estar dispuesto a trabajar en armonía, dedicación y amor para contribuir a la organización un ambiente tranquilo y acogedor donde todos se sientan motivados en cumplir cada una de sus tareas.

##### **4.13.1 CUALIDADES BÁSICAS DE UN LÍDER**

El líder debe poseer las siguientes cualidades:

- Digno de confianza.
- Ejemplar
- Comprometido con cada uno de los integrantes de la Organización
- Responsable

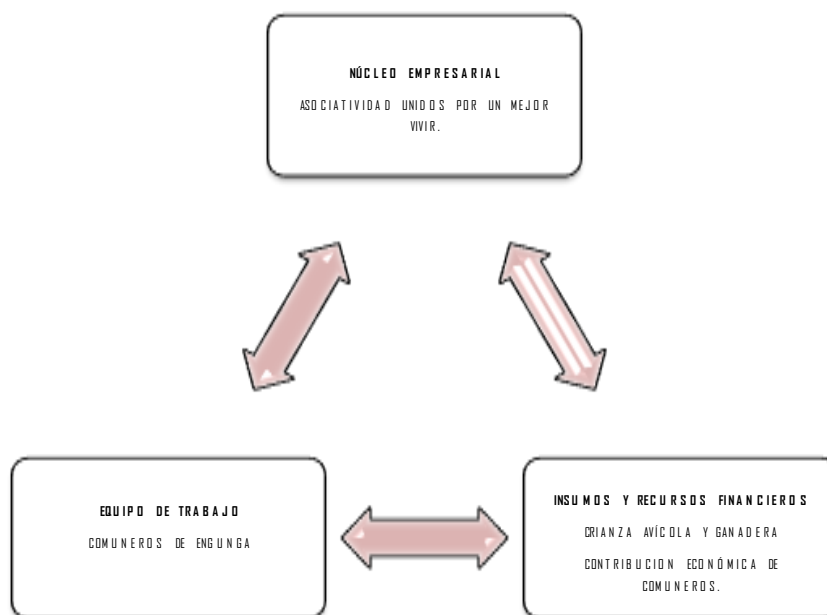
- Exigente en el cumplimiento de las actividades comerciales.
- Debe poseer una actitud y aptitud positiva.
- Honrado
- Ser leal en el cumplimiento de sus actividades
- Ser innovador
- Perseverante
- Luchador para cumplir con cada uno de los objetivos y estrategias trazadas en la Organización.

#### 4.14 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Como se mencionó en el proceso de asociación se necesita de una estructura organizativa, para una mejor ejecución de las actividades y mejor administración y comercialización de los productos.

A continuación se detalla el tipo de Asociatividad y como se aplicaran cada uno de sus recursos.

**GRÁFICO # 39**  
**ESTRUCTURA PARA FORMAR EL NÚCLEO EMPRESARIAL**



**Fuente:** Estructura Del Núcleo Empresarial

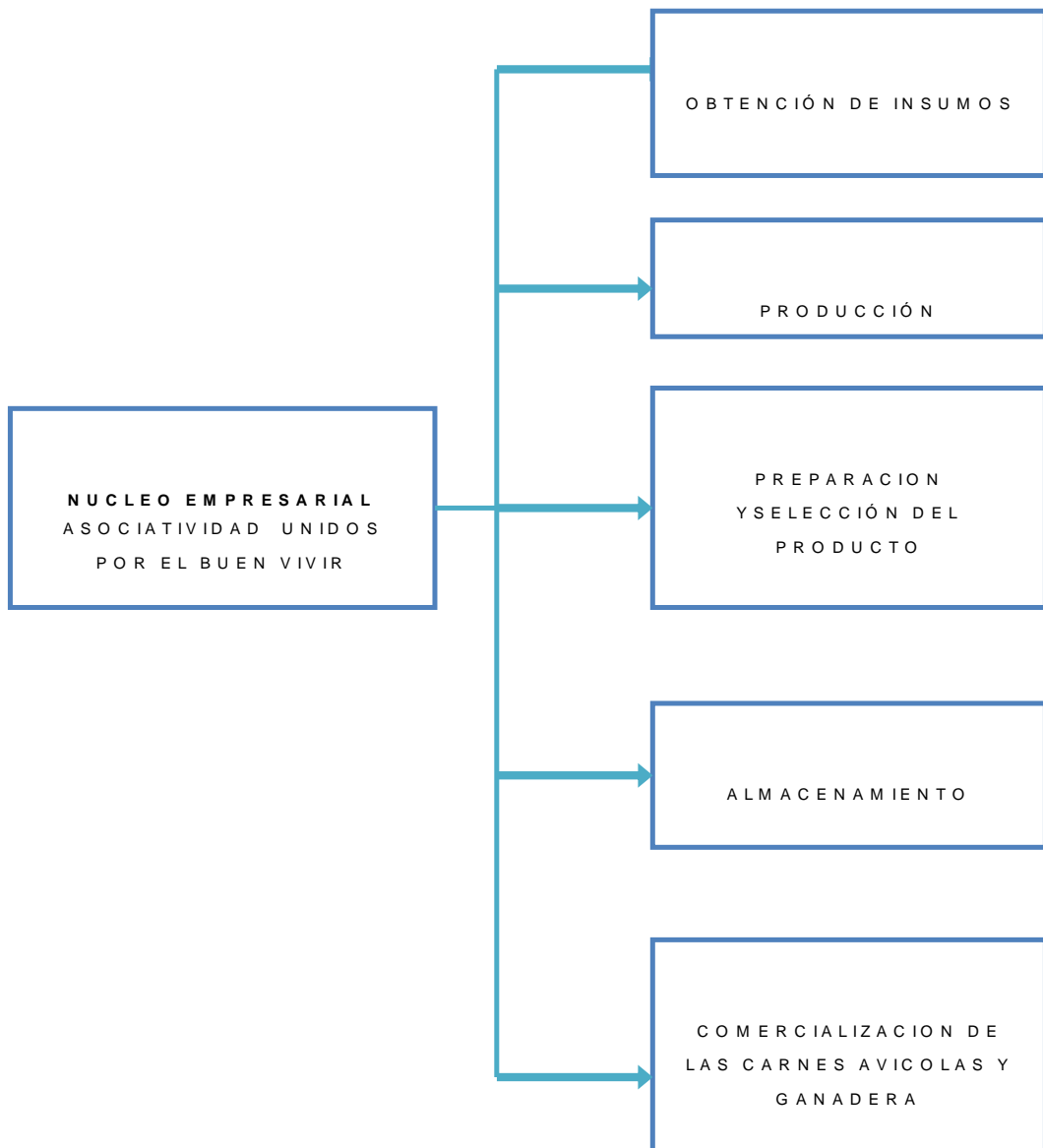
**Elaborado por:** Johanna Mujica



El núcleo empresarial trabajara aplicando los recursos de un equipo de trabajo, los insumos y recursos financieros requeridos para la distribución de sus productos.

GRÁFICO # 40

ESTRUCTURA DE ACTIVIDADES PARA LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO.



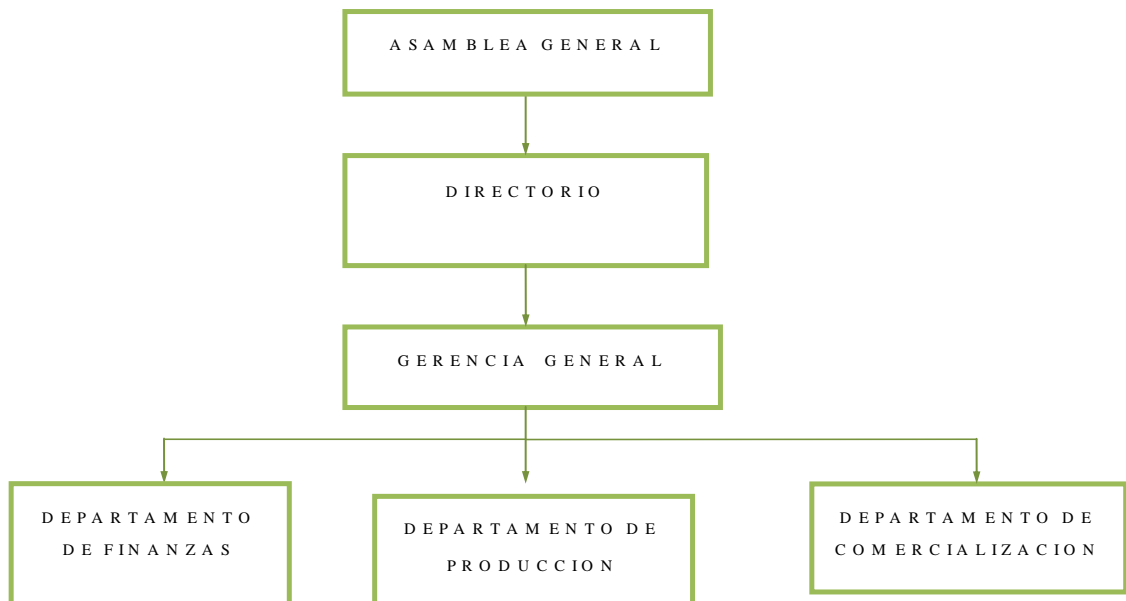
Fuente: Estructura Del Núcleo Empresarial

Elaborado por: Johanna Mujica

**4.14.1 MODELO PROPUESTO PARA LA ASOCIATIVIDAD ENTRE LOS COMUNEROS DE ENGUNGA PARA MEJORAR LA ADMINISTRACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CARNES AVICOLAS Y GANADERAS.**

El plan propuesto para esta Asociatividad aplicara un estilo de núcleo empresarial señalado anteriormente basándose en la siguiente estructura organizacional.

**GRÁFICO # 41**



**Fuente:** Modelo Propuesto

**Elaborado por:** Johanna Mujica

**F U N C I O N E S :**

**D E L A A S A M B L E A G E N E R A L Y D I R E C T O R I O .**

- ❖ Promover la unidad, solidaridad y mutua colaboración, en coordinación con el Directorio y los diferentes grupos de trabajo
- ❖ Procurar mejores condiciones de vida para sus asociados, familias y comunidad;
- ❖ Realizar planes de trabajo, proyectos y programas que vayan directamente en beneficio de los asociados, la familia y la comunidad;

- ❖ Preparar a sus asociados para que participen en la dirección de la organización con eficiencia;
- ❖ Mantener relaciones de confraternidad con organizaciones similares;
- ❖ Adquirir toda clase de bienes muebles e inmuebles, maquinaria y demás herramientas necesarias para la producción de bienes primarios y secundarios;
- ❖ Realizar gestiones ante las instituciones públicas y privadas, tanto nacionales como internacionales, para obtener el financiamiento de los diferentes proyectos y programas que vaya a implementar;
- ❖ Agrupar en su seno a todos los productores de bienes primarios y secundarios de la zona que así lo desearan;
- ❖ Buscar préstamos favorables para mejorar la producción; y, promover el ahorro y crédito en beneficio de sus asociados.

#### **DE GERENCIA GENERAL**

- ❖ Tecnicar la administración y comercialización de bienes primarios y secundarios
- ❖ Buscar mercados y mejores precios para la venta de su producción
- ❖ Gestionar y controlar las actividades de la empresa
- ❖ Contratar personal en caso de crecimiento de la empresa
- ❖ Realizar las compras de materias primas y maquinarias para el proceso de producción
- ❖ Controlar las entradas y salida de efectivos
- ❖ Informar las condiciones de la empresa.
- ❖ Planificar y organizar eventos para captar clientela
- ❖ Realizar procesos de técnicas de ventas
- ❖ Realizar cotizaciones de publicidades continuas para nuestra empresa.
- ❖ Preocuparse porque el producto tenga acogida en el mercado
- ❖ Realizar promociones y publicidades continuas para nuestra empresa.
- ❖ Entre otras competencias departamentales

## **DE FINANZAS**

- ❖ Realizar las respectivas cobranzas
- ❖ Realizar pagos de los servicios básicos de la organización.
- ❖ Actualizar carteras
- ❖ Realizar convenios con proveedores para obtener insumos a menor costos
- ❖ Estar pendiente de la rentabilidad de la empresa
- ❖ Hacer los respectivos pagos de ruc y otras legales que deben cumplirse.

## **DE PRODUCCIÓN**

- ❖ Solicitar la materia prima al gerente o al administrador.
- ❖ Clasificar la materia prima acorde a las necesidades de elaboración del producto.
- ❖ Realizar el respectivo proceso de elaboración del producto.
- ❖ Distribuir el producto al departamento de servicio.

## **DE COMERCIALIZACIÓN**

- ❖ Realizar la distribución de los productos fuera y dentro de la Ciudad.
- ❖ Trasladarse con el Vehículo de la empresa a realizar gestiones de Distribución de mercadería.
- ❖ Entre otras funciones que el gerente designe si el caso lo requiere.

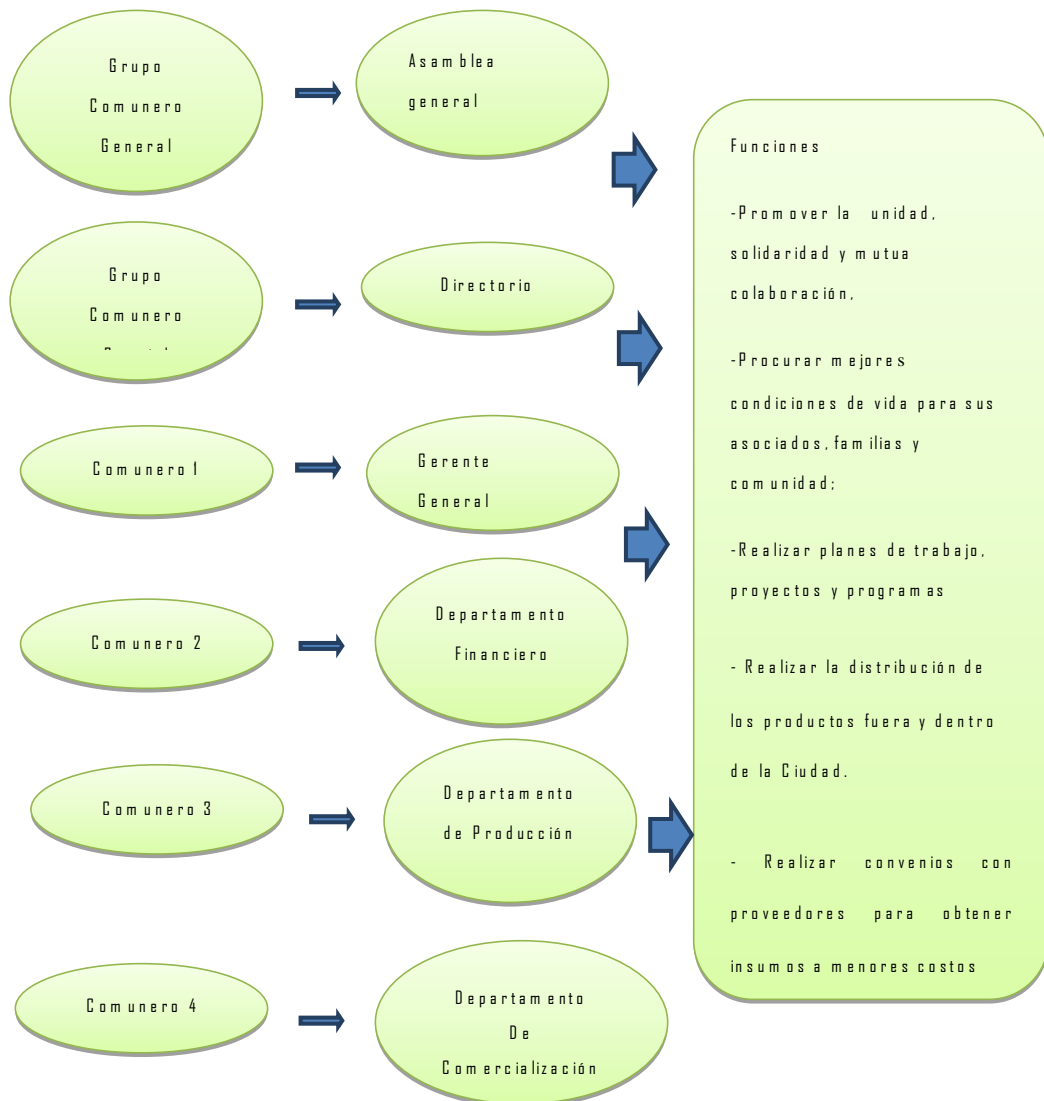
### **4.14.2 DESCRIPCIÓN GENÉRICA DE LA ESTRUCTURA.**

Para la Asociatividad entre los comuneros dedicados a la Comercialización de carnes avícolas y ganaderas en la Comuna Engunga, se propone aplicar un núcleo empresarial, definido como equipos de trabajo formados por empresarios del mismo rubro que se unen para compartir experiencias y buscar soluciones en conjunto.

La estructura organizada señalada anteriormente, es la más adecuada para el mejor funcionamiento de la Asociatividad, de dichos comuneros de Engunga, con la se pretende establecer la dependencia jerárquica en las diferentes áreas involucradas en este mecanismo, a través de las diversas funciones que deben realizar, en donde prevalecerá las toma de decisiones compartidas al igual que la responsabilidad.

**GRÁFICO # 42**

**ESTRUCTURA DE LA ASOCIATIVIDAD**



**Fuente:** Estructura de la Asociatividad

**Elaborado por:** Johanna Mujica.

#### **4.14.3 NIVELES QUE PRESENTA LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA PROPUESTA.**

##### **4.14.3.1 NIVEL DE DECISIÓN.**

Dentro de la Asociatividad a emplear, existirán niveles de decisión, administrativos, comerciales, de financiamiento y producción, para este tipo de nivel se encuentra la asamblea general, el directorio y gerencia general, estas unidades serán responsables de poseer una dirección eficiente y una administración de la Asociatividad eficaz.

##### **4.14.3.2 NIVEL DE ASESORÍA.**

La implementación de este nivel de asesoramiento, son características del crecimiento de una organización. El nivel de asesoría estará dado del nivel de la asamblea general al directorio, y de la gerencia general a sus respectivos departamentos, tanto el financiero, el de producción y comercialización.

##### **4.14.3.3 NIVEL DE DIRECCIÓN.**

El nivel de dirección es la función más compleja, para este estará la gerencia general, quien se encargará que la Asociatividad cumpla sus objetivos y metas propuestos. A través de la aplicación de un buen liderazgo, comunicación con cada uno de sus miembros.

##### **4.14.3.4 NIVEL OPERATIVO**

Dentro de toda organización debe existir este tipo de nivel, para que puedan desarrollarse cada uno de los objetivos y estrategias de la Organización, este nivel operativo ayudara a que se ejecute cada de las actividades requeridas en la Asociatividad, para este nivel se propone la creación de tres departamentos, departamento de finanzas, departamento de producción y el departamento de comercialización. Con estas unidades se pretende garantizar el desarrollo y crecimiento económico de la Organización.

#### **4.15 ACUERDOS DE COOPERACIÓN**

Para que la asociación funcione de una mejor manera se han establecidos acuerdos de cooperación con

- Clientes.
- Proveedores
- Asociados
- Entidades de Apoyo.

##### **4.15.1 ACUERDOS CON LOS CLIENTES.**

- Ofertar un producto, en el tiempo requerido a un Bajo Costo en la Comuna Engunga
- Distribuirlo acorde a su poder adquisitivo en grandes cantidades a sectores cercanos de la Localidad, como Zapotal, San Rafael, Engabao, entre otros.

##### **4.15.2 ACUERDOS CON LOS PROVEEDORES**

- Adquirir insumos para la producción de mercadería, cuando exista una mayor comercialización de los productos a comuneros de Engunga.
- Hacer negociaciones para recibir insumos a un menor costo con proveedores de Insumos de alimentación de aves y borregos como Mercalimento, Fundemerca.

##### **4.15.3 ACUERDOS CON ASOCIADOS.**

- Unir esfuerzos entre individuos, para la buena administración y comercialización de los productos, entre los Comuneros asociados de la Comuna Engunga.
- Buscar fuentes de información para obtener clientela y obtener mejor rentabilidad en la Organización Asociada en la Comuna Engunga.

#### 4.15.4 ACUERDOS CON ENTIDADES DE APOYO .

- Llegar a conseguir fuentes de financiamiento, a través de entidades financieras como el Banco Nacional de Fomento, el MIES (Ministerio de Inclusión Económica y Social), DEMIRO y FINCA .

#### 4.16 CANALES DE DISTRIBUCIÓN .

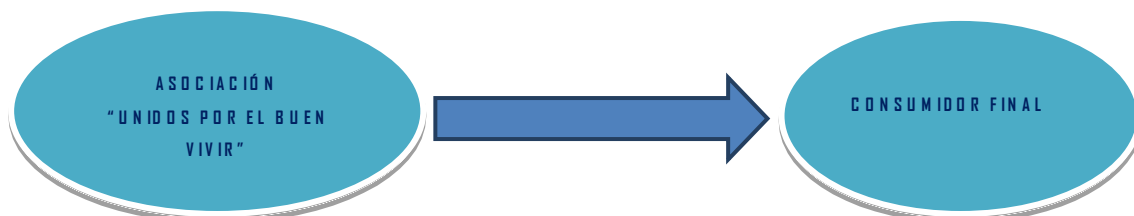
Toda entidad encaminada a producir o comercializar bienes o servicios, indiscutiblemente tiene que hacer uso de rutas para poder repartir sus productos y que estos estén oportunamente en las cantidades, con la calidad y el precio a las perspectivas del cliente .

Para esto se utilizará el canal de distribución directa, a los diferentes puntos:

- Comuna Engunga .
- Comuna San Rafael .
- Comuna Engabao
- Comuna Tudaduaaja, Entre otros .

#### GRÁFICO # 43

#### DIAGRAMA DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN



**Fuente:** Canal de Distribución

**Elaborado por:** Johanna Mujica .



#### 4.17 ESTUDIO ECONÓMICO AL APLICAR LA ASOCIATIVIDAD

Sin Asociatividad existe un número exagerado de negocios de la venta de carnes avícolas y ganaderas, con pocos clientes. Para cumplir con las estrategias de apertura, sinergia y formalización, en el proceso de Asociatividad y reducir costos de producción con una demanda mejor debemos integrar a cada uno de los individuos dedicados a la comercialización de carnes avícolas y ganaderas, incrementando el capital social entre los comuneros productores.

INDIVIDUOS DEDICADOS A LA COMERCIALIZACIÓN DE CARNES AVÍCOLAS Y GANADERAS			
N° De Integrantes	Nombre y Apellidos	Recursos en Bienes	Recursos Económica
1	Pedro Lindao	\$ 320,00	\$ 45,00
2	Ronny Flores	\$ 250,00	\$ 32,00
3	Dorita Mateo	\$ 160,00	\$ 25,00
4	Yolanda Eugenio	\$ 210,00	\$ 15,00
5	Zulima Villon	\$ 240,00	\$ 38,00
6	Ruperto Mujica	\$ 180,00	\$ 25,00
7	Santiago Ascencio	\$ 235,00	\$ 35,00
8	Hermogenes Mateo	\$ 129,00	\$ 15,00
9	Luz María Mujica	\$ 135,00	\$ 15,00
10	Lucia Eugenio	\$ 98,00	\$ 15,00
11	Luisa Borbor	\$ 129,00	\$ 30,00
12	Félix Ascencio	\$ 82,00	\$ 15,00
13	Andrés Mite Lindao	\$ 125,00	\$ 25,00
14	Néstor Lindao	\$ 93,00	\$ 20,00
15	Mery Mujica	\$ 105,00	\$ 28,00
16	Mery Eugenio	\$ 88,00	\$ 15,00
17	Gabriela Eugenio	\$ 79,00	\$ 15,00
18	Flor Flores	\$ 92,00	\$ 30,00
19	Gina Eugenio	\$ 95,00	\$ 25,00
20	Pedro Lindao Mateo	\$ 85,00	\$ 15,00
21	Darío Mite	\$ 80,00	\$ 30,00
22	Estefanía Magallanes	\$ 83,00	\$ 25,00
23	Janeth Flores	\$ 97,00	\$ 15,00
24	Juan Rodríguez	\$ 84,00	\$ 25,00
25	Iván Ascencio	\$ 86,00	\$ 20,00
26	María Eugenio	\$ 93,00	\$ 15,00
27	Danny Flores	\$ 86,00	\$ 25,00
28	Soraya Lindao	\$ 96,00	\$ 20,00
29	Cristina Eugenio	\$ 87,00	\$ 15,00
30	Carlos Borbor	\$ 97,00	\$ 15,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 3.819,00</b>	<b>683,00</b>

Total de Bienes y Económicamente

\$4.502,00

Esta integración servirá para segmentar el mercado, estableciendo un mercado objetivo entre los 30 comuneros que formarán la Asociatividad, obteniendo un mayor número de clientes con mejores precios y a bajos costos, de la misma manera aumentar la línea de productos, no solo dedicarnos a la venta de carnes avícolas, sino también carnes ganaderas que poco se la produce.

SEGMENTACIÓN DE MERCADO			
FRECUENCIA DE CONSUMO		FRECUENCIA DE CONSUMO	
CONSUMO DE CARNE AVÍCOLA		CONSUMO DE CARNE GANADERA	
DEMANDA SEMANAL	350 familias	DEMANDA SEMANAL	350 familias
1er día	134	1er día	102
2do día	122	2do día	124
3er día	250	3er día	98
4to día	140	4to día	82
5to día	120	5to día	76
6to día	80	6to día	45
7mo día	76	7mo día	33
<b>TOTAL</b>	<b>922</b>	<b>TOTAL</b>	<b>560</b>

#### 4.17.1 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA.

La empresa será reconocida en el medio por brindar productos de carnes avícolas y ganaderas, el mismo que se realizara con procesos de crianza, acorde a las preferencias de los clientes. Los mismos que se distribuirán en la Provincia De Santa Elena, que posee una población aproximada de 470.000 habitantes de los cuales existe una población que compra y adquiere productos de carne avícola y ganadera. En este capítulo se ha mencionado cuales serian nuestros posibles clientes, entre los cuales se ha mencionado la población de la Comuna Engunga con una población de 1054 habitantes y recintos aledaños, que de una u otra manera deben consumir este producto ya que es el único producto que pueden

consumir para su alimentación por lo pocos recursos alimenticios que en la Comuna se distribuye.

Con la integración de los individuos, segmentando el mercado de manera unánime se obtendrá una distribución asociativa con un solo punto de distribución con un total de 1482 clientes si se venden los dos productos, debido a la frecuencia de consumo que existe en la Comuna y recintos aledaños.

<b>DISTRIBUCIÓN ASOCIATIVA</b>	
<b>1 Punto de Distribución</b>	<b>Total Clientes</b>
30 Comuneros	1482

#### 4.17.2 DETERMINACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS REQUERIDOS

A continuación se detallan cada uno de los activos fijos con su respectiva depreciación que se requieren para comenzar con la Asociatividad:

<b>ASOCIACION UNIDOS POR EL BUEN VIVIR</b>									
<b>PRESUPUESTO DE INVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS</b>									
<b>DEPRECIACIÓN</b>									
<b>EXPRESADO EN DÓLARES</b>									
<b>CANT</b>	<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>VALOR UNIT</b>	<b>TOTAL</b>	<b>CICLO VIDA</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
2	Computadora	625,00	1.250,00	3	416,67	416,67	416,67	-	-
1	Impresora	95,00	95,00	3	31,67	31,67	31,67	-	-
2	Escritorios	320,00	640,00	3	213,33	213,33	213,33	-	-
2	Archivadores	110,00	220,00	3	-	-	-	-	-
1	Dispensador de Agua	120,00	120,00	1	120,00	-	-	-	-
3	Sillas de escritorios	40,00	120,00	3	40,00	40,00	40,00	-	-
1	Edificio	8.000,00	8.000,00	20	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
		<b>9.360,00</b>	<b>10.495,00</b>		<b>1.345,00</b>	<b>1.175,00</b>	<b>1.175,00</b>	<b>400,00</b>	<b>400,00</b>

**DEPRECIACIÓN ACUMULADA 1.345,00 2.520,00 3.695,00 4.095,00 4.095,00**

**4.17.3 DETERMINACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO PARA IMPLEMENTAR LA ASOCIATIVIDAD.**

Para realizar la apertura del nuevo punto de distribución de los productos a nivel local y regional, con el fin de atender a diferentes segmentos de mercados buscando la competitividad, se necesita desarrollar nuevas líneas de productos para satisfacer las necesidades de los clientes, obteniendo una mejor rentabilidad en el negocio y definir una estrategia de marketing para obtener nuevos clientes dentro de la región donde actualmente nos encontramos, con el fin de ir creciendo constantemente, esta puede darse a través de una gran publicidad entre los diferentes medios de la localidad.

Para aquello se requiere el siguiente capital de trabajo:

**ASOCIACIÓN UNIDOS POR EL BUEN VIVIR**

**SERVICIOS BÁSICOS**

*EXPRESADO EN DÓLARES*

**CONSUMO  
TOTAL**

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Energía Eléctrica	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58	1.989,23
Agua Potable	515,00	540,75	567,79	596,18	625,99	2.845,70
Teléfono	320,00	336,00	352,80	370,44	388,96	1.768,20
<b>TOTAL</b>	<b>1.195,00</b>	<b>1.254,75</b>	<b>1.317,49</b>	<b>1.383,36</b>	<b>1.452,53</b>	<b>6.603,13</b>

**CONSUMO ASOCIATIVO**

PRODUCTO	%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Energía Eléctrica	25%	90,00	94,50	99,23	104,19	109,40	497,31
Agua Potable	30%	154,50	162,23	170,34	178,85	187,80	853,71
Teléfono	35%	112,00	117,60	123,48	129,65	136,14	618,87
<b>TOTAL</b>		<b>356,50</b>	<b>374,33</b>	<b>393,04</b>	<b>412,69</b>	<b>433,33</b>	<b>1.969,89</b>

Si se consume de manera asociativa se disminuirán los gastos de los mismos, ya que solo se utilizaran entre un 30 a 35% del total general que suman cada uno del consumo por los 30 comuneros, siendo beneficioso para obtener menos costos y mayores utilidades dentro de la Asociatividad.

**ASOCIACIÓN UNIDOS POR EL BUEN VIVIR**  
**SUMINISTROS PARA OFICINA**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>GASTOS DE SUMINISTROS PARA IMPLEMENTACIÓN DE LA ASOCIATIVIDAD</b>							
Resmas de papel A - 4	100	3,50	350,00	357,00	364,14	371,42	378,85
Esferos	30	0,25	7,50	7,65	7,80	7,96	8,12
Lápices	30	0,25	7,50	7,65	7,80	7,96	8,12
Cintas lexmar impresora	4	2,35	9,40	9,59	9,78	9,98	10,17
Clips	60	0,35	21,00	21,42	21,85	22,29	22,73
Cartuchos de impresora	12	21,00	252,00	257,04	262,18	267,42	272,77
Grapas	24	1,00	24,00	24,48	24,97	25,47	25,98
Perforadoras	1	3,50	3,50	3,57	3,64	3,71	3,79
Saca grapas	1	0,60	0,60	0,61	0,62	0,64	0,65
<b>TOTAL</b>			<b>675,50</b>	<b>689,01</b>	<b>702,79</b>	<b>716,85</b>	<b>731,18</b>

También se requiere de algunos suministros para oficina, ya que son indispensables en toda organización.

ASOCIACIÓN UNIDOS POR EL BUEN VIVIR											
COSTO DE PRODUCCIÓN											
INCREMENTO ANUAL											
							0	30	60	90	120

MOD											
CARGO	SUELDO MENSUAL	No. EMPLEADOS POR AÑO					SUELDO ANUAL				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Operarios	318,00	1	1	1	1	1	3.816,00	4.176,00	4.536,00	4.896,00	5.256,00
<b>TOTAL</b>	<b>318,00</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>3.816,00</b>	<b>4.176,00</b>	<b>4.536,00</b>	<b>4.896,00</b>	<b>5.256,00</b>

**COSTO AL POR MAYOR DE LAS MATERIAS PRIMAS**

COSTO DE INSUMOS POR DEMANDA											
CONCEPTO	COSTO	N° DE PORCIONES DE CRIAS MENSUAL					COSTOS ANUALES				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
		Pie de Cría	0,95	10	15	15	15	15	119,70	179,55	179,55
Alimentación avícola	8,45	10	15	15	15	15	1.064,70	1.597,05	1.597,05	1.597,05	1.597,05
Alimentación ganadera	7,60	10	15	15	15	15	957,60	1.436,40	1.436,40	1.436,40	1.436,40
Medicinas	9,20	10	15	15	15	15	1.159,20	1.738,80	1.738,80	1.738,80	1.738,80
<b>TOTAL</b>							<b>1.184,40</b>	<b>1.776,60</b>	<b>1.776,60</b>	<b>1.776,60</b>	<b>1.776,60</b>

<b>Costo de Produc.</b>	<b>5.000,40</b>	<b>5.952,60</b>	<b>6.312,60</b>	<b>6.672,60</b>	<b>7.032,60</b>
-------------------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

Para cumplir con las diferentes estrategias, para obtener más clientes y cumplir con la demanda, debemos definir los gastos de capacitaciones, estudio de mercado, publicidad y reestructuración del área de crianza, determinando los diferentes gastos operacionales que se necesitan para la Asociatividad.

<b>ASOCIACIÓN UNIDOS POR EL BUEN VIVIR</b>
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>
<b>EXPRESADO EN DÓLARES</b>

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>						
Capacitaciones	438,00	555,00	555,00	-	-	1.548,00
Estudio de mercado	180,00	189,00	198,45	208,37	218,79	994,61
Publicidad y Propaganda	510,00	535,50	562,28	590,39	619,91	-
Reestructuración del área de crianza	360,00	75,00	75,00	220,50	787,50	-
<b>TOTAL</b>	<b>1.050,00</b>	<b>799,50</b>	<b>835,73</b>	<b>1.019,26</b>	<b>1.626,20</b>	<b>994,61</b>

**4.17.4 DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN PARA IMPLEMENTAR LA ASOCIATIVIDAD.**

**ASOCIACIÓN UNIDOS PARA VENCER  
INVERSIÓN INICIAL  
EXPRESADO EN DÓLARES**

ACTIVO FIJO	10.495,00
CAPITAL DE TRABAJO	3.511,42
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>14.006,42</b>

FINANCIAMIENTO	% 'S	INVERSIÓN	COST K	COST K PROM POND
CAPITAL PROPIO	32,24%	4.502,00	0,15	0,1520
DEUDA	67,76%	9.504,42	0,00	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>14.006,42</b>		<b>0,1520</b>

De acuerdo a los requerimientos para formar la Asociatividad se necesitara un total de \$14.006,42, de lo que se necesita un préstamo de 67,76% del total de la inversión, en la que debemos buscar un financiamiento colectivo para iniciar con la actividades, el cual le podemos conseguir en el banco nacional de fomento, debido a su baja tasa activa, además porque es una de las organizaciones que pueden brindar este tipo de préstamos a un grupo de personas comuneras, ya que el capital de los comuneros no cumplen con el valor total, debido a que sólo poseen un total de 4.502,00 uniendo su capital en bienes y económicamente.

Para determinar el valor total de la deuda nos basaremos a una tasa activa del 11% , determinando la siguiente tabla de amortización a 5 años.

**TABLA DE AMORTIZACIÓN**

**PRESTAMO**            **9.504,42**  
**AÑOS**                **5 AÑOS**  
**INTERES**            **11,00% tasa activa**

CUOTA	DIVIDENDO	INTERES	CAPITAL	SALDO
<b>0</b>				<b>9.504,42</b>
1	2.571,61	1.045,49	1.526,13	7.978,29
2	2.571,61	877,61	1.694,00	6.284,29
3	2.571,61	692,27	1.880,34	4.403,95
4	2.571,61	484,43	2.087,18	2.316,77
5	2.571,61	254,84	2.316,77	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>12.858,06</b>	<b>3.353,65</b>	<b>9.461,15</b>	

**4.17.5 DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS APLICANDO ASOCIATIVIDAD.**

<b>ASOCIACIÓN UNIDOS POR EL BUEN VIVIR</b>
<b>PRESUPUESTO DE VENTAS</b>
<i>EXPRESADO EN CANTIDAD / DÓLARES</i>

<b>INGRESOS POR VENTAS</b>					
<b>INGRESOS POR VENTAS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Carnes avícolas	4.337	5.169	6.739	8.434	10.262
carnes ganaderas	4.140	4.934	6.432	8.050	9.795
<b>TOTAL EN DÓLARES</b>	<b>8.477</b>	<b>10.103</b>	<b>13.171</b>	<b>16.484</b>	<b>20.057</b>

<b>PVP</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
CARNES AVÍCOLAS X LIBRA	1,40	1,46	1,52	1,59	1,66
CARNES GANADERAS X LIBRA	2,20	2,29	2,39	2,50	2,60

Participación de mercado	7%	8%	10%	12%	14%
	<b>Proyección de la demanda</b>				
<b>Demanda potencial anual</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
44.256	3.098	3.540	4.426	5.311	6.196
26.880	1.882	2.150	2.688	3.226	3.763



De acuerdo a la demanda mencionada anteriormente, se obtendrán dos tipos de ingresos, por ventas de carnes avícolas y ventas de carnes ganaderas, deduciendo los respectivos costos de producción determinados anteriormente, cumpliendo con la estrategia de la distribución de los productos de manera eficaz, a un precio de venta un poco menor a lo que se encuentra en los diferentes mercados de la Provincia.

En caso de bajas demanda y mayor producción, debido a diferentes circunstancias del entorno, se hará convenios con diferente empresa, para recuperar un total de 642 clientes, teniendo cada empresa un promedio de clientes ente 140 a 180 clientes, como lo dem uestra el cuadro siguiente.

<b>CONVENIOS EN BAJA PRODUCCIÓN</b>		
<b>N° DE CONVENIOS</b>	<b>N° DE EMPRESA</b>	<b>CLIENTES</b>
10	1	145
8	1	160
10	-	
8	-	
7	1	183
7	1	154
5	-	
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>642</b>

**4.17.6 ESTADOS FINANCIEROS APLICANDO ASOCIATIVIDAD.**

**4.17.6.1 ESTADO DE RESULTADO**

<b>ASOCIACIÓN UNIDOS POR EL BUEN VIVIR</b>
<b>ESTADO DE RESULTADO</b>
<b>EXPRESADO EN DÓLARES</b>

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>					
Ventas Brutas	8.476,61	10.103,34	13.171,22	16.483,84	20.056,54
<b>COSTOS</b>					
Costo de producción	5.000,40	5.952,60	6.312,60	6.672,60	7.032,60
<b>Ventas Netas</b>	<b>3.476,21</b>	<b>4.150,74</b>	<b>6.858,62</b>	<b>9.811,24</b>	<b>13.023,94</b>
<b>GASTOS</b>					
Gastos Administración	2.377,00	2.238,34	2.270,83	1.529,54	1.564,51
Gastos operacionales	1.050,00	799,50	835,73	1.019,26	1.626,20
Gasto financiero	1.045,49	877,61	691,27	484,43	254,84
<b>U A II</b>	<b>-996,28</b>	<b>235,29</b>	<b>3.060,79</b>	<b>6.778,00</b>	<b>9.578,39</b>
Participación Trabajadores	-149,44	35,29	459,12	1.016,70	1.436,76
Impuestos	-211,71	50,00	650,42	1.440,33	2.035,41
<b>Utilidad Neta</b>	<b>-635,13</b>	<b>150,00</b>	<b>1.951,26</b>	<b>4.320,98</b>	<b>6.106,22</b>

En el primer año se obtiene pérdida, por el pago del préstamo realizado para iniciar con las actividades de la empresa, pero en los años posteriores se obtiene rentabilidad, pudiendo ya cumplir con todas nuestras obligaciones sin valores negativos tanto el pago de participación de trabajadores y los respectivos impuestos que debemos cumplir como organización

#### 4.17.6.2 FLUJO DE EFECTIVO

##### ASOCIACIÓN UNIDOS PARA VENCER

##### FLUJO DE EFECTIVO

##### EXPRESADO EN DÓLARES

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Saldo Inicial	0,00	2.832,41	8.862,46	17.445,21	28.099,10	57.239,18
<b>INGRESOS</b>						
Ventas	8.476,61	10.103,34	13.171,22	16.483,84	20.056,54	68.291,55
Aporte de Accionistas	4.502,00	-	-	-	-	4.502,00
Préstamo	9.504,42					
<b>Total Ingresos</b>	<b>17.981,02</b>	<b>10.103,34</b>	<b>13.171,22</b>	<b>16.483,84</b>	<b>20.056,54</b>	<b>77.795,97</b>
<b>EGRESOS</b>						
Gastos de Administración	1.032,00	1.063,34	1.095,83	1.129,54	1.164,51	5.485,22
Gastos de operacionales	1.050,00	799,50	835,73	1.019,26	1.626,20	5.330,69
Compra de Activos Fijos	10.495,00	-	-	-	-	10.495,00
Dividendo	2.571,61	2.571,61	2.571,61	2.571,61	2.571,61	12.858,06
Participación de los trabajadores	-	-149,44	35,29	459,12	1.016,70	1.361,67
Impuestos	-	-211,71	50,00	650,42	1.440,33	1.929,04
<b>Total Egresos</b>	<b>15.148,61</b>	<b>4.073,30</b>	<b>4.588,46</b>	<b>5.829,95</b>	<b>7.819,35</b>	<b>37.459,67</b>
Saldo Operacional	2.832,41	6.030,04	8.582,76	10.653,89	12.237,19	40.336,29
<b>Saldo Final</b>	<b>2.832,41</b>	<b>8.862,46</b>	<b>17.445,21</b>	<b>28.099,10</b>	<b>40.336,29</b>	<b>97.575,47</b>

De acuerdo a los resultados reflejados en el respectivo flujo de efectivo, podemos deducir que nuestros ingresos y egresos son similares en el primer año, pero en los restantes cumplimos con todas nuestras obligaciones, con lo que concretamos que es bueno realizar este tipo de Asociatividad, ya que a partir del segundo año se obtendrá un saldo positivo que permitirá trabajar de manera eficiente en la organización.

**4.17.7 LA DETERMINACIÓN DEL VAN, LA TIR, Y AÑOS DE RECUPERACIÓN CON ASOCIATIVIDAD.**

VAN		
AÑOS	FLUJOS	
AÑO 1	1.755,36	
AÑO 2	8.325,21	
AÑO 3	10.300,13	
AÑO 4	12.823,01	
AÑO 5	14.738,67	
<b>VAN</b>		29079,41
<b>INVERS INIC</b>		14006,42
		15072,99

\$ 29.079,41 VAN  
**Van mayor a cero Proyecto Aceptado.**

El valor anual neto, con una inversión inicial de \$ 14.006,42, debe ser de \$29.079.41

TIR		
AÑOS	FLUJOS	TIR
AÑO 0	-14.006,42	
AÑO 1	1.755,36	
AÑO 2	8.325,21	
AÑO 3	10.300,13	
AÑO 4	12.823,01	
AÑO 5	14.738,67	
<b>TIR</b>		44,13%
<b>TCCPP</b>		15,20%

**44%**  
**Tir > a TCCPP proyecto aceptado**

Se obtiene una TIR del 44 % aceptable para realizar este tipo de proyecto como es la Asociatividad, ya que se lograría recuperar la inversión en él 2do Año con 6 meses, tiempo aceptable para determinar que el proyecto a aplicar es factible.

#### 4.17.8 ESCENARIOS PESIMISTAS Y OPTIMISTAS DEL PROYECTO

E S E N A R I O P E S I M I S T A	
RAZONES FINANCIERAS	VALORES
V A N	24635,56
TIR	35,15%

Si la demanda baja, a través de la participación de mercado obtendremos una TIR, demasiado baja con un bajo valor anual neto de 24.635.56, cuya inversión se recuperará en el 3er año, no es considerable ya que se realizó un préstamo y sólo estaríamos trabajando para cancelar dicha deuda.

E S C E N A R I O O P T I M I S T A	
RAZONES FINANCIERAS	VALORES
V A N	28091,72
TIR	42,62 %

Si tenemos una demanda considerable y poseemos los recursos necesarios, a través de una buena participación de mercado obtendremos una TIR 42,62% aceptable con un valor anual neto de 28.091.72 cuya inversión se recuperara en el 2er año, por lo que se considera que es rentable realizar este tipo de proyecto.

Mientras mayor sea nuestra demanda, mejor será nuestra Tasa Interna de Retorno, ya que se recuperaría la inversión en menor tiempo.

## CONCLUSIONES

En la Comuna Engunga, la actividad comercial tiene gran importancia, por ser una de las profesiones más antiguas, y generadora de ingresos económicos para el sustento diario de los hogares de la Comuna, por lo que estoy convencida que este trabajo llevado a su ejecución se constituye en una fuente de beneficios para el sector comercial de esta comunidad. Se solucionara los problemas pertinentes de pequeños negocios, porque se trabajaría en una economía de escala, no sólo con algunos Comuneros, sino con un número representativo para conseguir la rentabilidad del negocio.

La población, está para crear nuevas ideas de proyectos, acorde a sus capacidades sólo está en el desempeño que pongan en cada de sus ideas, los comuneros dedicados a la Comercialización de carnes avícolas y ganaderas tienen esas capacidades y destrezas para hacer que este negocio consiga los objetivos trazados.

Es imprescindible que el Estado, las asociaciones empresariales, y demás instituciones pongan énfasis en el desarrollo de estos planes asociativos, que permitan sacar un gran provecho de la sinergia generada por el intercambio de experiencias. Y es también responsabilidad de los profesionales, fomentar y participar en estos proyectos de forma activa, e incluso promoviendo nuevos espacios de comercialización tanto a nivel Provincial como Nacional.

## RECOMENDACIONES

Convencida de que los ideales pueden concretarse en la vida se sugiere con certeza la creación de esta Asociatividad, que ofertando los productos que han distribuidos los comuneros por este largo periodo, sirva de modelo económico – productivo para las nuevas generaciones de profesionales emprendedores, con el fin de fomentar el desarrollo productivo y comercial en la Provincia, que sean más productivas, pero para esto es necesario que tengan las capacitación permanente mediante cursos de actualización de las nuevas tendencias de producción y comercialización y brindándoles estabilidad laboral acorde a su rendimiento.

El modelo de Asociatividad debe ser ejecutada para así fortalecer el desarrollo en nuestra región. Esto representa una gran oportunidad de negocios para los Comuneros, quienes por su preparación pueden impulsar y apoyar la creación de asociaciones, que permitan generar bienestar y desarrollo socioeconómico a nuestra provincia.

Instituciones como las universidades y los organismos encargados de promover la competitividad y productividad, deben fomentar programas de capacitación y apoyo, con el fin de aprovechar los conocimientos y experiencias que estas poseen y así mejorar las condiciones económicas de los microempresarios, los mismos que permitirán generar mayores fuentes de empleo, crecimiento en el mercado y satisfacción de los clientes.

Concientizar a las entidades que fomenten el desarrollo económico del país, para que presten mayor atención en estos tipos de negocios, para que otorguen financiamiento a los proyectos que se presenten y de esta manera se desarrollen y pueda surgir un desarrollo sustentable en la Provincia, con nuevas ideas de negocios, solo está en las capacidades de cada ser Humano para poder prosperar de manera individual o colectiva a través de la Asociatividad.

**PRESUPUESTO**

<b>C O N C E P T O S</b>	<b>C A N T I D A D</b>	<b>C O S T O S U N I T .</b>	<b>C O S T O S T O T A L E S</b>
<b>Impresiones.</b>			
Impresora	1	\$ 95,00	\$ 95,00
Tintas a colores.	1	21,00	21,00
Tinta Blanco y Negro.	3	21,00	63,00
Resma de Hojas.	5	3,50	17,50
<b>Viáticos.</b>			
Movilización.	----	----	\$ 120,00
Refrigerios.	----	----	30,00
<b>Gastos de aprendizaje.</b>			
Consulta en Internet por hora.	240	\$ 0,60	\$ 144,00
Libros Varios.	4	30,00	120,00
Copias (Libros y otros documentos)	----	----	24,50
<b>Otros Gastos.</b>			
Carpetas.	12	0,20	\$ 2,40
Empastado.	15	3,00	45,00
<b>T O T A L E S</b>			<b>\$ 682,40</b>



## BIBLIOGRAFÍA

1. Arce Serpa Sonia (2006) Asociatividad Empresarial Y Competitividad
2. Callado Carlos Fernández (2000), Metodología de la Investigación. Segunda Edición.
3. Califano, Sandra (2001) "Alianzas estratégicas: negocios que suman competitividad".
4. Chiavenato Idalbeto (2001), Administración del Proceso Administrativo. Tercera Edición.
5. Mankiw N Gregory (2009) Principios de Economía. Segunda Edición.
6. González Pere Prat Gestión (2000), El viaje, como dirigir empresas y sobrevivir en el intento.
7. Hernández Sampieri, Roberto y otros. Metodología de la investigación. Editorial M c Graw Hill.
8. Izurieta Mora Raúl (2005), Reglamento de Aprobación de Microempresas Asociativas Acuerdo Ministerial N° 000014.
9. Méndez Carlos (2006), Metodología de la Investigación. Cuarta Edición.
10. Ortiz Frida, García María Pilar (2006) Metodología de la Investigación: el proceso y sus técnicas, Ed. Limusa.
11. Richard ChS, Cook TD. (2001), Hacia una superación del enfrentamiento entre los métodos cualitativos y cuantitativos.
12. Rodríguez L.F. y González, L. (2005). "Modelo Dinámico de Emprendimiento y Asociatividad como herramienta de Desarrollo Social para la Educación Media". En: Revista Ingeniería Universidad Distrital. Vol. 10, No. 2, pág. 53. Bogotá-Colombia
13. Rosales Ramón. (2007), La Asociatividad como estrategia de fortalecimiento para las Pymes, Ediciones Macchi.
14. Tamayo M. Wilson (2003), Guía para crear una empresa, sin dinero. Primera Edición (Quito-Ecuador).
15. Taylor, S.J. y R. Bogdan. (2004). Introducción a los métodos cualitativos de investigación

16. Villegas, Zolio Pallares (2008): La Asociatividad Empresarial – Una respuesta de los pequeños productores a la internacionalización de las economías”.

17. Oriundos de la Comuna Engunga que contribuyeron, narrando información de la Comuna:

- Jorge Mujica - Presidente de la Comuna Engunga.
- Pedro Lindao - Presidente de la Asociación.

## G L O S A R I O

<b>Sinergia</b>	Acción de dos o más causas cuyo efecto es superior a la suma de los efectos individuales.
<b>Cohesión</b>	Acción y efecto de reunirse o adherirse las cosas entre sí o la materia de que están formadas. Enlace, unión de algo con otra cosa.
<b>Asociatividad</b>	Una estrategia orientada a potenciar el logro de una ventaja competitiva por parte de una empresa.
<b>Asociar</b>	Dar a uno por compañero quien le ayude o coopere con él en el desempeño de un cargo, comisión o trabajo// Juntar una cosa comisión o trabajo// Juntar una cosa con otra, de modo que concurren a un mismo fin. Tomar un compañero que le ayude. Ingresar a una asociación Juntarse, reunirse para algún fin. (DICCIONARIO DE LAS CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN. Diagonal, Santillana. Volumen I. 1984)
<b>Estandarizar</b>	(De estándar). tr. Tipificar (ajustar a un tipo o norma).
<b>Estándar</b>	Que sirve como tipo, modelo, norma, patrón o referencia. m .  Tipo, modelo, patrón, nivel.
<b>Jurisdicción</b>	Es la potestad, derivada de la soberanía del estado, de aplicar el Derecho en el caso concreto, resolviendo de modo definido e Irrevocable una controversia, que es ejercida en forma exclusiva Por los tribunales de justicia.
<b>Coaching</b>	Se refiere a un proceso interactivo que permite a un coach

(Entrenador) asistir a sus clientes a conseguir lo mejor de si mismo

**Administración** Es la ciencia social y técnica encargada de la planificación, organización, dirección y control de los recursos de una organización.

**Comercialización** Es la acción y efecto de comercializar, poner a la venta un producto o darle condiciones y vías de distribución para su venta

**Repliegue.** Acción o efecto de retirarse.

**Núcleo** Representan un cambio en la forma de trabajar, para las cámaras y sus funcionarios, pero principalmente para los empresarios. Es una nueva técnica más participativa que facilita la participación de todos sus asociados entre la definición de sus necesidades.

## ABREVIATURAS

<b>ART.</b>	Artículo
<b>AGRIGUNGA</b>	Agro Industria Engunga
<b>CÍA LTDA.</b>	Compañía Limitada.
<b>USD</b>	United States Dollar
<b>PIB</b>	Producto Interno Bruto.
<b>CONAVE</b>	Corporación Nacional de Avicultores del Ecuador.
<b>PÁG.</b>	Página.
<b>FODA</b>	Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.
<b>MIES</b>	Ministerio de Inclusión Económica y Social.
<b>T</b>	Trabajo de Campo
<b>I</b>	Instrumento de Investigación
<b>FUNDAGRO</b>	Fundación para el Desarrollo Agropecuario.

## ANEXOS

### ANEXO 1: PLAN DE ACCIÓN

<p><b>Problema Principal:</b> Gran números de pobladores viviendo en condiciones de carencia, en la comuna Engunga capacitados y dedicados a la crianza de animales</p>			
<p><b>Fin del Proyecto:</b> Diseñar un Plan de Asociatividad como estrategia para fortalecer la administración y comercialización de carnes avícolas y ganaderas.</p>			<p><b>Indicadores:</b> - Base de datos de Comuneros dedicados a la comercialización de carnes avícolas y ganaderas. - Entrevistas y Encuestas a comuneros y habitantes de la Comuna Engunga.</p>
<p><b>Propósito del Proyecto:</b> Implementar la Asociatividad mediante un enfoque participativo como estrategia para mejorar la Administración y Comercialización de carnes avícolas y ganaderas.</p>			<p><b>Indicador</b> - Números de personas que desean asociarse, para formar parte de este enfoque participativo.</p>
Objetivos Específicos	Indicador	Estrategia	Actividades
<p>Efectuar el proceso Asociativo entre Comuneros del Cabildo de Engunga</p>	Identificación de los actores.	<p><b>ESTRATEGIA DE APERTURA</b> - Integrar individuos dedicados a la comercialización de carnes avícolas y ganaderas. - Contribuir a la reducción de costos de asociarse e incrementar el capital social entre los comuneros productores.</p>	- Determinar las herramientas necesarias para recopilación de Información.
	- Sensibilidad de los actores.		- Seleccionar a las personas que formaran parte de la Asociación.
	- Investigación de mercado para determinar comuneros que desean asociarse.		- Realizar los trámites correspondientes para formar la Asociación.
			- Definir el número de personas asociarse
<p>- Sensibilizar a los comuneros mediante reuniones informativas y capacitaciones constructivas.</p>	- Coalición entre comuneros que desean asociarse.	<p><b>ESTRATEGIA DE SINERGIA</b> - Unión de los comuneros para la Asociación. - Brindar información para que conozcan los que desean ejecutar. - Mejorar la segmentación de mercado entre comuneros.</p>	- Reuniones entre comuneros para conseguir la sinergia.
	- Investigación bibliográfica de temas asociativos.		- Capacitaciones a comuneros brindándole información sobre temas relacionados a la Asociación.
	Investigación comercial entre comuneros.		- Recopilar información comercial a través de reuniones y charlas.
			- Realizar actividades conjuntas.

## PLAN DE ACCIÓN

Objetivos Específicos	Indicador	Estrategia	Actividades
-Establecer reglas, normas y personal competente como medios que guíen y regulen a los comuneros que integran la Asociatividad.	-Investigación de modelos de estatutos y actas constitutivas para formar la Asociatividad.  -Base de datos de Comuneros que formara parte del directorio.	<b>ESTRATEGIA DE FORMALIZACIÓN.</b>  -Realización y aprobación de estatutos para la constitución y legalización de la Asociatividad.  - Definir el directorio de la Asociatividad.	- Definir las reglas y normas de la Asociatividad.
			-Consensuar los estatutos de la Asociatividad
			-Convocar a reuniones, para establecer los estatutos, acta constitutiva y el directorio.
			-Presentar los respectivos documentos a los organismos competentes.
-Determinar los pasos necesarios para iniciar la actividad económica a través de la Adquisición de los insumos.	-Investigación de proveedores que brinden insumos para la crianza avícola y ganadera.  -Investigación de mercado para iniciar la actividad económica.	<b>ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO Y DE REFUERZOS.</b>  -Apertura de nuevo punto de distribución de los productos a nivel local y regional.  -Realizar convenios con proveedores para obtener mejor rentabilidad.  -Dar a conocer los nutrientes y beneficios del producto a ofertar.	-Búsqueda de Proveedores de Insumos a bajos costos.
			-Negociaciones con proveedores para iniciar la actividad económica.
			-Realizar convenios a cortos plazos.
			-Definir nuestro mercado objetivo.
Establecer canales de Comercialización a las diferentes zonas rurales y urbanas que permitan alcanzar una distribución competitiva.	-Necesidades Insatisfechas de los Consumidores.  -Porcentaje De clientes Satisfechos.  -Encuestas al sector.	<b>ESTRATEGIA DE RESPUESTAS Y REPLIEGUE</b>  -Distribuir un Producto de manera eficaz.  -Reducir Inversiones.  -Distribuir entrega de productos con menores gastos de distribución.	-Producir, Administrar y Comercializar los productos.
			-Establecer el equipo de trabajo para la distribución del producto.
			-Determinar los mejores costos de distribución.
			-Definir nuestro mercado meta.
Sembrar los beneficios de la Asociatividad, logrando el desarrollo individual y colectivo.		<b>ESTRATEGIA DE ACEPTACIÓN</b>  -Ampliar la línea de productos, para satisfacer necesidades de los consumidores.  -Establecer financiamiento colectivo.	Buscar otros nichos de mercados.
			Fortalecer la Asociatividad, mediante la búsqueda de nuevos integrantes.
			Buscar otros canales de distribución
			Realizar inversiones Extranjeras.

**ANEXO 2**

**CODIFICACIÓN DE LA LEY DE ORGANIZACIÓN Y  
REGIMEN DE COMUNAS**

H. CONGRESO NACIONAL

LA COMISIÓN DE LEGISLACIÓN Y CODIFICACIÓN

RESUELVE

EXPEDIR:

CODIFICACIÓN DE LA LEY DE ORGANIZACIÓN Y RÉGIMEN DE  
COMUNAS

CODIFICACIÓN

2004 - 04

Esta Codificación fue elaborada por la Comisión de Legislación y Codificación, de acuerdo con lo dispuesto en el número 2 del Art. 139 de la Constitución Política de la República.

**TÍTULO**

**I**

**CONSTITUCIÓN**

**Art. 1.- ESTABLECIMIENTO Y NOMINACIÓN DE LAS COMUNAS.-** Todo centro poblado que no tenga la categoría de parroquia, que existiera en la actualidad o que se estableciere en lo futuro, y que fuere conocido con el nombre de caserío, anejo, barrio, partido, comunidad, parcialidad, o cualquiera otra designación, llevará el nombre de comuna, a más del nombre propio con el que haya existido o con el que se fundare.

**Art. 2.- SUJECCIÓN A LA JURISDICCIÓN PARROQUIAL.-** La comuna estará sujeta a la jurisdicción de la parroquia urbana o rural dentro de cuya circunscripción territorial se encuentre.

**Art. 3.- PERSONERÍA JURÍDICA DE LAS COMUNAS.-** Las comunas se regirán por esta Ley y adquirirán personería jurídica, por el solo hecho de atenerse a ella.

En la aplicación de la presente Ley se garantiza el ejercicio de los derechos colectivos de los pueblos indígenas que se autodefinen como nacionalidades de raíces ancestrales y de los pueblos negros o afro ecuatorianos, así como, de las comunidades que forman parte de estas colectividades de acuerdo a lo dispuesto en el Art. 84 de la Constitución Política de la República.



**Art. 4.- DEPENDENCIA ADMINISTRATIVA DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA.-** Administrativamente las comunas dependen del Ministerio de Agricultura y Ganadería. Los derechos que esta Ley concede a las comunas, estarán supervisados y dirigidos por el indicado Ministerio.

**Art. 5.- REQUISITO PARA CONSTITUIR UNA COMUNA.-** Para poder constituir una comuna es indispensable que el número de habitantes que radiquen habitualmente en ella, sea no menor de cincuenta.

**Art. 6.- POSESIÓN DE BIENES COLECTIVOS.-** Los habitantes de las comunas podrán poseer bienes colectivos, como tierras de labranza y pastoreo, industrias, acequias, herramientas, semovientes, establecimientos educacionales, etc.

**Art. 7.- USO Y GOCE DE BIENES COLECTIVOS.-** Los bienes que posean o adquieran en común, serán patrimonio de todos sus habitantes; su uso y goce se adecuarán, en cada caso, a la mejor conveniencia de cada uno de ellos, mediante la reglamentación que se dicte, libremente, para su administración.

**Art. 8.- DEL CABILDO.-** El órgano oficial y representativo de la comuna es el cabildo, integrado por cinco miembros, quienes ejercerán las funciones de presidente, vicepresidente, tesorero, síndico y secretario.

**Art. 9.- REGISTRO DE HABITANTES DE LA COMUNA.-** En cada comuna se establecerá un registro, que será llevado por el presidente y por el secretario del cabildo, en un libro en el cual se anotarán los nombres de todos los habitantes que residan en el lugar.

**Art. 10.- INVENTARIO DE BIENES COLECTIVOS.-** Igualmente se llevará un Libro de Inventarios de los Bienes que en común posea la comuna, según el modelo que, impreso, proporcionará el Ministerio de Agricultura y Ganadería. Una copia de dichos inventarios, autenticada por el presidente y el secretario del cabildo, se remitirá a dicho Ministerio.

**ANEXO 3:**

**CONSTITUCION DE LA REPÚBLICA**

**Art. 55.-** Las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos, y las representen y defiendan ante las autoridades judiciales o administrativas.

Para el ejercicio de estos u otros derechos, nadie será obligado a asociarse.

**CAPÍTULO CUARTO**

**DERECHOS DE LAS COMUNIDADES, PUEBLOS Y NACIONALIDADES**

**Art. 56.-** Las comunidades, pueblos, y nacionalidades indígenas, el pueblo afroecuatoriano, el pueblo montubio y las comunas forman parte del Estado ecuatoriano, único e indivisible.

**Art. 57.-** Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos:

1. Mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social.
2. No ser objeto de racismo y de ninguna forma de discriminación fundada en su origen, identidad étnica o cultural.
3. El reconocimiento, reparación y resarcimiento a la colectividad es afectadas por racismo, xenofobia y otras formas conexas de intolerancia y discriminación.
4. Conservar la propiedad imprescriptible de sus tierras comunitarias, que serán inalienables, inembargables e indivisibles. Estas tierras estarán exentas del pago de tasas e impuestos.
5. Mantener la posesión de las tierras y territorios ancestrales y obtener su adjudicación gratuita.
6. Participar en el uso, usufructo, administración y conservación de los recursos naturales renovables que se hallen en sus tierras.
7. La consulta previa, libre e informada a los habitantes, dentro de un plazo razonable, sobre planes y programas de prospección, explotación y comercialización de recursos no renovables que se encuentren en sus tierras y que puedan afectarles ambiental o culturalmente; participaren los beneficios que esos

proyectos reporten y recibir indemnizaciones por los perjuicios sociales, culturales y ambientales que les causen. La consulta que deban realizar las autoridades competentes será obligatoria y oportuna. Si no se obtuviese el consentimiento de la comunidad consultada, se procederá conforme a la Constitución y la ley.

8. Conservar y promover sus prácticas de manejo de la biodiversidad y de su entorno natural. El Estado establecerá y ejecutará programas, con la participación de la comunidad, para asegurar la conservación y utilización sustentable de la biodiversidad.

9. Conservar y desarrollar sus propias formas de convivencia y organización social, y de generación y ejercicio de la autoridad, en sus territorios legalmente reconocidos y tierras comunitarias de posesión ancestral.

10. Crear, desarrollar, aplicar y practicar su derecho propio o consuetudinario, que no podrá vulnerar derechos constitucionales, en particular de las mujeres, niñas, niños y adolescentes.

11. No ser desplazados de sus tierras ancestrales.

12. Mantener, proteger y desarrollar los conocimientos colectivos; sus ciencias, tecnologías y saberes ancestrales; los recursos genéticos que contienen la diversidad biológica y la agrobiodiversidad; sus medicinas y prácticas de medicina tradicional, con inclusión del derecho a recuperar, promover y proteger los lugares rituales y sagrados, así como plantas, animales, minerales y ecosistemas dentro de sus territorios; y el conocimiento de los recursos y propiedades de la fauna y la flora. Se prohíbe toda forma de apropiación sobre sus conocimientos, innovaciones y prácticas.

13. Mantener, recuperar, proteger, desarrollar y preservar su patrimonio cultural e histórico como parte indivisible del patrimonio del Ecuador.

El Estado proveerá los recursos para el efecto.

14. Desarrollar, fortalecer y potenciar el sistema de educación intercultural bilingüe, con criterios de calidad, desde la estimulación temprana hasta el nivel superior, conforme a la diversidad cultural, para el cuidado y preservación de las identidades en consonancia con sus metodologías de enseñanza y aprendizaje.

Se garantizará una carrera docente digna. La administración de este sistema será colectiva y participativa, con alternancia temporal y espacial, basada en veeduría comunitaria y rendición de cuentas.

15. Construir y mantener organizaciones que los representen, en el marco del respeto al pluralismo y a la diversidad cultural, política y organizativa. El Estado reconocerá y promoverá todas sus formas de expresión y organización.

16. Participar mediante sus representantes en los organismos oficiales que determine la ley, en la definición de las políticas públicas que les conciernan, así como en el diseño y decisión de sus prioridades en los planes y proyectos del Estado.

17. Ser consultados antes de la adopción de una medida legislativa que pueda afectar cualquiera de sus derechos colectivos.

18. Mantener y desarrollar los contactos, las relaciones y la cooperación con otros pueblos, en particular los que estén divididos por fronteras internacionales.

19. Impulsar el uso de las vestimentas, los símbolos y los emblemas que los identifiquen.

20. La limitación de las actividades militares en sus territorios, de acuerdo con la ley.

21. Que la dignidad y diversidad de sus culturas, tradiciones, historias y aspiraciones se reflejen en la educación pública y en los medios de comunicación; la creación de sus propios medios de comunicación social en sus idiomas y el acceso a los demás sin discriminación alguna.

Los territorios de los pueblos en aislamiento voluntario son de posesión ancestral irreductible e intangible, y en ellos estará vedada todo tipo de actividad extractiva.

El Estado adoptará medidas para garantizar sus vidas, hacer respetar su autodeterminación y voluntad de permanecer en aislamiento, y precautelar la observancia de sus derechos. La violación de estos derechos constituirá delito de etnocidio, que será tipificado por la ley.

El Estado garantizará la aplicación de estos derechos colectivos sin discriminación alguna, en condiciones de igualdad y equidad entre mujeres y hombres.

**Art. 58.-** Para fortalecer su identidad, cultura, tradiciones y derechos, se reconocen al pueblo afro ecuatoriano los derechos colectivos establecidos en la Constitución, la ley y los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos.

**Art. 59.-** Se reconocen los derechos colectivos de los pueblos montubios para garantizar su proceso de desarrollo humano integral, sustentable y sostenible, las políticas y estrategias para su progreso y sus formas de administración asociativa, a partir del conocimiento de su realidad y el respeto a su cultura, identidad y visión propia, de acuerdo con la ley.

**Art. 60.-** Los pueblos ancestrales, indígenas, afro-ecuatorianos y montubios podrán constituir circunscripciones territoriales para la preservación de su cultura. La ley regulará su conformación.

Se reconoce a las comunas que tienen propiedad colectiva de la tierra, como una forma ancestral de organización territorial.

### **SECCIÓN TERCERA FORMAS DE TRABAJO Y SU RETRIBUCIÓN**

**Art. 325.-** El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores.

**Art. 326.-** El derecho al trabajo se sustenta en los siguientes principios:

1. El Estado impulsará el pleno empleo y la eliminación del subempleo y del desempleo.

2. Los derechos laborales son irrenunciables e intangibles. Será nula toda estipulación en contrario.

3. En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales, reglamentarias o contractuales en materia laboral, estas se aplicarán en el sentido más favorable a las personas trabajadoras.

4. A trabajo de igual valor corresponderá igual remuneración.

5. Toda persona tendrá derecho a desarrollar sus labores en un ambiente adecuado y propicio, que garantice su salud, integridad, seguridad, higiene y bienestar.

6. Toda persona rehabilitada después de un accidente de trabajo o enfermedad, tendrá derecho a ser reintegrada al trabajo y a mantenerla relación laboral, de acuerdo con la ley.

7. Se garantizará el derecho y la libertad de organización de las personas trabajadoras, sin autorización previa. Este derecho comprende el formar sindicatos, gremios, asociaciones y otras formas de organización, afiliarse a las de su elección y desafiliarse libremente.

De igual forma, se garantizará la organización de los empleadores.

8. El Estado estimulará la creación de organizaciones de las trabajadoras y trabajadores, y empleadoras y empleadores, de acuerdo con la ley; y promoverá su funcionamiento democrático, participativo y transparente con alterabilidad en la dirección.

9. Para todos los efectos de la relación laboral en las instituciones del Estado, el sector laboral estará representado por una sola organización.

10. Se adoptará el diálogo social para la solución de conflictos de trabajo y formulación de acuerdos.

11. Será válida la transacción en materia laboral siempre que no implique renuncia de derechos y se celebre ante autoridad administrativa o juez competente.

12. Los conflictos colectivos de trabajo, en todas sus instancias, serán sometidos a tribunales de conciliación y arbitraje.

13. Se garantizará la contratación colectiva entre personas trabajadoras y empleadoras, con las excepciones que establezca la ley.

14. Se reconocerá el derecho de las personas trabajadoras y sus organizaciones sindicales a la huelga. Los representantes gremiales gozarán de las garantías necesarias en estos casos. Las personas empleadoras tendrán derecho al paro de acuerdo con la ley.

15. Se prohíbe la paralización de los servicios públicos de salud y saneamiento ambiental, educación, justicia, bomberos, seguridad social, energía eléctrica, agua potable y alcantarillado, producción hidrocarburífera, procesamiento, transporte y distribución de combustibles, transportación pública, correos y telecomunicaciones. La ley establecerá límites que aseguren el funcionamiento de dichos servicios.

16. En las instituciones del Estado y en las entidades de derecho privado en las que haya participación mayoritaria de recursos públicos, quienes cumplan actividades de representación, directivas, administrativas o profesionales, se sujetarán a las leyes que regulan la administración pública. Aquellos que no se incluyen en esta categorización estarán amparados por el Código del Trabajo.

**ANEXO 4:**

**CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN  
TÍTULO II**

**DEL DESARROLLO PRODUCTIVO DE LA ECONOMÍA POPULAR,  
SOLIDARIA Y COMUNITARIA**

**Art. 22.- Medidas específicas.-** El Consejo Sectorial de la Producción establecerá políticas de fomento para la economía popular, solidaria y comunitaria, así como de acceso democrático a los factores de producción, sin perjuicio de las competencias de los Gobiernos Autónomos Descentralizados y de la institucionalidad específica que se cree para el desarrollo integral de este sector, de acuerdo a lo que regule la Ley de esta materia.

Adicionalmente, para fomentar y fortalecer la economía popular, solidaria y comunitaria, el Consejo Sectorial de la Producción ejecutará las siguientes acciones:

- a) Elaborar programas y proyectos para el desarrollo y avance de la producción nacional, regional, provincial y local, en el marco del Estado Intercultural y Plurinacional, garantizando los derechos de las personas, colectividades y la naturaleza;
- b) Apoyar y consolidar el modelo socio productivo comunitario para lo cual elaborará programas y proyectos con financiamiento público para: recuperación, apoyo y transferencia tecnológica, investigación, capacitación y mecanismos comercialización y de compras públicas, entre otros;
- c) Promover la igualdad de oportunidades a través de la concesión de beneficios, incentivos y medios de producción;
- d) Promover la seguridad alimentaria a través de mecanismos preferenciales de financiamiento del micro, pequeña, mediana y gran empresa de las comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, afro ecuatorianas y montubias;
- e) Financiar proyectos productivos de las comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, afro ecuatorianas y montubias que impulsen la producción agrícola, pecuaria, artesanal, pesquera, minera, industrial, turística y otras del sector.

Los ministerios del ramo o secretarías nacionales que tengan como competencia el fomento de la economía popular, solidaria y comunitaria, presentarán al término del ejercicio económico anual, al ministerio que presida el Sectorial de la Producción, reportes sobre los recursos invertidos en programas de generación de capacidades, innovación, emprendimientos, tecnología, mejora de productividad, Asociatividad, fomento y promoción de oferta exportable, comercialización, entre otros, con el objeto de potenciar este sector de la economía.

ANEXO 5:

**LEY ORGÁNICA DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL  
SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO**

Quito, M artes 10 de M ayo del 2011 -- N° 444

**PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA**

Oficio N° T.4887-SNJ-11-664

Quito, 28 de abril de 2011

Ingeniero

Hugo E. del Pozo Barrezueta

Director del Registro Oficial

Presente

De mi consideración:

Mediante oficio N° PAN-FC-011-511 de abril 14 del presente año, el arquitecto Fernando Cordero Cueva, Presidente de la Asamblea Nacional, puso a consideración del señor Presidente de la República el Proyecto de "**LEY ORGÁNICA DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO**".

**TÍTULO I  
DEL ÁMBITO, OBJETO Y PRINCIPIOS**

**Artículo 1.- Definición.-** Para efectos de la presente Ley, se entiende por economía popular y Solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital.

**Artículo 2.- Ámbito.-** Se rigen por la presente ley, todas las personas naturales y jurídicas, y demás formas de organización que, de acuerdo con la Constitución, conforman la economía popular y solidaria y el sector Financiero Popular y Solidario; y, las instituciones públicas encargadas de la rectoría, regulación, control, fortalecimiento, promoción y acompañamiento.

Las disposiciones de la presente Ley no se aplicarán a las formas asociativas gremiales, profesionales, laborales, culturales, deportivas, religiosas, entre otras, cuyo objeto social principal no sea la realización de actividades económicas de producción de bienes o prestación de servicios.



Tampoco serán aplicables las disposiciones de la presente Ley, a las mutualistas y fondos de inversión, las mismas que se regirán por la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero y Ley de Mercado de Valores, respectivamente.

**Artículo 3.- Objeto.-** La presente Ley tiene por objeto:

- a) Reconocer, fomentar y fortalecer la Economía Popular y Solidaria y el Sector Financiero Popular y Solidario en su ejercicio y relación con los demás sectores de la economía y con el Estado;
- b) Potenciar las prácticas de la economía popular y solidaria que se desarrollan en las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, y en sus unidades económicas productivas para alcanzar el Sumak Kawsay;
- c) Establecer un marco jurídico común para las personas naturales y jurídicas que integran la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario;
- d) Instituir el régimen de derechos, obligaciones y beneficios de las personas y organizaciones sujetas a esta ley; y,
- e) Establecer la institucionalidad pública que ejercerá la rectoría, regulación, control, fomento y acompañamiento.

**Artículo 4.- Principios.-** Las personas y organizaciones amparadas por esta ley, en el ejercicio de sus actividades, se guiarán por los siguientes principios, según corresponda:

- a) La búsqueda del buen vivir y del bien común;
- b) La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales;
- c) El comercio justo y consumo ético y responsable;
- d) La equidad de género;
- e) El respeto a la identidad cultural;
- f) La autogestión;
- g) La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas; y,
- h) La distribución equitativa y solidaria de excedentes.

**Artículo 5.- Acto Económico Solidario.-** Los actos que efectúen con sus miembros las organizaciones a las que se refiere esta Ley, dentro del ejercicio de las actividades propias de su objeto social, no constituyen actos de comercio o civiles sino actos solidarios y se sujetarán a la presente Ley.

**Artículo 6.- Registro.-** Las personas y organizaciones amparadas por esta Ley, deberán inscribirse en el Registro Público que estará a cargo del ministerio de Estado que tenga a su cargo los registros sociales. El registro habilitará el acceso a los beneficios de la presente Ley.

**Artículo 7.- Glosario.-** Para los fines de la presente Ley, se aplicarán las siguientes denominaciones:

- a) Organizaciones del sector asociativo, como "asociaciones";

- b) Organizaciones del sector cooperativista, como "cooperativas";
- c) Comité Interinstitucional de la Economía Popular y Solidaria y del sector Financiero Popular y Solidario, como "Comité Interinstitucional";
- d) Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, como "Superintendencia";
- e) Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria, como "Instituto";
- f) Junta de Regulación del Sector Financiero Popular y Solidario, como "Junta de Regulación" y,
- g) Corporación Nacional de Finanzas Populares y Solidarias, como "Corporación".

## TÍTULO II DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

### SECCIÓN 2 DE LAS ORGANIZACIONES DEL SECTOR ASOCIATIVO

**Artículo 18.- Sector Asociativo.-** Es el conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada bajo los principios de la presente Ley.

**Artículo 19.- Estructura Interna.-** La forma de gobierno y administración de las asociaciones constarán en su estatuto social, que preverá la existencia de un órgano de gobierno, como máxima autoridad; un órgano directivo; un órgano de control interno y un administrador, que tendrá la representación legal; todos ellos elegidos por mayoría absoluta, y sujetos a rendición de cuentas, alternabilidad y revocatoria del mandato.

La integración y funcionamiento de los órganos directivos y de control de las organizaciones del sector asociativo, se normará en el Reglamento de la presente Ley, considerando las características y naturaleza propias de este sector.

**Artículo 20.- Capital Social.-** El capital social de estas organizaciones, estará constituido por las cuotas de admisión de sus asociados, las ordinarias y extraordinarias, que tienen el carácter de no reembolsables, y por los excedentes del ejercicio económico.

En el caso de bienes inmuebles obtenidos mediante donación, no podrán ser objeto de reparto en caso de disolución y se mantendrán con el fin social materia de la donación.

**A N E X O 6**

**O F I C I O D E S O L I C I T U D P A R A A P R O B A C I Ó N D E E S T A T U T O S**

Señor.

Ciudad.

Por cumplir con los requisitos necesarios, solicito la aprobación de los estatutos de la ASOCIACIÓN “UNIDOS POR EL BUEN VIVIR DE LA COMUNA ENGUNGA DE LA PARROQUIA CHANDUY DEL CANTON SANTA ELENA, DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA”

Cordialmente,

**S.R PEDRO LINDAO**

**C.C. 090267883-8**

**PRESIDENTE**

## **A N E X O 7**

### **ACTA CONSTITUTIVA DE LA ASOCIATIVIDAD**

**“Santa Elena, Noviembre del 2012”**

En la ciudad de Santa Elena, a las 14H30 del día 18 del mes de Noviembre del dos mil doce, en virtud de la convocatoria efectuada por el señor Pedro Lindao, se reúnen los señores: Luz María Mujica, Yolanda Eugenio, Hermogenes Mateo, Félix Asencio y Pedro Lindao, con el fin de conocer el siguiente ORDEN DEL DÍA :

1. Verificación del quórum .
2. Designación de Presidente y Secretario de la reunión;
3. Constitución de una entidad sin ánimo de lucro;
4. Aprobación de estatutos;
5. Nombramiento de la Directiva.

#### **VERIFICACIÓN DEL QUÓRUM .**

1. La secretaria de la reunión hizo el llamado a lista de los asistentes y se pudo constatar la presencia de un número de 5 personas, por lo tanto hay quórum válido para constituir esta clase de entidad

#### **2. NOMBRAMIENTO DEL PRESIDENTE Y SECRETARIO DE LA REUNIÓN .**

Se procedió a la designación del señor Pedro Lindao como Presidente de la reunión y a la señora Luz María Mujica para que actuara como Secretaria.

### **3. CONSTITUCION DE LA ORGANIZACION**

El Presidente de la reunión manifestó a los asistentes que la finalidad de la misma era constituir una corporación sin ánimo de lucro que se denominará: “UNIDOS POR EL BUEN VIVIR”

Una vez enterados todos los presentes sobre la finalidad que desarrollará la Entidad, manifestaron su aprobación y deseo de constituir la.

### **4. APROBACION DE ESTATUTOS.**

El Presidente de la reunión leyó el proyecto de estatutos de la entidad que se va a constituir, los cuales fueron aprobados en su integridad por los asistentes.

### **5. ELECCION DEL DIRECTORIO.**

El presidente solicitó a los asistentes que presentaran las candidaturas para la elección del Directorio de la Organización, resultando elegidas por unanimidad las siguientes personas:

Sr. Pedro Lindao	Presidente y Representante Legal
Sr. Ruperto Mujica Mateo	Vicepresidente
Sra. Luz María Mujica M.	Secretario
Sra. Yolanda Eugenio	Tesorero

Agotado el orden del día, el Presidente concede un receso para la elaboración del acta, la cual una vez leída fue aprobada por unanimidad dando por terminada la reunión a las siete de la noche, de la fecha indicada y para constancia firman el acta todos los socios.

N O M B R E S

F I R M A S

Sr. Pedro Lindao

---

Sr. Ronny Flores

---

Sra. Dorila Mateo Lindao

---

Sra. Flor María Mujica.

---

Sra. Yolanda Eugenio.

---

Srta. Zulima Villon

---

Sr. Ruperto Mujica

---

Sr. Santiago Asencio

---

Sr. Hermógenes Mateo

---

Sr. Luz María Mujica Mateo.

---

Sr. Lucia Eugenio.

---

Sr. Luisa Borbor.

---

Sr. Félix Asencio.

---

Sr. Néstor Lindao

---

Sra. Mercy Mujica.

---

Sra. Mery Eugenio.

---

Srta. Gabriela Eugenio.

---

Sra. Flor Flores Menéndez.

---

Sr. Ruperto Rodríguez.

---

## ANEXO 8

### ESTATUTOS DE LA ASOCIACIÓN UNIDOS POR UN MEJOR VIVIR

#### CAPÍTULO I. DE LA ASOCIACIÓN EN GENERAL

##### *Artículo 1.*

Con la denominación de **Asociación Unidos por un Mejor Vivir**, se constituye en entidad una Asociación con fines de lucro, dotada de personalidad jurídica propia y plena capacidad de obrar de acuerdo con la legislación vigente sobre asociaciones.

##### *Artículo 2.*

Los fines de la **Asociación Unidos por un mejor Vivir** serán:

- a) Promover la unidad, solidaridad y mutua colaboración, en coordinación con el Directorio y los diferentes grupos de trabajo;
- b) Tecnificar la administración y comercialización de bienes primarios y secundarios;
- c) Buscar mercados y mejores precios para la venta de su producción;
- d) Procurar mejores condiciones de vida para sus asociados, familias y comunidad;
- e) Realizar planes de trabajo, proyectos y programas que vayan directamente en beneficio de los asociados, la familia y la comunidad;
- f) Preparar a sus asociados para que participen en la dirección de la organización con eficiencia;
- g) Mantener relaciones de confraternidad con organizaciones similares;
- h) Adquirir toda clase de bienes muebles e inmuebles, maquinaria y demás herramientas necesarias para la producción de bienes primarios y secundarios;
- i) Realizar gestiones ante las instituciones públicas y privadas, tanto nacionales como internacionales, para obtener el financiamiento de los diferentes proyectos y programas que vaya a implementar;
- j) Agrupar en su seno a todos los productores de bienes primarios y secundarios de la zona que así lo desearan;
- k) Buscar préstamos favorables para mejorar la producción; y, promover el ahorro y crédito en beneficio de sus asociados.

##### *Artículo 3.*

Para el cumplimiento de sus fines la Asociación podrá realizar las siguientes actividades y/o actuaciones:

- a) Jornadas de trabajo.
- b) Reuniones de Trabajo
- c) Actividades de gestión
- d) Asistencia a Capacitaciones,

- e) Y todos aquellos medios legales que contribuyan a la consecución de los fines de la asociación, permitidos por la ley.

**Artículo 4.**

La duración de la Asociación será por tiempo indefinido. El acuerdo de disolución se adoptará conforme a los presentes estatutos.

**Artículo 5.**

El domicilio social se establece en *la Comuna Engunga de la Parroquia Chanduy*. La Junta Directiva podrá, en su caso, modificar dicho domicilio.

**Artículo 6.**

Se establecen las siglas ASUNVI.S.A como identificativas de la Asociación.

**CAPITULO II.**

**DE LOS SOCIOS.**

**Artículo 7.**

Podrán ingresar como integrante de la asociación todos aquellos voluntarios, residentes de la Comuna Engunga, que esté dispuesto a colaborar con los cumplimientos de los fines de la Asociación y, sin ninguna clase de distinción, que siendo mayores de 18 años y con capacidad de obrar, así lo manifiesten expresamente y sean admitidos por la Junta de Admisión de socios.

**Artículo 8.**

Los socios causarán baja por alguna de las siguientes razones:

- a. Por voluntad propia.
- b. Por incumplimiento de los estatutos.
- c. Por fallecimiento.

**Artículo 9.**

Los socios tienen los siguientes derechos:

- a. Tomar parte en las Asambleas Generales con voz y con voto.
- b. Elegir y ser elegido para cargos directivos.
- c. Proponer por escrito cuantas sugerencias crean oportunas.
- d. Solicitar información a los órganos directivos sobre la marcha de la asociación.
- e. Disfrutar de todos los derechos que como miembro de la asociación le corresponde, según lo establecido por los organismos y leyes competentes y por las normas de régimen interior.



**Artículo 10.**

Son obligaciones de los socios:

- a. Cumplir y hacer cumplir el Estatuto, Reglamento Interno y demás resoluciones y acuerdos determinados por los Órganos Directivos de la Asociación;
- b. Contribuir en forma efectiva al cumplimiento de los objetivos de la Asociación
- c. Participar en las actividades de la asociación y trabajar para el logro de sus fines.
- d. Prestar cuantos servicios determinen los estatutos, las normas de régimen interior y los acuerdos de los órganos directivos.
- e. Desempeñar los cargos para los que fuese elegido.
- f. Ser colaborador con los bienes muebles e inmuebles que tenga para contribuir con el funcionamiento de la Asociación.
- g. Asistir a las Asambleas ordinarias y extraordinarias convocadas; y,
- h. Cancelar cumplidamente las cuotas ordinarias y extraordinarias determinadas por la Asamblea General sin en caso existieran.

**Art. 11**

Para la liquidación de lo que le corresponde a un socio se seguirá el siguiente procedimiento:

- a) Se tendrá en cuenta el balance inmediato anterior a la fecha de separación del socio. De los conceptos de activos y de utilidades se establece lo que le corresponde en forma proporcional.
- b) Se realizará un cálculo de todo lo que el socio adeude a la organización por: créditos personales, multas pendientes, cuotas no pagadas, daños ocasionados en bienes a cargo del socio. Todo este valor se restará del valor resultado del literal anterior.
- c) El socio tendrá un plazo de ocho días para apelar o justificar cualquier reclamo.

**CAPÍTULO III.  
DE LOS ÓRGANOS DE LA ASOCIACIÓN.**

**Artículo 12.**

Serán órganos de la asociación, como mínimo, los siguientes:

- a. La Asamblea General y,
- b. El Directorio.

**Artículo 13.**

La Asamblea General de socios es el órgano de expresión de la voluntad de la asociación. Estará integrada por la Directiva y los socios en goce de sus derechos, y sus decisiones serán tomadas por simple mayoría de votos y será convocada y

presidida por el Presidente. Se reunirá con carácter ordinario y extraordinario cuantas veces lo acuerde el directorio o lo soliciten la tercera parte de los socios, por medio de escrito dirigido al Presidente, autorizado con las firmas correspondientes en el que se exponga el motivo de la convocatoria y el orden del día.

**Artículo 14**

La Asamblea General, tanto ordinaria como extraordinaria, será convocada por el directorio con 15 días de antelación mediante anuncios en el domicilio social, citación personal y otros medios que garanticen el conocimiento de la convocatoria, expresándose el orden del día.

**Artículo 15**

La Asamblea se instalará legalmente con la mitad más uno de los socios en primera convocatoria, y en segunda se instalará con los socios presentes, siempre que este particular conste en la convocatoria

**Artículo 16**

Las resoluciones de la Asamblea General, serán obligatorias para todos los socios, inclusive para los ausentes a la Asamblea.

**Artículo 17.**

Son facultades de la Asamblea General:

- a. Decidir sobre la aplicación concreta de los fondos disponibles.
- b. Aprobar los presupuestos de ingresos y gastos para cada ejercicio y hacer el balance del mismo
- c. Conocer y aprobar el balance cada seis meses elaborado por el gerente y previamente controlado por el presidente;
- d. Evaluar los trabajos realizados de acuerdo a los fines propuestos por la organización;
- e. Elegir y remover justificadamente a los miembros del Directorio;
- f. Aprobar y reformar los Estatutos y el Reglamento Interno de la Asociación;
- g. Aprobar el presupuesto anual y el plan general de actividades;
- h. Aprobar las cuotas ordinarias y extraordinarias;
- i. Ratificar la separación o expulsión de los socios, así como su reingreso según el caso;
- j. Resolver los conflictos y reclamos con medidas prácticas y concretas de conformidad con los Estatutos y el Reglamento Interno.
- k. Acordar las distinciones y sanciones a que se hagan acreedores los socios.

**Artículo 18.**

Son facultades de la Asamblea Extraordinaria:

- a. Modificar y reformar los estatutos y el reglamento de régimen interno.

- b. Elegir a los miembros del Directorio cuando se trate de vacantes producidas antes del final del plazo del mandato, los elegidos lo serán sólo por el tiempo que reste para la renovación.
- c. Aprobar la federación con otras asociaciones.
- d. Acordar la disolución de la asociación.
- e. Los demás asuntos que a petición escrita de la tercera parte de los socios se inscriban en el orden del día.
- f. Todos los conferidos expresamente a la Asamblea General Extraordinaria o al Directorio.

**Artículo 19.**

Para que la Asamblea, tanto general como extraordinaria pueda tomar acuerdos, será necesario que asistan en primera convocatoria la mitad más uno de los miembros de la misma. Si no asisten ese número, transcurridos treinta minutos celebrarán, en segunda convocatoria, siendo válidos los acuerdos cualesquiera que sea el número de asistentes.

**Artículo 20**

Los acuerdos se toman por mayoría simple. En caso de empate decidirá el voto de calidad del Presidente. No obstante será necesario el voto favorable de las 2/3 partes de los socios para la disposición o enajenación de bienes, para ingresar en ella, modificación de estatutos o disolución de la asociación.

**Artículo 21.**

Los acuerdos adoptados conforme a los preceptos anteriores obligarán a todos los socios, incluso a los no asistentes.

**Artículo 22.**

El Directorio estará compuesto, como mínimo, por el Presidente, el Secretario, el Tesorero, el Síndico y los vocales que sean necesarios a criterio de la Asamblea General. El Directorio podrá designar entre los vocales quienes hayan de sustituir al Secretario y Tesorero en caso de ausencia por cualquier causa.

**Artículo 23.**

Los cargos del Directorio tendrán una duración de 2 años, pudiendo ser reelegidos sus miembros al final de su mandato.

**Artículo 24.**

Las vacantes que pudieran producirse en el Directorio, se cubrirán provisionalmente por designación del Directorio hasta tanto la Asamblea General elija los nuevos miembros o confirme en sus puestos a los designados.

**Artículo 25.**

El Directorio se reunirá cuando lo solicite el Presidente o 1/3 de sus miembros, y en todo caso lo hará, como mínimo 1 vez cada mes.

**Artículo 26.**

Los acuerdos se toman por mayoría simple y para su validez requerirá la presencia de la mitad más uno de los componentes. En caso de empate decidirá el voto del Presidente.

**Artículo. 27.**

El Directorio es el órgano ejecutivo de la Asociación y tiene la responsabilidad de planificar, organizar y dirigir la administración de la Asociación.

**Artículo. 28.**

El Directorio estará integrado por:

- Presidente;
- Vicepresidente;
- Secretario;
- Tesorero;
- Síndico y,
- Vocal.

**Artículo 29**

El directorio tendrá las siguientes atribuciones:

- a. Organizar la administración de la Asociación;
- b. Elaborar el plan de trabajo y el presupuesto anual, para ser puesto a consideración de la Asamblea para su estudio y aprobación
- c. Convocar y fijar la fecha de la Asamblea General.
- d. Confeccionar el plan de actividades.
- e. Organizar y desarrollar las actividades aprobadas por la Asamblea General.
- f. Designar las comisiones de trabajo o secciones que se estimen oportunas para el buen funcionamiento de la asociación.
- g. Interpretar los estatutos y el reglamento de régimen interno y velar por su cumplimiento.
- h. Proponer a la Asamblea, en su caso, la contratación de personal según marquen las leyes.
- i. Dictar normas interiores de organización y ejercer cuantas funciones no estén expresamente asignadas a la Asamblea general.
- j. Ejecutar las resoluciones emanadas de la Asamblea General;
- k. Elegir el Banco para el depósito de los fondos de la Asociación; y
- l. Nombrar las comisiones que se requieran;

**Artículo. 30.**

Para ser miembro del Directorio se requiere:

- a) Haber pertenecido a la Asociación por lo menos seis meses antes de la elección;
- b) Estar al día en el pago de las cuotas y más obligaciones para con la Organización.
- c) No haber incurrido en faltas o procedimientos desleales a los miembros;

- d) Ser mayor de 18 años;

**Artículo 31**

Los dirigentes cesarán en sus funciones en los siguientes casos:

- a) Cuando sean legalmente reemplazados mediante elección y la posesión del nuevo Directorio;
- b) Será declarado vacante el cargo cuando los dirigentes faltaren sin causa justificada a cinco sesiones alternadas o a tres sesiones seguidas durante el período para el cual fue electo; y,
- c) Por no respetar los Estatutos y Reglamentos.

**Artículo 32.**

Son facultades del Presidente:

- a. Ostentar la representación de la asociación ante cualquier organismo público o privado, así como asumir la dirección y gestión de la misma.
- b. Velar por el cumplimiento de los fines de la asociación.
- c. Fijar, convocar y presidir las reuniones de la Asamblea General y del Directorio.
- d. Acordar el orden del día de las reuniones.
- e. Ejecutar los acuerdos adoptados por la Asamblea General o el Directorio.
- f. Autorizar con su visto bueno las certificaciones que expida el Secretario.
- g. Ordenar los pagos válidamente acordados.
- h. Representar legal, judicial y extrajudicialmente a la Asociación;
- i. Obtener el RUC de la Organización y remitir una copia al MAGAP y las organizaciones que lo requieran;
- j. Firmar la correspondencia oficial y más documentos de la Asociación, autorizar pagos, revisar vales e intervenir en todo cuanto se refiere con la administración de los fondos de la Organización; y,
- k. Tomar decisiones en los casos de extrema urgencia, debiendo de ello informar en las sesiones del Directorio.

**Artículo 33.**

Son facultades del Vicepresidente la sustitución del Presidente en caso de ausencia, enfermedad o vacante, así como asumir todas aquellas funciones que le delegue el Presidente o le sean asignadas por el Directorio

**Artículo 34.**

Corresponde al Secretario:

- a. Actuar como tal en las reuniones, levantando acta de las mismas.
- b. Asistir al Presidente para fijar el orden del día y cursar las convocatorias.
- c. Convocar a las sesiones de la Asamblea y del Directorio, previo aviso del Presidente;
- d. Expedir certificaciones.

- e. Custodiar y llevar los libros, documentos y sello de la asociación.
- f. Llevar el registro y ficheros.
- g. Redactar la memoria anual y los planes de actividades y los documentos que sean necesarios.
- h. Redactar y firmar con el Presidente la correspondencia oficial;
- i. Tramitar la correspondencia relacionada con el movimiento interno de la Asociación;
- j. Las demás inherentes a su cargos

**Artículo 35.**

Son facultades del Tesorero:

- a. Llevar los libros de contabilidad.
- b. Recaudar y recibir los fondos de la Asociación, los mismos que estarán bajo su responsabilidad. Para desempeñar el cargo, si el Directorio así lo estimare, deberá rendir una caución económica;
- c. Presentar cada tres meses un informe de balance de los valores recibidos a la Asamblea General;
- d. Permitir la revisión de los libros de contabilidad a su cargo con orden de la directiva, cuando el caso así lo requiera o por orden de la Asamblea;
- e. Efectuar los pagos autorizados por el Directorio y la Asamblea;
- f. Registrar y firmar con el Presidente, en todas las cuentas bancarias y para efectos de movilización de fondos; y, Recibir el inventario de herramientas y entregar correctamente al nuevo encargado;
- g. Llevar un inventario de los bienes muebles e inmuebles
- h. Firmar, conjuntamente con el Presidente, los escritos, cheques y documentos de crédito.

**Artículo 36**

Serán facultades de los vocales el realizar programas y propuestas en su área de actuación, así como desempeñar los trabajos que le sean encomendados por el Directorio

**CAPÍTULO IV**

**DE LAS SANCIONES**

**Artículo. 37.**

Son acreedores a sanciones los socios morosos, los que sin causa justificada faltaren a las sesiones ordinarias y extraordinarias. Si la falta cometida es grave y comprobada dará lugar a que se considere la expulsión.

**Artículo. 38.**

Los socios que incumplieren con las disposiciones Estatutarias y Reglamentarias se harán acreedores, según el caso y la gravedad de la falta, a las siguientes sanciones:

- a) Amonestación;
- b) Multas;
- c) Suspensión de los derechos por 90 días; y,
- d) Expulsión.

## **CAPÍTULO V. DEL REGIMEN ECONOMICO.**

### ***Artículo 39.***

La Asociación tendrá patrimonio propio e independiente. Funcionará en régimen de presupuesto anual. El patrimonio inicial será de 400 dólares. El mismo que debe ser redistribuido en cantidades iguales por cada socio, para dar inicio a todo trámite pertinente.

### ***Artículo 40***

Los medios económicos para atender a sus fines serán los siguientes:

- a. Las cuotas de los socios, tanto ordinarias como extraordinarias.
- b. Las aportaciones voluntarias.
- c. Los ingresos del patrimonio que pueda poseer.
- d. Los donativos o subvenciones que les puedan ser concedidos por organismos públicos, entidades privadas y/o particulares.
- e. Los ingresos que puedan recibir por el desarrollo de sus actividades.
- f. Los bienes muebles e inmuebles que posean y se adquieran por los medios legales; y,
- g. Las multas recaudadas por sanciones

### ***Artículo 41***

El directorio confeccionará todos los años un proyecto de presupuesto, que presentará a la aprobación de la Asamblea General. Asimismo, presentará la liquidación de las cuentas del año anterior para la aprobación por la misma.

## **CAPÍTULO VI. DEL REGLAMENTO DE REGIMEN INTERNO.**

### ***Artículo 42***

El reglamento de régimen interior, en su caso, desarrollará aquellas materias no contempladas directamente en los presentes Estatutos, no pudiendo ir en contra en ningún caso de lo estipulado en los Estatutos.

## **CAPÍTULO VII**

### **RÉGIMEN DE SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS**

#### **Artículo. 43**

**SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS ENTRE SOCIOS.-** Los conflictos internos de la “Asociación Unidos por un Buen Vivir ” deberán ser resueltos por los organismos propios de la organización y con estricta sujeción a las disposiciones del presente Estatuto de no lograrlo la solución de los conflictos serán sometidos a la resolución de los centros de mediación y arbitraje según el caso lo amerite, cuya acta deberá ser puesta en conocimiento del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Avicultura y Pesca de igual manera se procederá en caso de surgir controversias en otra organizaciones.

## **CAPÍTULO VIII**

### **DE LA DISOLUCIÓN.**

#### **Artículo 44**

La Asociación se disolverá por las causas siguientes:

- a. Por no cumplir con sus fines;
- b. Por disminuir sus socios a un número menor de 10;
- c. Por resolución mayoritaria y unánime de los socios presentes en la última Asamblea General; y,
- d. Por acuerdo de las 2/3 partes de los socios de la Asamblea General Extraordinaria convocada al efecto.
- e. Por las causas que determine el Código Civil.
- f. Por sentencia judicial.

#### **Artículo 45**

Acordada o decretada la disolución, el Directorio efectuará la liquidación, enajenando los bienes sociales, pagando sus deudas, en su caso, cobrando sus créditos y fijando el haber liquidado resultante, si lo hubiere.

#### **Artículo 46**

El haber resultante, Los bienes pasarán equitativamente a cada uno de los socios que permanezcan hasta el momento cuando se acordó la disolución

## **CAPÍTULO IX**

### **DISPOSICIONES GENERALES:**

#### **Art. 47**

El presente Estatuto podrá ser reformado con la aprobación del Directorio y de la Asamblea General convocada expresamente para el efecto después de por lo menos dos años de vigencia.



**Artículo. 48**

Las generalidades existentes en los Estatutos, serán especificadas en el Reglamento Interno.

**CERTIFICACIÓN:** Certifico que los presentes Estatutos, fueron leídos, discutidos y aprobados en sesiones de Asamblea General realizadas los días 3, 11 y 23 de Enero del 2013

Sr. Pedro Lindao.  
**P R E S I D E N T E**

Sra. Luz María Mujica  
**S E C R E T A R I A**

**ANEXO 9**

**GALERÍA DE FOTOS DE LA VISIÓN DE NUESTRA MICROEMPRESA**



**1. Espacio físico de la infraestructura**





**2.-Construcción de los criaderos**



**3.-Construcción de los bebederos**





4.-Crianza avícola



5.-Crianza ganadera



**6.-Comederos para gallinas y borregos**



**7.-Bebederos para aves de engorde**



**8.-Aves con un peso aceptable**



**9.-Selección de gallinas para la venta**



**ANEXO 10**

**GALERIA DE FOTOS DE CAPACITACIONES**



**IMPARTIENDO TEMAS DE ASOCIATIVIDAD**



**COMUNEROS DE ENGUNGA**



**SR. ING. MARINO MATIAS**  
**DIRECTOR DEL MIES PROVINCIAL**



**SR. PEDRO LINDAO -PRESIDENTE**      **ING. SORAYA LIZAN, MSc - TUTORA**



**ANEXO 11**

**FOTOS DE ENTREVISTAS A COMUNEROS**



**ENTREVISTA AL SR. PEDRO LINDAO**



**ENTREVISTA AL SR. JORGE MUJICA**

**ANEXO 12**

**INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**Entrevista realizada a los Comuneros de Engunga.**

**Objetivo:** Recopilar información pertinente del objeto en estudio en función del Instrumento de investigación, con el fin de obtener la información relevante y oportuna que permita el diagnóstico del desarrollo cooperativo entre comuneros dedicados a la Comercialización de carnes Avícolas y Ganaderas en la Comuna Engunga Parroquia Chanduy Cantón Santa Elena – Provincia de Santa Elena.

**CUESTIONARIO**

➤ **Encerrar en un círculo el numeral respectivo a la respuesta**

**1.- ¿Qué opina de la frase la unión hace la fuerza?**

.....

.....

.....

.....

**2.- ¿Qué significa para usted la cooperación?**

1	2	3	4	5
Participación	Colaboración	Trabajo Mutuo	Contribución	Apoyo

**3.- ¿Qué beneficios se consigue con aquello?**

1	2	3
Resolver problemas comunes	Mayor confianza entre individuos	De brindar y recibir apoyo

**4.- ¿Cree importante la venta de carnes avícolas y ganaderas en la comuna?**

1	2	3
Sí	Indeciso	No

**5.- ¿Qué motivos le impulsaron a implementar este tipo de negocio?**

1	2	3
Para mejorar la comunidad	Mejorar la Economía Familiar	Para sí mismo

**6.- ¿Considera que la venta de carnes genera los ingresos suficientes que permitan cubrir las necesidades de su hogar?**

1	2	3
Sí	Indeciso	No

7.- ¿Cuenta con clientes fijos en la actualidad?

1	2	3
Sí tiene	No tiene	Son parciales

8.- ¿Qué tácticas o formas utilizaría para que este tipo de negocio funcione con éxito?

1	2	3
Dialogo	Aportación	Trabajo en conjunto

9.¿Conoce cuáles son las reglas si trabaja en grupo?

1	2	3
Sí	Indeciso	No

10.¿Cuál es el aporte de este tipo de negocio en la comunidad?

1	2	3
Incremento de la económica local	Facilidad de adquirir el producto	Satisfacer las necesidades de la comunidad

11 ¿Si se trabaja en grupo en este negocio traerá beneficios económicos?

1	2	3
Sí	Indeciso	No

12 ¿Cuáles son sus expectativas al unirse con otros individuos?

1	2	3
Financieros	Comerciales	Organizacionales

13 ¿La mayoría de veces toma decisiones voluntariamente?

1	2	3
Sí	Indeciso	No

14 ¿Se ha trazado alguna vez objetivos personales empresariales y lo ha ejecutado?

1	2	3
Sí	Sólo lo he pensado	No

15.- ¿C o n o c e e l s i g n i f i c a d o d e l a A s o c i a t i v i d a d ?

1	2	3
S í	I n d e c i s o	N o

16.- ¿C u á l e s o p o r t u n i d a d e s p i e n s a u s t e d q u e s e p r e s e n t a r í a c o n l a A s o c i a t i v i d a d ?

1	2	3
C r e c i m i e n t o C o m e r c i a l	I n c r e m e n t o d e C a p i t a l d e T r a b a j o	R e c u r s o s H u m a n o s y f i n a n c i e r o s

17 ¿U s t e d c r e e q u e c o n l a i m p l e m e n t a c i ó n d e l a A s o c i a t i v i d a d s e a y u d a r á a l a c o m u n a a s u d e s a r r o l l o ?

.....  
.....

18 ¿F o r m a r í a p a r t e d e u n a A s o c i a t i v i d a d ?

1	2	3
S í	I n d e c i s o	N o

19 ¿Q u é r e c u r s o s p o s e e p a r a d a r i n i c i o a u n a A s o c i a t i v i d a d ?

1	2	3
R e c u r s o H u m a n o	R e c u r s o s F i n a n c i e r o s	I n s u m o s

20 ¿C u á l e s s u c o n t r i b u c i ó n e n b i e n e s y e c o n ó m i c a m e n t e ?

1	2	3
\$ 50- 100	\$ 150-200	\$ 250- 300

G r a c i a s p o r s u c o l a b o r a c i ó n

**Anexo 13**

**INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**Encuesta a habitantes de la Comuna Engunga.**

**Objetivo:** Recopilar información pertinente al objeto en estudio en función del Instrumento de investigación, con el fin de obtener la información relevante y oportuna que permita el diagnóstico del desarrollo cooperativo entre comuneros dedicados a la Producción y Comercialización de carnes Avícolas y Ganaderas en la Comuna Engunga Parroquia Chanduy Cantón Santa Elena – Provincia de Santa Elena

**CUESTIONARIO**

➤ Encerrar en un círculo el numeral respectivo a la respuesta

1.- ¿Qué opina de la frase la unión hace la fuerza?

.....

.....

.....

2.- ¿Qué significa para usted la cooperación?

1	2	3	4	5
Participación	Colaboración	Trabajo Mutuo	Contribución	Apoyo

3.- ¿Qué beneficios se consigue con aquello?

1	2	3
Resolver problemas comunes	Mayor confianza entre individuos	De brindar y recibir apoyo

4.- ¿Conoce de alguna organización dedicada a la venta de carnes avícolas y ganaderas en la comuna?

1	2	3
Sí	Indeciso	No

5.- ¿Cree importante este tipo de negocio en la Comuna?

1	2	3
Sí	Tal vez	No

6.- ¿Cuál cree usted que es el aporte esencial de este negocio en la comuna?

1	2	3
Alimentación	Fuentes de ingreso	Fuente de Producción en la Comuna

7.- ¿La venta de carnes cubre las necesidades de alimentación en su hogar?

1	2	3
Si	Tal vez	No

8: Cuánto es su consumo mensual de carnes?

1	2	3
\$ 10-20	\$ 25-35	\$ 40-50

9: Cuántas veces por día consume carne en su hogar?

1	2	3
1-2 por día	2-3 por día	A veces ninguno

10: Cuál es el precio a cancelar por libra de carne avícola?

1	2	3
\$ 1,00	\$ 1,25	\$ 1,50

11: Cuál es el precio a cancelar por libra de carne ganadera?

1	2	3
\$ 1,50	\$ 1,75	\$ 2,00

12: Conoce si existe algún apoyo para este tipo de negocio como cuales?

1	2	3
Económico	Servicio	Desconoce

13: Apoyaría a una Organización Asociada con este tipo de actividad?

1	2	3
Si	Indeciso	No

Gracias por su colaboración

#### ANEXO 14

#### REQUISITOS PARA LA LEGALIZACIÓN DE ORGANIZACIONES

- Ingresar un oficio al Ministro de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, solicitando se otorgue personería jurídica de la organización.

- Un ejemplar del acta constitutiva la misma que deberá contener lo siguiente.

- La voluntad de los miembros de constituir la Organización.

- La organización a ser aprobada deberá indicar en su nombre el producto específico al que dedicará sus actividades

- La nómina de la Directiva Provisional

- Un ejemplar del estatuto con la certificación del secretario provisional

- Certificado Bancario del depósito de \$400 como patrimonio de la asociación.

- Copias de las cédulas de identidad y certificado de votación actualizados de cada uno de los miembros.

- Un CD contenido el proyecto de estatutos y listas de socios con los respectivos números de cédulas.





ANEXO 16

FIRMAS DE ASISTENCIA A ASAMBLEAS EN LA COMUNA.

REUNION A ASAMBLEA

CONVOCATORIA N°1

NOMBRE	CEDULA	FIRMA
Pedro J. Andao Flores	0916924798	Pedro J. Andao F.
Nestor G. Andao Eugenio	0901028423	Nestor G. Andao E.
Dorilo E. Matos Andao	092766552	Dorilo E. Matos Eugenio
Luisa E. Eugenio M.	090186657	Luisa E. Eugenio M.
Felix Asencio Mite	090581982-7	Felix Mite
Luisa Isabel Barber	091486936-3	Luisa Isabel Barber
Faustino E. Matos M.	09018665-7	Faustino E. Matos M.
Pascuala Andao	090816966-7.	Pascuala M. Andao P.
Ronny Eugenio Flores	09215831-0	Ronny Eugenio
Yolanda Eugenio	091137957-6	Yolanda Eugenio
Zulima Villón Nava	0919650937	Zulima Villón Nava
Ruperto Mujica H.	0908703036	Ruperto Mujica H.
Santiago Asencio	090916521-9	Santiago Asencio
Hermógenes Matos B.	0905776423	Hermógenes Matos B.
Luz María Mejías	091115641-2	Luz María Mejías H.
Andrés Mite Andao	0928614213	Andrés Mite
Mery. Mejías Matos	091169505-4	Mery Y. Mejías E.
Gina Eugenio Flores	0915293062	Gina Eugenio
Honorato L. Rodríguez	0903469864	Honorato L. Rodríguez

FIRMAS DE ASISTENCIA A CAPACITACIONES



UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA

CAPACITACION A COMUNEROS DE ENGUNGA 28-10-2012  
AÑO 2012

NOMBRES	CEDULA DE IDENTIDAD	DIRECCION	TELEFONO	FIRMA
Pedro E Similao	090267883-8	Engunja	0994195944	<i>Similao</i>
Rony Eugenio Flores	092158131-0	Engunja	099133571	<i>Rony Flores</i>
Dorinda & Mateo Similao		Engunja		<i>Similao</i>
Flore Marisol	0908169667	Engunja	0989627645	<i>Flore</i>
YOLANDA EUGENIO	091137957-6	Engunja	0999176638	<i>Yolanda</i>
Yulma Jilón Rojas	0919650937	Engunja		<i>Yulma</i>
Ruperto Mujica M.	0908703036	Engunja	0994375346	<i>Ruperto</i>
Santiago Guerrero M.	040916528-9	Engunja	0966582551	<i>Santiago</i>
HECIBERIA MATEO ROJAS	0905776423	Engunja	0988172958	<i>Heciberia</i>
Luz Maria Mujica Mateo	091115641-2	Engunja	0989666635	<i>Luz Maria</i>
Lucia E Eugenio M.		Engunja		<i>Lucia E Eugenio</i>
Luisa Isabel Borja Borja	091486976-3	Engunja		<i>Luisa Borja</i>
Yolli Francis Mite	090581982-7	Engunja		<i>Mite</i>



UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA

CAPACITACION A COMUNEROS DE ENGUNGA SOBRE LA ASOCIATIVIDAD Y OTROS TEMAS  
15 DE NOVIEMBRE DEL 2012



NOMBRES	CEDULA DE IDENTIDAD	DIRECCION	TELEFONO	FIRMA
Pedro J Similao Flores	0916924798	ENGUNJA.	0997777511	<i>Pedro Similao F.</i>
Marta E Similao Eugenio	0901028423	Engunja		<i>Marta E Similao</i>
Mary y Heciberia Mateo	094169505-4	Engunja	0994676700	<i>Mary y Heciberia</i>
Yolanda Eugenio Flores	091137957-6	Engunja	0995342239	<i>Yolanda Eugenio</i>
Mary Eugenio Flores	091452262-8	Engunja	0989726171	<i>Mary Eugenio</i>
Cecilia Eugenio Flores	092746552	Engunja	0980658282	<i>Cecilia Eugenio</i>
Flore Flores Hernandez	090186657	Engunja	0989627645	<i>Flore Flores</i>
Luisa Isabel Borja Borja	091486976-3	Engunja	0980148719	<i>Luisa Borja Borja</i>
Gina Eugenio Flores	0915293067	Engunja	0984613840	<i>Gina Eugenio</i>
Luz Maria Mujica Mateo	0911156412	Engunja	0989666635	<i>Luz Maria Mujica M.</i>
Heciberia E. Redaiguz M.	0903469864	Engunja	0988536666	<i>Heciberia E. Redaiguz</i>
Pedro E Similao E	090267883-8	Engunja	0994195944	<i>Similao</i>