



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“PROPUESTA DE ASOCIATIVIDAD PARA EL
GREMIO AGROPRODUCTIVO MAICERO
EN LA COMUNA LAS BALSAS,
CANTÓN SANTA ELENA,
AÑO 2013”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

**AUTOR: GINA MARJORY CHICAIZA PÁRRAGA
TUTOR: ING. JESSICA LINZÁN RODRÍGUEZ, MSc.**

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“PROPUESTA DE ASOCIATIVIDAD PARA EL
GREMIO AGROPRODUCTIVO MAICERO
EN LA COMUNA LAS BALSAS,
CANTÓN SANTA ELENA,
AÑO 2013”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: GINA MARJORY CHICAIZA PÁRRAGA

TUTOR: ING. JESSICA LINZÁN RODRÍGUEZ, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

La Libertad, 31 de marzo del 2013

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, "Propuesta de Asociatividad para el Gremio Agroproductivo Maicero en la comuna las Balsas, cantón de Santa Elena, año 2013; elaborado por el Sra. Gina Marjory Chicaiza Parraga, egresada de la Carrera de Desarrollo Empresarial, Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....

Ing. Jessica Linzán Rodríguez, MSc.

TUTOR

DEDICATORIA

Para mi querida madre Noris Párraga por su apoyo incondicional, a mi esposo Franklin Júpiter con todo cariño y respeto, por su gran capacidad, amor y comprensión. En especial a mis queridas hijas Fransheska, Franllely, Fiorella Júpiter que con su especial amor, fortalecen mi alma, vida y corazón, porque son mi más grande inspiración.

Gina Chicaiza Párraga

AGRADECIMIENTO

A mis queridos profesores y en especial al Ing. Roberto Lucas y al excelente cuerpo humano que forman parte de la carrera de IDE, quienes con su apoyo profesional fueron personas indispensables para lograr con éxitos este trabajo. También no podía dejar por alto de nombrar a las instituciones públicas, MAGAP, MIESS, MIPRO, PREFECTURA, P.S.E. y a la asociación de Comunas, que me brindaron todas las facilidades para recaudar información y poder cumplir con el objetivo deseado.

A mis amigos Burgos, Sandra, Wendy y Sabina por su apoyo y comprensión durante esta etapa de mi vida y la que seguiremos viviendo. A los pobladores de la Comuna Las Balsas que sin su desinteresada colaboración, ejemplo de esfuerzo y Humildad no hubiera sido posible la elaboración de este trabajo.

Gina Chicaiza Párraga

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc
**DECANA DE LA FACULTAD
DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

Econ. Félix Tigrero González, MSc
**DIRECTOR DE LA ESUELA
INGENIERIA COMERCIAL**

Ing. Jessica Linzán Rodríguez, MSc.
PROFESOR TUTOR

Ing. Sofía Lovato Torres MBA.
PROFESOR DEL ÁREA

Abg. Milton Zambrano Coronado, MSc.
SECRETARIO GENERAL – PROCURADOR

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DARROLLO EMPRESARIAL

“PROPUESTA DE ASOCIATIVIDAD PARA EL GREMIO
AGROPRODUCTIVO MAICERO EN LA COMUNA
LAS BALSAS, CANTÓN SANTA ELENA.
AÑO 2013”

Autora: Gina Chicaiza Párraga.

Tutor: Ing. Jessica Linzán Rodríguez, MSc.

RESUMEN

Ecuador es un país dotado de riquezas naturales, sin embargo en la actualidad se encuentra en vía de desarrollo, por lo cual es prioritario manejar nuevos conceptos de competitividad en los sectores económicos debido a los cambios de la globalización; es así que la presente propuesta está enfocada en la Península de Santa Elena, exclusivamente en la parroquia Colonche, comuna Las Balsas; donde se desarrollará un plan de asociatividad para los agricultores de dicha zona; pudiendo de esta manera mejorar sus procesos de comercialización y producción para ser más competitivos en el mercado. Dicho plan de asociatividad consiste en la conformación de una asociación que será integrada por los agricultores de la comuna las Balsas, logrando de esta manera la reducción de los costos de producción, uniendo las fortalezas de cada uno de los agricultores, para formar así una asociación sostenible en el tiempo. Una de las principales ventajas que obtendrán, es la apertura a nuevos nichos de mercado, con la finalidad de aumentar su nivel de ventas y de producción; ganando reconocimiento para con sus clientes, objetivo que no se lograría si dichos agricultores trabajan de manera independiente; además de manejar las dificultades con mayor facilidad, donde predomina la colaboración, trabajo en equipo y el sentido de pertenencia. Por tal motivo es imprescindible que se manejen estrategias de asociatividad, que consiste en un mayor nivel de organización, donde se trabaja por intereses y objetivos en común, recalando que se trata de un tipo de asociatividad horizontal, puesto que quienes lo conformarán se dedican a la misma actividad, en este caso a la agricultura. Es así que no sólo beneficiará a la futura asociación, sino a la comunidad y por ende a la provincia de Santa Elena, en su desarrollo socioeconómico, siendo un ejemplo a seguir en las demás comunidades, formando el modelo de negocio con una administración acorde al sector.

Palabras claves: Asociatividad, Competitividad, Producción, Organización.

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
TRIBUNAL DE GRADO	v
RESUMEN.....	vi
INTRODUCCIÓN	2
MARCO CONTEXTUAL	2
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	7
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	8
JUSTIFICACIÓN.	9
OBJETIVOS	10
Objetivo general.....	10
Objetivos específicos	10
HIPÓTESIS.....	11
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	11
CAPÍTULO I.....	14
MARCO TEÓRICO.....	14
1.ANTECEDENTES DE TEMA	14
1.1 PLAN DE ASOCIATIVIDAD	15
1.1.1 Reflexión teórica e histórica de la asociatividad.....	15
1.2 MODELOS DE ASOCIATIVIDAD	22
1.2.1 Modelo asociativo sector confecciones.....	22
1.2.2.Modelo asociativo enmarcado en la normas ISO 9000.....	28
1.3 GREMIO AGROPRODUCTIVO DE MAICEROS DE LA COMUNA LAS BALSAS	29
1.3.1 Aspecto Geográfico, Histórico y Demográfico.....	29
1.3.2 Aspectos sociales	31
1.3.3 Aspectos productivos.	33

1.4 COMPETITIVIDAD	34
1.4.2 Modelo de la cinco fuerzas competitivas de Porter.	34
1.4.3. Ventaja competitiva	39
1.5 MARCO LEGAL	42
1.5.1 Ley de economía popular y solidaria 2013	42
1.5.2 Las organizaciones económicas del sector asociativo.	48
CAPÍTULO II	52
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	52
2.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	54
2.2 PARADIGMA.	55
2.3 MÉTODO.....	55
2.4 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.	56
2.5 Selección de muestra.....	57
2.6 INSTRUMENTO DE MEDICIÓN.....	58
2.6.1 Variables de estudio	58
2.7 CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DEL INSTRUMENTO.....	62
2.7.1. Índice de Confiabilidad (Alfa de Cronbach).....	62
CAPÍTULO III	68
ANÁLISIS DE INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	68
3.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE ENCUESTAS	68
3.2 CONCLUSIONES DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA	91
3.3. RECOMENDACIÓN.....	92
CAPÍTULO IV	93
4.1 ANTECEDENTES.....	93
4.1.1 Identificación Del Problema	95
4.1.2 Priorización de problemática.....	96
4.2 NATURALEZA	100
4.2.1 Objetivos de la asociatividad	100
4.2.2 Ubicación geográfica	100
4.2.3 Misión	101
4.2.4 Visión.....	101

4.2.5 Filosofía	101
4.2.6 Valores	101
4.3 ORGANIZACIÓN DEL EQUIPO ASOCIATIVO	102
4.3.1 Estructura organizativa.....	103
4.3.2 Responsabilidades	104
4.4 PLANTEAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INTEGRACIÓN	111
4.4.1 Matriz MEFI (matriz de evaluación de factores internos)	111
4.4.2 Matriz MEFE (matriz de evaluación de factores externos)	112
4.4.3 Análisis FODA.....	113
4.4.4 Análisis de Porter	117
4.4.5 Matriz del perfil competitivo del gremio agroproductivo maicero en la comuna las balsas.....	119
4.4.6 Matriz BCG Matriz Boston Consulting Group	120
4.4.7 Matriz de posicionamiento.....	121
4.5 ESTRATEGIAS DE ASOCIATIVIDAD	123
4.5.1 Actores de la asociatividad.....	125
4.5.2 Políticas administrativas.....	126
4.5.3 Políticas económicas	126
4.5.4 Tipos de estrategias	127
4.6 PROGRAMAS	128
4.7 PROYECTOS	129
4.8 LINEAMIENTOS DE LA ASOCIATIVIDAD.....	140
4.8.1 Distribución de la producción o “canales de distribución”	140
4.8.2 Proceso de la cadena productiva	141
4.8.3 Análisis de costos de producción	142
4.8.4 Análisis de precios de mercado.....	144
4.8.5 Diagrama de flujos	144
4.8.6 Distribución de la planta	147
4.9 ESTUDIO FINANCIERO ASOCIACIÓN DE MAICEROS DE LA COMUNA LAS BALSAS	148
4.10 CONCLUSIONES	160

4.11 RECOMENDACIONES	161
BIBLIOGRAFÍA	162
ANEXOS	166

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO # 1: Comunas de la provincia de Santa	3
CUADRO # 2 Operacionalización de variables independiente	12
CUADRO # 3 Operacionalización de variable independiente.....	13
CUADRO # 4 Directiva de la comuna las balsas	31
CUADRO # 5 Cultivo en la Balsas.....	33
CUADRO # 6 Determinación varianza de los ítems	64
CUADRO # 7 Estadísticos total - elemento.....	67
CUADRO # 8 Sexo.....	68
CUADRO # 9 Edad.....	69
CUADRO # 10 Estado civil.....	70
CUADRO # 11 Número de hijos	71
CUADRO # 12 Lugar de Residencia	72
CUADRO # 13 Nivel de Estudio	73
CUADRO # 14 Actividad a la que se dedica.....	74
CUADRO # 15 Tiempo que le dedica a la agricultura	75
CUADRO # 16 Cantidad de hectáreas que siembra	76
CUADRO # 17 Quiénes intervienen en la labor	77
CUADRO # 18 Tipo de cultivo que produce.....	78
CUADRO # 19 Recibe asesoría técnica para el cultivo.....	79
CUADRO # 20 A quién le realiza la venta del producto.....	80
CUADRO # 21 Cómo califica la comercialización del producto.....	81
CUADRO # 22 Quién realiza la comercialización	82
CUADRO # 23 En qué transporta su producto.....	83
CUADRO # 24 Cómo realiza la transportación.....	84
CUADRO # 25 Cómo considera el precio del producto.....	85
CUADRO # 26 Le gustaría mejorar el precio del producto.....	86
CUADRO # 27 Cómo considera las ganancias que le deja la producción	87
CUADRO # 28 Ha participado en alguna organización	88
CUADRO # 29 Conoce lo que es una asociatividad	89

CUADRO # 30 Estaría de acuerdo en formar parte de una asociatividad	90
CUADRO # 31 Matriz de incidencia de las diversas problemática, realizada al grupo de maiceros	96
CUADRO # 32 Presupuesto del personal	110
CUADRO # 33 Matriz de evaluación de factores externos	111
CUADRO # 34 Matriz de evaluación de factores externos	112
CUADRO # 35 Matriz Foda	113
CUADRO # 36 Matriz del perfil competitivo.....	119
CUADRO # 37 Percepción del producto en el mercado.....	121
CUADRO # 38 Ventajas y desventajas de formar una asociatividad	124
CUADRO # 39 Presupuesto de las estrategias de penetración en el mercado	129
CUADRO # 40 Presupuesto de la estrategia de competitividad.....	130
CUADRO # 41 Cronograma de capacitación de liderazgo y motivación	132
CUADRO # 42 Cronograma de capacitación en asociatividad	134
CUADRO # 43 Cronograma de capacitación de recursos humanos.....	136
CUADRO # 44 Cronograma de capacitación de ventas	138
CUADRO # 45 Presupuesto de las capacitaciones	140
CUADRO # 46 Costo de producción de maíz	143
CUADRO # 47 Simbología del diagrama de flujo	144
CUADRO # 48 Presupuesto general sin asociatividad	148
CUADRO # 49 Presupuesto general con asociatividad.....	149
CUADRO # 50 Presupuesto de servicios básicos.....	150
CUADRO # 51 Presupuesto de inversión de activos fijos.....	151
CUADRO # 52 Gastos de suministros para implementación de la asociatividad	152
CUADRO # 53 Estado de resultados	153
CUADRO # 54 Flujo de efectivo.....	154
CUADRO # 55 Payback	155
CUADRO # 56 Punto de equilibrio	156
CUADRO # 57 Plan de acción	157

ÍNDICE DE GRÁFICO

GRÁFICO # 1 Modelo asociativo del sector confecciones	23
GRÁFICO # 2 Modelo asociativo para los proveedores	29
GRÁFICO # 3 Alcance de la investigación	52
GRÁFICO # 4 Proceso de enfoque cuantitativo	54
GRÁFICO # 5 Enfoque-paradigma-método de investigación	56
GRÁFICO # 6 Diseño de la investigación	57
GRÁFICO # 7 Sexo	68
GRÁFICO # 8 Edad	69
GRÁFICO # 9 Estado civil	70
GRÁFICO # 10 Número de hijos	71
GRÁFICO # 11 Lugar de residencia.....	72
GRÁFICO # 12 Nivel de estudio	73
GRÁFICO # 13 Actividad a la que se dedica	74
GRÁFICO # 14 Tiempo que le dedica a la agricultura.....	75
GRÁFICO # 15 Cantidad de hectáreas que siembra.....	76
GRÁFICO # 16 Quién intervienen en la labor.....	77
GRÁFICO # 17 Tipo de cultivo que produce	78
GRÁFICO # 18 Recibe asesoría técnica.....	79
GRÁFICO # 19 A quién le realiza la venta del producto	80
GRÁFICO # 20 Cómo califica la comercialización del producto	81
GRÁFICO # 21 Quién realiza la comercialización.....	82
GRÁFICO # 22 En qué transporta su producto	83
GRÁFICO # 23 Cómo realiza la transportación	84
GRÁFICO # 24 Cómo considera el precio del producto	85
GRÁFICO # 25 Le gustaría mejorar el precio del producto	86
GRÁFICO # 26 Cómo considera las ganancias que le deja la producción.....	87
GRÁFICO # 27 Ha participado en alguna organización	88
GRÁFICO # 28 Conoce lo que es una asociatividad.....	89
GRÁFICO # 29 Estaría de acuerdo en formar parte de una asociatividad	90

GRÁFICO # 30 Encadenamiento de hipótesis de las diversas problemáticas	95
GRÁFICO # 31 Relación de las diversas problemáticas, realizada al grupo de maiceros de la comuna Las Balsas	97
GRÁFICO # 32 Modelo asociativo para el gremio agroproductivo de maíz de la comuna Las Balsas	99
GRÁFICO # 33 Valores	102
GRÁFICO # 34 Estructura organizacional para la asociatividad de maiceros de la comuna Las Balsas	103
GRÁFICO # 35 Análisis de Porter para el gremio de maíz de la comuna Las Balsas	117
GRÁFICO # 36 Matriz Boston Consulting Group	120
GRÁFICO # 37 Mapos de los maiceros de las Balsas	122
GRÁFICO # 38 Actores de la Asociatividad	125
GRÁFICO # 39 Logo para la asociación de maiceros de la comuna Las Balsas	130
GRÁFICO # 40 Empaque para la asociación de maiceros de la comuna Las Balsas	131
GRÁFICO # 41 Proceso de la cadena productiva.....	141
GRÁFICO # 42 Flujo de proceso	145
GRÁFICO # 43 Distribución de la planta.....	147
GRÁFICO # 44 Punto de Equilibrio.....	156
GRÁFICO # 45 Cronograma de actividades para el gremio agroproductivo maicero de la comuna Las Balsas	159

ÍNDICE DE ANEXO

ANEXO # 1 Mapa de las Comunas del Cantón Santa Elena.....	167
ANEXO # 2 MAPA DE LA COMUNA LAS BALSAS.....	168
ANEXO # 3 ACTIVIDAD AGROPRODUCTIVA 2011 DE LA COMUNA LAS BALSAS.....	168
ANEXO # 4 FORMATO DE ENCUESTA.....	169
ANEXO # 5 BOLETÍN DE PRENSA.....	172
ANEXO # 6 MATRIZ DE CONSISTENCIA DE PROBLEMA, OBJETIVOS, TEMA E HIPÓTESIS.....	174
ANEXO # 7 BANER.....	175
ANEXO # 8 GALERÍA DE FOTOS.....	176

INTRODUCCIÓN

El contexto de transformaciones globales ha generado la salida de interacciones sociales que propenden al desarrollo local, permitiendo que algunas comunidades adquieran capacidades para la estimulación de la innovación y el emprendimiento. En este sentido, vale decir que el desarrollo local parte de la capacidad para la integración de visiones e intereses y las concentraciones de agentes públicos y privados con incidencia en el territorio.

El desarrollo debe de ser visto como el resultado que genere del esfuerzo organizado del conjunto de la comunidad y, muy particularmente para el aspecto económico, de capacidad de conformar algo más que un simple aglomeración de empresas por industrias o sectores, donde se adopten nuevos modelos de organización que impulse la flexibilidad y la descentralización operativa, favoreciendo la constitución de unidades estratégica de actuación o de negocios, y donde se priorice acciones colectivas sobre las individuales a través de la conformación de asociatividad que promuevan la dinamización empresarial, el estímulo a las innovaciones y la utilización más eficaz posible de todo el potencial de desarrollo.

Lo expuesto permite promover procesos que generan la cooperación inter empresarial con objeto de mejorar la gestión, la productividad y la competitividad de los sectores agroproductiva frente al proceso de la globalización, de esa manera, lograr la subsistencia a través de la asociación.

A la emisión de dicho planteamiento, esta disertación estará enmarcada en la revisión teórica del proceso de asociatividad, el cual recoge una de las formas más sofisticada y avanzadas del llamado proceso de integración agroproductiva, enfocado desde la perspectiva del desarrollo local.

MARCO CONTEXTUAL

TEMA

“PROPUESTA DE ASOCIATIVIDAD PARA EL DESARROLLO COMPETITIVO DEL GREMIO AGROPRODUCTIVO MAICERO, EN LA COMUNA LAS BALSAS, CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2013.”

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del problema

La provincia de Santa Elena, está ubicada al suroeste de la Cuenca hidrográfica del río Guayas, dentro de la región costera del Ecuador y al oeste de Guayaquil, su extensión territorial es de 3.763,9 km². Los límites son al norte la provincia de Manabí, y provincia del Guayas y por el sur el Océano Pacífico, su población ésta conformada por 308.693 habitantes, de los cuales el 80% es rural y el 20% es urbano. La provincia está formada por tres cantones que son: el cantón Salinas con 68.7 km² de superficie territorial, el cantón La Libertad con unos 25.2 km², y el cantón Santa Elena con unos 3.668,9 km².

La población del cantón Santa Elena es de 144.076 habitantes, sus límites son al norte cantón Puerto López (provincia de Manabí), al sur Océano Pacífico y el cantón General Villamil Playas, al este cantón Pedro Carbo y Guayaquil y al oeste cantón La Libertad y Océano Pacífico. Su población rural está distribuida en 68 comunas (**Ver cuadro N° 1**)

CUADRO # 1: Comunas de la provincia de Santa

N°	PARROQUIAS	COMUNAS
1	Chanduy	Bajada de Chanduy
2	Chanduy	Ciénega
3	Chanduy	El Real
4	Chanduy	Engunga
5	Chanduy	Manantial de Chanduy
6	Chanduy	Olmedo
7	Chanduy	Pechiche
8	Chanduy	San Rafael
9	Chanduy	Sucre
10	Chanduy	Tugaduaja
11	Chanduy	Villingota
12	Chanduy	Zapotal
13	Colonche	Ayangué
14	Colonche	Bambil Collao
15	Colonche	Bambil deshecho
16	Colonche	Calicanto
17	Colonche	Cerezal bellavista
18	Colonche	Febres cordero
19	Colonche	Jambeli
20	Colonche	La Aguadita
21	Colonche	Loma Alta
22	Colonche	Manantial de Colonche
23	Colonche	Manantial de Guangala
24	Colonche	Monteverde
25	Colonche	Palmar
26	Colonche	Rio Seco
27	Colonche	Salanguillo
28	Colonche	Las Balsas*
29	Colonche	San Marcos
30	Colonche	Bajadita de Colonche
31	Manglaralto	Libertador Bolívar(atravesado)
32	Manglaralto	Cadeate
33	Manglaralto	Rio chico
34	Manglaralto	Dos mangas
35	Manglaralto	La entrada
36	Manglaralto	Rio blanco
37	Manglaralto	Sanfrancisco
38	Manglaralto	Montañita

Nº	PARROQUIAS	COMUNAS
39	Manglaralto	Olon
40	Manglaralto	Curia
41	Manglaralto	Pajiza
42	Manglaralto	San Jose
43	Manglaralto	San Francisco de las Núñez
44	Manglaralto	San Pedro
45	Manglaralto	Sinchal – Barcelona
46	Manglaralto	Sitio Nuevo
47	Manglaralto	San Antonio
48	Manglaralto	Valdivia
49	Santa Elena	Cerro Alto
50	Santa Elena	El Azucar
51	Santa Elena	El Morrillo
52	Santa Elena	El Tambo
53	Santa Elena	Juan Montalvo
54	Santa Elena	Entre Rios
55	Santa Elena	Prosperidad
56	Santa Elena	Rio Verde
57	Santa Elena	San Miguel
58	Santa Elena	San Pablo
59	Santa Elena	San Vicente
60	Santa Elena	Saya
61	Julio Moreno	Barranca de Julio Moreno
62	Julio Moreno	Bellavista del Cerro
63	Julio Moreno	Las Juntas del Pacifico
64	Julio Moreno	Sacachun
65	Julio Moreno	Limoncito
66	Julio Moreno	Sube y Baja
67	Julio Moreno	La Cienega
68	Julio Moreno	Caimito

Fuente: Prefectura de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

En lo referencia a su ubicación geográfica, es posible determinarla a través de los mapas proporcionados por el organismo oficial, representado por la Prefectura de la provincia (**Ver Anexo A**).

En aquello a la entidad comunal, la Ley de Organización y Régimen de comunas se relata a éste como: “Todo pueblo que no posea categoría de parroquia, que

existiera en la actualidad o que se constituyere en lo futuro, y que estuviere distinguido con el nombre caserío, anejo, barrio, partido, comunidad, parcialidad, o cualquier otra denominación”; con un aumento de 50 habitantes residiendo en ella; detengan a la potestad de la parroquia urbana o rural interiormente de aquella demarcación geográfica se halle, y obteniendo personalidad legal por el solo hecho de atenderse a esta Ley. Hacia esta consecuencia se instituyó la Federación de comunas de la provincia del Guayas el 13 de noviembre de 1995.ciudadanos

Los ciudadanos de las comunas, como el termino lo indica, tiene patrimonios en común, o patrimonios colectivos. El principal problema es la tierras de cultivo o pastoreo, pudiendo poseer también industrias, zanjas, herramientas, semovientes, entidades educativas, entre otros, como la Ley lo reconoce y defiende. Sin embargo, las primordiales actividades fructíferas, como la ganadería y la agricultura, son ejecutadas de forma particular por cada comunero, lo mismo se realiza con la comercialización de los productos.

En este escenario, cabe destacar que la actividad agropecuaria, ocupa un lugar preponderante en la economía de la provincia Santa Elena, ya que la mayor productora de maíz (zea mays) es la comuna Las Balsas, la misma limita que al norte la comuna Salanguillo, al noroeste la provincia del Guayas, al sur la comuna Sube y Baja y al oeste la comuna La Barranca, (**Ver Anexo B**), su población es de 1200 habitantes aproximadamente, existen 484 personas afiliado a la comuna, cabe destacar que adicionalmente a la actividad agroproductiva del maíz, también se desarrollan otros cultivos como:

- Sandía (Citrullus Lanatus)
- Tomate (Lycopersicum Esculertum)
- Pimiento (Capsicum Anuum)
- Melón (Cucumis melo)

- Camote (Ipomoea Batatas)
- Pepino (Cucumis Sativus)

La comuna cuenta con una extensión territorial de 33.174 hectáreas, formadas por 4 recintos que son:

- San Vicente
- El corozo
- Las Balsas
- Los Ceibitos

De las cuales 760 hectáreas son destinadas para la producción agrícola, cada comunero siembra de 3 a 5 hectáreas, en este contexto es válido indicar que la producción maicera es de 60 quintales por hectáreas, no tecnificada y la tecnificadas alcanzan los 100 quintales por hectáreas.

La actividad agroproductiva del maíz (*Zea mays*), aglutina a 200 comuneros aproximadamente, quienes actualmente, han sembrado 650 hectáreas, (**ver anexo C**), siendo su principal problema la comercialización, puesto que los intermediarios son los causantes de las limitaciones en las utilidades. Por ello, la propuesta de asociatividad resulta un enfoque adecuado a la necesidad de esta actividad.

Identificación del problema.

Los agricultores maiceros del sector afirman que las condiciones de agroproducción han cambiado de forma drástica, hasta el clima lo que influye de manera directa en su desarrollo, puesto que las lluvias ya no son tan beneficiosas como antes y la sequía es un fenómeno recurrente. A un los comuneros, siembran sin ningún proceso técnico donde no se tiene una cosecha 100% efectiva, y cuando logran cosechar con éxito los productores comercializan sus productos con intermediarios, quienes llevan a mayor parte de la ganancia por conocer mejor del

mercado. La razón de ello es que no cuentan con la información, tanto tecnológica como de mercado, para poder organizar producciones sustentables adecuadas a la caracterización socioeconómica del área.

Existen dos programas de ayuda por parte del estado ecuatoriano en la comuna, el primero es Centro de Promoción Rural (CPR) y el segundo es el Centro Agraria de Desarrollo de Recursos Sostenible (CADERS), este se ejecuta por 3 etapas, cada etapa es la necesidad de los agricultores y el proyecto dura dos años. CADERS finaliza en este año 2012. De la misma manera, el bajo nivel de organización de las fuerzas productivas de la zona, se traduce en una pobre utilización de los recursos disponibles, ocasionando que los proyectos antes mencionados sean subutilizados. Una propuesta de asociatividad, redundaría en una mejor organización, fortaleciendo los objetivos organizacionales.

SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo influye el trabajo en grupo del Gremio Agroproductivo Maicero de la comuna Las Balsas?

¿Cómo afecta el nivel de cooperación entre los miembros del Gremio Agroproductivo Maicero de la comuna Las Balsas?

¿Qué factores de competitividad influyen en el proceso productivo del Gremio Agroproductivo Maicero de la comuna Las Balsas?

¿Cómo influye la carencia de conocimientos de los elementos de la competitividad?

¿Cómo incide un plan de asociatividad en el Gremio Agroproductivo Maicero de la Comuna Las Balsas?

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo influye un plan de asociatividad en el desarrollo competitivo del Gremio Agroproductivo Maicero en la Comuna las Balsas, provincia de Santa Elena, año 2013?

Definición del problema

La producción agrícola de Las Balsas es comercializada al nivel de Finca o intermediarios, éstos generalmente obtienen mayores beneficios pues conocen los mercados y poseen los medios necesarios para acceder a ellos.

La ausencia de organizaciones tanto para la compra de insumos como para el logro de un mejor acceso al mercado coloca a los productores en una situación desventajosa por lo que el precio que reciben por su producto no es el adecuado, como se pudo observar, no son ellos los que comercializan su producto y en algunos casos desconocen el valor real del producto con referente al precio que les llega al consumidor.

Los precios que reciben los productores, como consecuencia del evento anterior, son bajos, existiendo una considerable diferencia entre éstos y los precios al consumidor encontrados en los mercados.

La fuente intervención de los intermediarios en la comercialización de estos productos se debe a la inexistencia de un gremio en el sector, para poder comercializar en mayor escala y así ser competitivo en el mercado, lo que podría derivar en escenarios inclusivos de oligopólico y especulación así afectado al mercado perfecto.

JUSTIFICACIÓN.

Tradicionalmente las prácticas de oferta de los productores agrícolas en el sector de Las Balsas, han sido de forma individual, la mayoría de la situación problemática radica en el hecho de la presencia de la intermediación, quien se convierte en un eslabón flotante dentro de la cadena agroproductiva, pues, su presencia solo se suscita en la instancia previa a la cosecha.

Los agricultores, se ven afectados por la merma en sus utilidades ya que los intermediarios son los que tienen más ganancias con menos esfuerzos, ellos son los que influyen en los precios de los mercados locales, nacionales e internacionales. Al no tener buenas utilidades el agricultor se limita a desarrollarse, a adquirir equipamiento, tecnología, entre otros.

A través de los mecanismos de la asociatividad se consigue facilitar el camino a tecnologías, conocimiento, equipamiento, instalaciones en función alcanzar una escala que justifique su acceso, por ejemplo: lograr equipo con grandes capacidades para mejorar la producción maicera y así obtener un dominio de negociación más directamente con los clientes, los proveedores de insumos y las financieras.

Los pequeños productores maiceros del sector agropecuario de Las Balsas, a través de la asociatividad tendrían las posibilidades de ingresar a los mercados de productores, con espacios concretos de comercialización, permitiéndole el incremento de beneficios económicos ya que este mercado contribuye ampliar una gama extensa de capacidades en los productores partícipes a través del intercambio de experiencias y amistades que se origina entre ellos; es un enseñanza horizontal de agroproductor a agroproductor y de agroproductor con el consumidor; Transformando las vías de mercadeo acostumbrados que se determinan por una gran número de intermediarios que deforman los precios en un mercado imperfecto.

Los beneficios claros de los maiceros, es buscar mejorar principalmente las vías de mercadeo y distribución del maíz, de manera que sean los propios agroproductores quienes comercialicen directamente sus productos al consumidor final.

OBJETIVOS

Objetivo general

Elaborar una propuesta de Plan de Asociatividad, mediante un análisis de factores internos y externos para el desarrollo competitivo del Gremio Agroproductivo de maíz de la comuna las Balsas, provincia de Santa Elena, año 2013.

Objetivos específicos

- 1) Determinar las directrices del trabajo en grupo mediante la organización de los comuneros.
- 2) Identificar los beneficios del trabajo en grupo mediante acciones participativas entre los integrantes.
- 3) Examinar los procesos de la comercialización para desarrollar la competitividad, mediante la encuesta a los agricultores.
- 4) Analizar los principios la competitividad comparando las opiniones de los participantes.
- 5) Diseñar un plan de asociatividad dirigido al Gremio Agroproductivo Maicero de la comuna Las Balsas.

HIPÓTESIS

El Plan de Asociatividad desarrollará la competitividad del Gremio Agroproductivo Maicero de la comuna las Balsas, provincia de Santa Elena, año 2013.

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.

Variable Independiente: Plan de Asociatividad.

Variable Dependiente: Competitividad

CUADRO # 2 Operacionalización de variables independiente

VARIABLES INDEPENDIENTE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
Plan de Asociatividad	La Naturaleza de este modelo es formar un Organigrama para el planteamiento y análisis de integración donde se establecen estrategias que permitan ser ejecutadas por medio de los programas y proyectos, incorporando Lineamientos hacia la Asociatividad.	<ul style="list-style-type: none"> -Naturaleza del ambiente interno de la Asociatividad. -Organigrama para la Asociatividad. -Planteamiento y análisis de integración. -Estrategia de la asociatividad. -Programas y proyectos -Lineamientos de la Asociatividad 	<ul style="list-style-type: none"> Objetivo de la Asociatividad -Ubicación geográfica -Misión,, Visión, Filosofía y Valores -Estructura organizacional -Comité -Responsabilidades, Perfiles -Matriz M.E.F, M.E.F.E. -Matriz de análisis F.O.D.A -Análisis Porter -Matriz del Perfil competitivo Tipo de estrategias de desarrollo para la asociatividad -Creación de una marca -Plan de capacitación -Proceso de cadena productiva -Canal de distribución 	<ul style="list-style-type: none"> -Edad -Sexo -Estado Civil -¿Cuántos hijos tiene? -Lugar de Residencia -Nivel de estudio. -Lugar de residencia? -Ha participado en alguna organización? -Conoce lo que es una asociatividad? -Le gustaría formar parte de una asociatividad? -Indique, cuanto tiempo le dedica a la agricultura. -¿Quiénes intervienen en la labor? -¿Cuántas hectáreas generalmente siembra? -¿Qué tipo de cultivos produce? -¿Recibe asesoría técnica?

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

CUADRO # 3 Operacionalización de variable independiente

VARIABLES DEPENDIENTE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
Competitividad.	Capacidad para fortalecer sus factores de producción, frente al mercado, para el desarrollo comercial y económico.	<p>Valor que indica el nivel de ventas del Gremio Agroproductivo)</p> <p>(valor que expresa el nivel económico del gremio)</p>	<p>-Ventas</p> <p>-comercialización</p> <p>- Utilidades</p>	<p>-¿A quién le realiza la venta del producto?</p> <p>-¿Cómo califica la comercialización del producto?</p> <p>-¿Quién realiza la comercialización?</p> <p>-¿Cómo transporta su producto?</p> <p>-La transportación la realiza?</p> <p>-¿Cómo considera las ganancias que le deja la producción?</p>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1. ANTECEDENTES DE TEMA

Los modelos asociativos no son desconocidos. En numerosa parte del orbe, e incluso en ciertos lugares muy determinados del Ecuador constituyen desde hace algunos años una filosofía de hacer negocio. Cabe destacar que esta actividad ha sido implementada y fortalecida por iniciativa de ONG y de campos sociales. No obstante a pesar de los beneficios que esta actividad representa, no se ha desarrollado en el país, esto se debe en gran parte al escaso incentivo estatal, y a la escasa cultura de cooperación de parte de los involucrados.

No obstante, esto está cambiando, el gobierno actual del Econ. Rafael Delgado ha puesto mucho énfasis en las nuevas formas de asociarse, ha comenzado a proponer e incentivar el agrupamiento de los agricultores para que tengan una forma de negociar y poder competir con los grandes productores.

Esta investigación demuestra su valor en originar el uso de las cualidades propias como conocimiento asociativo, revelando las formas de solucionar y afrontar dificultades de forma unida conservando la independencia de los participantes.

Dentro de este capítulo también se tendrán que estudiar y analizar las teorías que involucran en la investigación como La Ley de Economía Popular Solidaria, Ley de Comunas y El Fortalecimiento de una Cultura Empresarial Sostenida, para obtener los resultados esperados.

1.1 PLAN DE ASOCIATIVIDAD

1.1.1 Reflexión teórica e histórica de la asociatividad

Según la Red Nacional de Grupo de gestores asociativa indican que la asociatividad, como tal, es un concepto propiamente moderno. Aunque ha sido recientemente reconocido por la Real Academia Española, han venido manejados por la ciencia económica al ser agregado a la disertación moderna relacionada con la inserción de políticas neoliberales y sus oportunas contrapartidas.

Para entender el concepto de asociatividad es preciso efectuar un breve recorrido en torno de la palabra de la cual se desglosa asociación. Esta aprobación se logra concebir desde dos puntos de vista; el primero tiene que ver con su fenomenología: se define como acción y resultado de asociar (esto es, reunir una cosa con la otra, de suerte su consecuencia: entendida como el conjunto de agrupados para un idéntico fin o la persona jurídica por ellos formada.

Entendida como proceso, la asociatividad percibe todas aquellas acciones anteriores a la conformación de una asociación humana, entre otras: encuentros de las similitudes, intelecto entre quienes aceptan la similitud, implantando de un panorama común, aceptación de responsabilidades individuales y de grupo, definición, acuerdo de reglas de juego, formación de una estructura interna y comprensión de las jerarquías

En persecución de estas acciones, la individualidad, entendiendo sus limitaciones y la competencia de apropiarse ciertas tareas o intenciones atendiendo a sus adecuados y propios esfuerzos, rompiendo la barrera del individualismo y admitir seriamente los horizontes, roles y reglas que el grupo ha identificado. Esa cualidad de apartarse del individualismo.

1.1.1.1 Teoría de la asociatividad

Entonces se puede indicar que la asociatividad es el elemento de colaboración entre sociedades, compañías, empresas, personas o territorios en donde cada involucrado conserva su autonomía jurídica, decide espontáneamente participar en un trabajo simultáneo para la búsqueda de objetivo, oportunidades y metas comunes, tal como lo expresa el siguiente párrafo intelectual.

Rosales, (1997). La asociatividad surge como mecanismo de cooperación entre las empresas pequeñas y medianas que están enfrentados a un proceso de globalización. En este mecanismo de colaboración entre pequeñas y medianas empresas, cada empresa decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común manteniendo su independencia y autonomía gerencial, es lo que se evidencia en el informe de Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) (Pág. # 8)

1.1.1.2 Concepto básico para orientar a la asociatividad agraria.

GREMIO: Grupo de persona o entidades con fines de representación de defensa y promoción de los interés comunes de sus miembros.

EMPRESA: Sociedad de personas o entidades con fines exclusivamente económicos: comerciales, industriales y/o de servicios. Su único objetivo es generar y ahorrar en pro de la capacitación.

PERALES, (2003) presenta la asociatividad, cooperación y competencia para la competitividad y desarrollo de las Micro y Pequeñas Empresas, el objetivo central de una asociación está en la cooperación como un compromiso, relaciones de confianza, comunicación permanente y el compartir riesgos.

1.1.1.3 Bases Teóricas

Asociatividad:

Algunas entidades, tanto gubernamentales como no gubernamentales, han emprendido plantear e impulsar el agrupamiento de las empresas, para alcanzar definitivamente inclusión del modelo asociativo en nuestra economía, es preciso una transformación cultural.

IGUERRA (2003), expresa lo siguiente: Que la asociatividad es un componente de participación característica de las pequeñas empresas. Las empresa mayores acuden a alianzas estratégicas que habitualmente se definen entre dos actores, y no existe, por lo tanto, la representación colectiva de la asociatividad.

1.1.1.4 Características de los modelos asociativos:

- a) Su afiliación es voluntaria: ninguna empresa es obligada a componer un grupo, sino que lo hace cuando posee el convencimiento de que consigue generar oportunidades de progresar y crecer.
- b) No descartan a ninguna empresa por el mercado en el cual trabajan: estos modelos son adaptables a cualquier tipo asociatividad que se acoja, consigue estar encaminado a un definitivo rubro o reunir socios de actividades numerosas.
- c) Se conserva la independencia habitual de las empresas: no se trata de un Joint Venture en el cual las disposiciones de cada colaborador están en función de las insuficiencias de las además.

En el tema de conjuntos asociativos, cada empresa conserva su independencia, y remedia qué hacer con los beneficios que logra del proyecto. Puede afiliarse en diferentes modos, tanto organizacionales como jurídicos.

1.1.1.5 Objetivos de la asociatividad.

Las empresas, industria y los humanos se asocian para alcanzar cierto objetivo en común. Para esto, lo perfecto es encontrar socios que posean valores y cuyas destrezas se complementen entre sí, de tal manera que todos logren obtener un beneficio en común, consiguiendo intercambiar ideas con la finalidad de alcanzar sus objetivos.

En desarrollo del objetivo que el grupo persigue, se puede mantener relaciones más o menos persistentes. En un plazo extenso, en ciertos casos, la jurídica y patrimonio propio, pero en este caso, deja de ser un modelo asociativo. De manera universal, los objetivos suelen deferir riesgos y reducir costos.

Entre los principales objetivos de la asociatividad tenemos los siguientes.

Financieras: Cuando se necesita financiamiento y las garantías es muy cuantiosa no se consiguen ser cubiertas por cada representante en forma individual, pero en conjunto, son cubiertas equitativamente por porción de cada uno de los participantes. Adquisiciones conjuntas e Inversión conjunta.

Organizacionales : a) desarrollan las técnicas favorables, b) desarrollan nuevos métodos de dirección, c) implementación de proyectos estratégico, d) cambio de información productiva o científica, e) cultura conjunta, f) establecer de recursos de economías de aumento, g) camino a fuente o destrezas críticas, h) acceso tecnologías de procesos, i) extensión del dominio de negociación, j) exploración y desarrollo.

De mercadeo: a) Auspiciar nuevos productos al mercado, b) iniciación de nuevos mercado, e) coaliciones para vender, f) servicios post venta conjuntos, g) inversión conjunta, h) logística y distribución.

Ciertos autores adaptan estrategias colectivas como requisitos fundamentales para la estabilidad de las Pymes.

Según IGUERA (2013) manifiesta que en la asociatividad hay autonomía gerencial y jurídica en ciertos casos las empresas son renuentes a colaborar con la información con otras (en específico si comparten el mercado), por lo cual no consideran que una sociedad con otra las precise a interferir esta confidencialidad. Este tipo de asociación permite que los colaboradores conserven su autonomía y tengan seguridad de tener el poder sobre los recursos más valiosos.

Forman en las empresas y los empresarios muchos efectos secundarios secundarios: a) Una mente más abierta, b) mayor confianza, c) una visión a más largo plazo, d) mayor unificación, e) mayor efectividad, f) más dinamismo.

1.1.1.6 Ventajas y desafíos de la asociatividad

Ciertos autores consideran que las estrategias colectivas, en la actualidad son requisitos básicos para la supervivencia de la PYMES, y productores agrícolas.

Sus principales ventajas son:

A continuación se detallan las siguientes ventajas:

Economías de escala: Fundamentalmente en los micros y pequeñas empresas, las economías de escala mediante proyectos asociativos son necesarios para obtener descuentos en la compra de los insumos, adquirir y utilizar eficientes tecnologías más productivas y acceder a mercados de grandes volúmenes;

Flexibilidad: la instauración de la relaciones de cooperación entre empresas admite aumentar su desplazamiento de responder a los cambios del mercado de la demanda, sin aumentar el capital instalado y costos fijos.

Difusión de la innovación: la cimentación de las relaciones de confianza entre empresas facilita el cambio de conocimiento y prácticas, perfeccionando el desplazamiento de gestión estratégica y acelerado su proceso de aprendizaje; La disminución de las barreras a la entrada: la distinción de las empresas en las distintas fases de proceso productivo, esto facilita el desarrollo de la subcontratación y la creación de redes horizontales, tiende a facilitar la puesta en marcha de nuevos emprendimiento productivos;

Pertinencia de las acciones de apoyo: Los canales de comunicación que están entre instituciones públicas y actores privados, hacen que aumenten la probabilidad de éxito de los diferentes programas de apoyo, mejorando su capacidad de interpretar correctamente las necesidades del sector productivo;

Eficiencia de las acciones de apoyo: la relación entre las distintas instituciones de apoyo al sector productivo restringe las reproducciones o argumentaciones que a menudo se observa en sus iniciativas.

Desafíos:

- a) Estructura interna clara y eficaz.
- b) Familiaridad en las decisiones de los directivos.
- c) Responsabilidad de los socios en la entrega de productos y/o servicios, de acuerdo a los volúmenes, condiciones y oportunidades acordadas previamente.
- d) Negociar adecuadamente y eficientemente los negocios.
- e) Administración eficiente y transparente de la empresa.
- f) Instituir adecuados mecanismos de comunicación y participación.

g) Desempeñar con la legislación vigente.

1.1.1.7 Factores de Éxito de un Proceso Asociativo:

1. Son actividades en común o complementarias dentro de la cadena productiva.
 - a) Empresas del mismo giro encaminado al mismo mercado (integración horizontal).
 - b) Empresas de giros incrementados orientadas a mercados desiguales con la particularidad de que cada producto genera un mercado directo y uno indirecto (integración vertical).

2. Poseen un programa de trabajo claro y preciso sustentado por un Plan de Negocios que les permita articular:
 - a) Las situaciones de la conformidad de negocios.

 - b) El porqué de la existencia de la conformidad de negocios.

 - c) La estrategia de arranque y crecimiento para encontrarla.
 - d) Los riesgos más significativos.

 - e) Los prospectos de beneficio a corto y largo plazo.

 - f) El futuro financiero de la empresa.

3. Cuentan con un asunto preciso de clasificación y evaluación de nuevas empresas a integrar.

4. Refieren con un experto en negocios de base (gerente-administrador-articulador experimentado) que sea capaz de:

- a) Lograr la vinculación con mercados a nivel fábrica (antes de & mese).
- b) Conseguir la vinculación con el consumidor a través del establecimiento de una red comercial (entre los 6 y 12 meses).

5. Establecen un proceso de seguimiento y de las empresas integradas para:

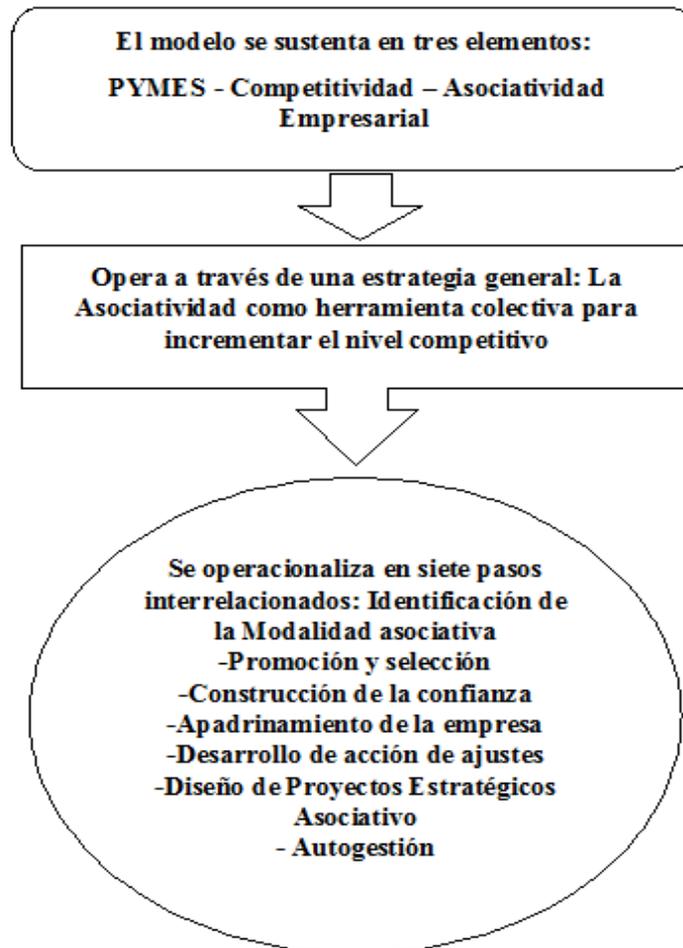
- a) Ir midiendo el proceso del agrupamiento (hay que tener en cuenta que este tipo de empresa es muy dinámica, cambia con gran velocidad 1 ó 2 meses).
- b) Detectar debilidad y subsanarlas lo antes posible.
- c) Determinar requerimientos de capacitación para ir adecuadamente la mentalidad de los empresarios a los requerimientos de una empresa grande.

1.2 MODELOS DE ASOCIATIVIDAD

1.2.1 Modelo asociativo sector confecciones.

Tarquino B. y Martin G. (2005) Crea un “MODELO ASOCIATIVO PARA EL MEJORAMIENTO DEL NIVEL COMPETITIVO DE LAS PYME’S DEL SECTOR CONFECCION AGRUPADAS EN ACTEL, ESTADO LARA”. (Ver gráfico 1)

GRÁFICO # 1 Modelo asociativo del sector confecciones



Fuente: Tarquino Barreto y Martín García
Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

1.2.1.1 Elementos constituyentes del Modelo

Elementos constituyentes del modelo son: las PYMES, la competitividad y la asociatividad. Su definición y caracterización se detalla a continuación.

a) Las Pequeña y medianas Empresas

Este tipo de empresa tiene como rasgos distintivos su aislamiento, lo que se manifiesta en la poca cooperación y limitada confianza entre ellas; el bajo nivel

gerencial, técnico y administrativo; la ausencia de sistema administrativo y de información, la resistencia al cambio hacia el interior de la empresa; la mentalidad autosuficiente, el desconocimiento de sus deficiencias como empresa; el fabricar lo que el competidor confecciona sin evaluar las tendencias del mercado, y la ausencia de la noción de mantenimiento preventivo de sus activos.

Se conceptualiza a las PYMES como personas jurídicas del sector manufacturero de confecciones cuya capacidad empleadora no supera a los 125 puestos de trabajo.

b) Competitividad

El modelo persigue el propósito de incrementar el nivel competitivo de las PYMES agrupadas en ACTEL y articuladas mediante una estructura de red en racimo. Se asume que la competitividad se expresa mediante la capacidad de la empresa de sobrevivir, competir, ganar, y mantenerse compitiendo, la cual se adquiere con esfuerzo a través del modelo asociativo al permitir: la cooperación interempresarial, el rediseño de mecanismo de relación con el entorno y entre ellas mismo, el logro de la complementación eficiente de la respectivas capacidades de producción, la especialización por producto o por proceso, la contratación de servicios colectivos especializados, el aprovisionamiento de insumos y la comercialización conjunta de sus productos.

c) Asociatividad Empresarial

La configuración del modelo se sustenta en la cooperación interempresarial, la cual sin menoscabo de la independencia jurídica y autonomía gerencial de cada una de las pymes y por voluntad propia, deciden su participación en el proyecto de integración asociativo, a través del cual las empresas que confeccionan el mismo producto y a aquellas que por especialización productiva o limitación

tecnológica no trabajan todas las fases del proceso de manufactura, suman sus capacidades de producción y se complementa, resultado la estructuración de redes horizontales y verticales de producción, que se articula conformando una estructura de red en racimo.

1.2.1.2 Estructura Operacional del Modelo

El Modelo asociativo para las PYMES agrupadas en ACTEL está conformado operacionalmente por siete fases la cual se describe a continuación:

1. Fase I. Identificación de la modalidad asociativa: En ella se identifica la modalidad asociativa más apropiada para el grupo de empresas perteneciente a ACTEL dispuesta a construir un agrupamiento empresarial, determinando si la red tendrá estructura horizontal, vertical o de racimo. Esta fase se desarrolla en dos pasos:

Paso 1: Pre diagnóstico de las empresas, para conocer las capacidades internas de cada una de las empresas participantes en aspectos como: Uso de herramientas gerenciales, propensión a la capacitación del personal, manejo de tecnología, eficiencia productiva, flexibilidad, venta y recurso humano.

Paso 2: Detección de los impulsores de la cooperación, para determinar los motivos que impulsan la cooperación entre las empresas.

2. Fase II. Promoción y selección: Se procede a la sensibilización de las empresas hacia las bondades de la asociatividad y la selección final de las empresas que participan en el proceso de asociatividad. Tiene lugar en cuatro pasos:

Paso 1: Promoción de la idea, mediante distintas actividades grupales para el establecimiento de una visión global de la modalidad asociativa adoptada.

Paso 2: Identificación de empresas dispuesta al socio, se determinan las empresas dispuestas a participar invirtiendo recursos propios para el logro del agrupamiento empresarial.

Paso 3: Evaluación de factores, principalmente los vinculados a la actitud hacia la asociatividad de los dueño-gerentes de las empresas y los costos de transacción en tanto los costos derivados del acuerdo asociativo.

Paso 4: Selección definitiva de las empresas, para la constitución de un grupo homogéneo de empresas en cuanto a su motivación, liquidez financiera y deseos de asociación.

3. Fase III. Construcción de confianza: Se realiza actividades “para el rompimiento de hielo” entre las pymes participantes y el establecimiento de una base de confianza entre ellas. Consta de tres pasos:

Paso 1: Ejecución de reuniones colectivas, para reforzar la visión compartida de los beneficios de la asociatividad utilizando estrategias como testimonio de participante en experiencias similares exitosas y análisis de casos exitosos así como de experiencias fallidas.

Paso 2: Análisis de los prediagnósticos de las empresas, para el reforzamiento de la confianza mutua entre las empresas participantes.

Paso 3: creación de acuerdos macro, producto de un proceso de negociación de los términos de asociatividad entre los representantes de las empresas participantes.

4. Fase IV. Apadrinamiento de empresas: Consiste en el apoyo que brinda la pymes participantes con mayor experiencia en alguna tarea a las demás para superar debilidades técnicas y gerenciales. Se realiza en dos pasos:

Paso 1: selección de las empresas apadrinar, mediante un proceso que toma en cuenta la disponibilidad tecnológica, ubicación geográfica y empatía de las pymes “ahijadas” con las pymes “padrinos”.

Paso 2: Reuniones de trabajo, para la realización de la negociación de los apoyos a brindar y el establecimiento de los cronogramas de actividades a realizar.

5. Fase V. Desarrollo de acciones de ajustes: Comprenden actividades de definición y desarrollo de proyectos que se desarrollan en dos pasos:

Paso 1: Discusión sobre posibles proyectos sencillos a ejecutar, mediante acuerdos entre las empresas padrinos y las empresas ahijadas.

Paso 2: Ejecución de los proyectos piloto, los cuales deben ser de fácil ejecución y con resultados tangibles en el corto plazo

6. Fase VI. Diseño de proyectos estratégico asociativo: Comprende el diseño definitivo del proceso de cooperación asociativa entre las empresas participantes en cuanto a estructura, objetivos, formalidad, temporalidad, constitución, jurídica y categoría internas. Esta fase se desarrolla en tres pasos:

Paso 1: Plan de ajuste empresarial, tomando en consideración los resultados de la fase IV y V, para el desarrollo de los procesos productivos acordados.

Paso 2: Contratación de consultores externos, para la coordinación de la ejecución del plan de negocios de la actividad asociativa.

Paso 3: Diseño del proyecto de red empresarial: Comprende la formulación definitiva de la red asociativa integral en racimo, de cooperación explícita con

duración indefinida en cuanto al establecimiento de la red pero con tiempos finitos en cuanto a los proyectos a desarrollar y jerarquizada en cuanto a la existencia de empresas “padrinos”.

7. Fase VII. Autogestión: En esta fase se consolidan las base para la autosostenibilidad del agrupamiento empresarial y se desarrolla en tres pasos:

Paso 1: contratación del gerente-administrador de la red, para asegurar la gestión profesionalizada del asocio.

Paso 2: puesta en marcha de la red, para adelantar las acciones operativas de la red.

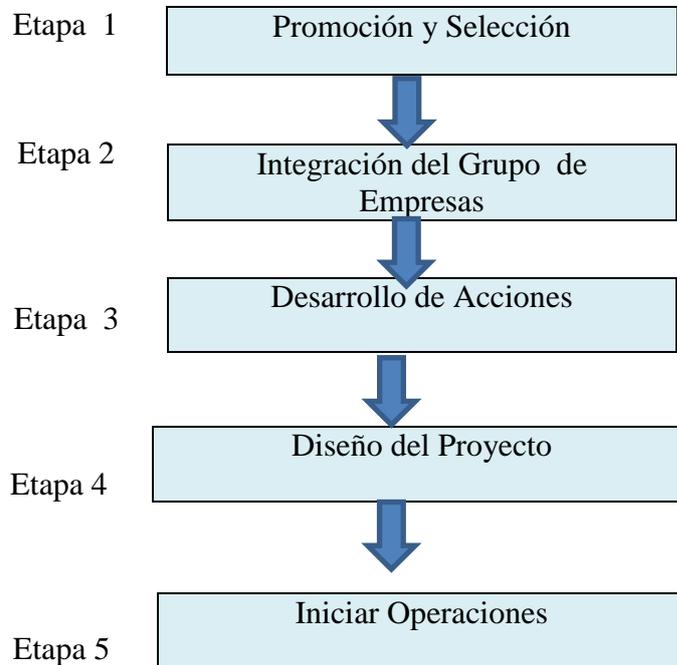
Paso 3: Monitorización y evaluación para el seguimiento operativo de la red empresarial establecida bajo la responsabilidad del gerente-administrador de la red y mediante el uso de indicadores cualitativo y cuantitativo de gestión.

1.2.2. Modelo asociativo enmarcado en la normas ISO 9000

Mosqueda, (2005) establece el “DISEÑO DE UN MODELO ASOCIATIVO ENMARCADO EN EL SISTEMA DE CALIDAD BASADO EN LAS NORMAS ISO 9000 PARA LOS PROVEEDORES DE SIDOR”.

El siguiente modelo asociativo tuvo como propósito asociar a los proveedores de SIDOR enmarcado en los modelos de excelencia de gestión. A continuación se muestran las etapas definidas de forma gradual para el modelo de Asociatividad de proveedores de Sidor. (Ver gráfico N° 2)

GRÁFICO # 2 Modelo asociativo para los proveedores



Fuente: Mary Mosquera Castillo
Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

Cada una de estas etapas se subdivide en pasos a seguir los cuales llevarán a la estructura definitiva de la asociatividad.

1.3 GREMIO AGROPRODUCTIVO DE MAICEROS DE LA COMUNA LAS BALSAS

1.3.1 Aspecto Geográfico, Histórico y Demográfico.

La comuna Las Balsa pertenece a la parroquia Colonche, está ubicada en la parte norte del cantón Santa Elena, fue Fundada el 6 de marzo de 1939 Aprobado por decreto ejecutivo N° 225 Ruc N° 0992515899001. Sus límites son: al Norte comuna Salanguillo, al Sur la comuna Sube y Baja, al Noroeste la provincia de Guayaquil, al Este comuna Cerezal Bellavista y al Oeste la comuna La Barranca.

La comuna se conecta con la ciudad de Santa Elena a través de las vías de acceso, caminos y la carretera principal, con la cabecera parroquial y los recintos Javita, Los mangos, San Marcos, Barbascal, La bajada, Guangala, Manantial de Guangala, Iceras, Las Lomas, Limoncitos, San Vicente, El corozo mediante caminos y vía de acceso empedrados.(Ver anexo E)

El presidente de la comuna contaba con gran alegría de cómo fue creada la comuna ya que sus abuelos y padres participaron de la creación; la historia cuenta que los primeros habitantes que se asentaron en la comuna vinieron de la parroquia Febres Cordero en busca de agua, ya que en esa época había sequía y no se podía sembrar, los comuneros se asentaron primero en un punto llamado las palmas por que en aquel lugar existe un manantial, desde ahí se desplazaron a diferentes puntos de la comuna para formar pequeños caseríos. Le dieron a la comuna el nombre de Las Balsas porque existían grandes cantidades de arborización de balsa.

Los primeros comuneros que se asentaron en Las Balsas, se reunieron para ponerse de acuerdo en darle la vida jurídica y ser reconocidos en el cantón de Santa Elena, uno de los requisitos para constituirse como comuna era indispensable que el número de habitantes que radiquen habitualmente en ella, sea cincuenta en adelante, como reza en la Ley de Organización de Régimen comunal (Título I, Art.5) pero en aquel momento no completaban la cantidad requerida, tuvieron que invitar y hasta pagarles a otros ciudadanos para completar el listado y poder fundar la comuna.

Los primeros fundadores de la comuna Las Balsa fueron: Primo Reyes, Amo Merchán, Ángel Gonzales, Alejandro Gonzales, Bolívar Reyes, Augusto Reyes, Félix Reyes, Darío Reyes, Ingino Rivera, Bernardino Rivera, Daniel Ortega, José Ortega, Eufemio Ortega, Gregorio Pilay, Rafael Malavé, Tomas Beltrán, Félix Beltrán, Fronel Beltrán, Niconas Beltrán, Ángel Gualé, Colon La Torre, Leonardo Pozo, Juan Pozo.

En la actualidad existe 484 afiliados en la comuna y la directiva está conformada por: **(Ver el Cuadro 4)**

CUADRO # 4 Directiva de la comuna las balsas

CARGO	NOMBRES Y APELLIDOS
Presidente	Simón Primitivo Reyes Ramírez
Vicepresidente	Antonio Beltrán Menéndez
Secretario	José Julián Pilay Soriano
Sindico	Cosme Suarez
Tesorero	Fernando Malavé Guale

Fuente: Casa comunal de las Balsas

Elaborado por Gina Chicaiza Párraga.

Toda la población está concentrada en cada uno de los recintos como: San Vicente, El Corozo; Las Balsa, Los Ceibitos que forma la comuna y ascienden a unos 1200 habitantes aproximadamente.

1.3.2 Aspectos sociales

- a) **Educación:** En la comuna funciona 4 escuelas, distribuidas en cada uno de los recintos, San Vicente, El corozza es la 24 de mayo, Las Balsa 2 de Junio y Los Ceibitos Roldos Aguilera. Son escuela Fiscales unidocentes y además funciona la escuela del milenio, que está siendo reestructurada en infraestructura para una mejor calidad de educación, ya que los jóvenes de la comunidad tengan una preparación agrícola y puedan hacer producir sus tierras con eficiencia y eficacia. Los ciudadanos de 18 a 35 años tienen una educación primaria y unos cuantos secundaria, en las personas adulta mayores existe analfabetismo.
- b) **Salud:** No existe botiquín comunitario, Los niños son atendidos en los dispensarios médicos de la comunidad más cercanas como Manantial de

- c) Guangala, Manglaralto o son trasladados a la cabecera cantonal, Las principales enfermedades son las invernales como dengue, paludismo, infecciones gripales, etc. Las mujeres de la comunidad cuando van a traer un niño o niña al mundo son atendidas por las comadronas o también llamadas parteras, en caso de emergencia son trasladadas a Manglaralto o al hospital de la cabecera cantonal. Todos en la comunidad usan hierbas para curar enfermedades.
- d) Las principales causa de muerte en la población son muerte natural o cáncer detectados demasiado tarde, en caso de muerte son enterrados en el cementerio de Las Balsas o Manantial de Guangala. La alimentación la realizan a base de pescado, carne, pollo, verduras y frutas, son producto que ellos mismo cosechan.
- e) **Servicios Básicos:** En el agua potable, se distribuye mediante guías domiciliarias. Letrinas, el FISE llego a esta comunidad con importante servicio que implica cobertura a cada vivienda. Energía Eléctrica, Toda la población cuenta con este servicio las 24 horas del día. Telefonía Pública, son contados los moradores que tiene este servicio puesto que es escasa la señal de comunicación inalámbrica.
- f) **Vivienda:** En la comunidad las casas están elaboradas de madera, caña y principalmente de cemento con bloque, también cuentan con vivienda del proyecto de MIDUVI.
- g) **Principales Fiesta Populares y Religiosas:** La principal fiesta patronal es la de San Jacinto que la realizan cada 26 de Agosto, y la fiesta de aniversario comunal la efectúan los 6 de marzo.

- h) **Comidas típicas:** Entre los platos típicos de la comunidad son: pescado sancochado con yuca, aguado de gallina criolla, sango de camarón, saíno ornado, estofado de venado, chicha de maíz, humita, Tortilla de maíz, etc.

1.3.3 Aspectos productivos.

La naturaleza de la cultura y ecosistema de la comuna ha forjado la implantación de un modelo de desarrollo agrícola, agroforestal y auto sustentable, tradicionalmente han producido alimentos para el auto consumo, pero se han dado cuenta que en la actualidad pueden producir para comercializar sus productos, siempre trabajan y se integran desde su visión productiva, están enfocados en la demanda local. Tienen una capacidad operativa autóctona para ajustar la explotación de sus recursos a la demanda sostenida

Sector Agropecuario: Las propiedades de la tierra son comunales, tienen una extensión de 33.174 hectáreas pero solo utilizan para el sembrío 760 hectáreas, una cierta cantidad de moradores siembran a la orilla del río y otros utilizan bombas de riego, los cultivos que mayormente producen son: **(Ver cuadro 5)**

CUADRO # 5 Cultivo en la Balsas

Cultivo	Nombre científico	Fecha de siembra	Fecha de Cosecha
Sandía	Citrullus Lanatus	Febrero	Mayo
Tomate	Lycopersicum esculertum	Noviembre	Febrero
Pimiento	capsicum Anuum	Noviembre	Febrero
Melón	cucumis melo	Junio	Septiembre
Camote	Ipomoea Batatas	Julio	Octubre- Noviembre
Pepino	Cucumis Sativus	Julio	Octubre
Maracuya	Possiflora edulis sins	Enero	En 14 meses, producción
Maíz	Zea mays	Febrero	Mayo

Fuente: Simón Reyes (presidente de la comuna)

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

La producción más notable de esta zona es, la de maíz (zea mays) por lo que de los 760 hectáreas de sembrío que ocupan el 650 son para el cultivo de antes mencionado, donde su comercialización la realizan en La Libertad y Santa Elena. También se puede resaltar que los habitantes de esta comuna, tienen cría de animales vacuno, porcina y cría de aves para el consumo interno.

Como no se puede dejar de mencionar que los comuneros también se dedican a la apicultura, donde en la actualidad pertenecen a una cooperativa de apicultores Chongón Colonche. (**Ver anexo F**).

1.4 COMPETITIVIDAD

Koter, P. (2001) Dice que la Competitividad es aquella empresa que tiene la capacidad de adquirir rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores, esta depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos requeridos para obtener productividad.

Cada vez los mercados se vuelven más competitivo, ya no es suficiente con entender a los clientes, las empresas tienen que comenzar a estudiar con más intensidad a sus competidores, las empresas de éxito diseñan y operan sistemas para obtener inteligencia continua acerca de sus competidores.

1.4.2 Modelo de la cinco fuerzas competitivas de Porter.

Este modelo de Porter va ayudar a orientar como se tiene que tener una competitividad efectiva y así poder tener resultados. La situación competitiva para Porter de una empresa en el mercado depende de cinco fuerzas competitivas básicas. La interacción en el mercado de esta fuerza básica con la empresa determinara las perspectivas de futuro del sector económico en el que la empresa desarrolla su actividad.

Las perspectivas del sector-reales se miden en función de la rentabilidad potencial de las empresas que operan el sector. Mediante el plan estratégico, la empresa determinara la posición.

La finalidad de la estrategia competitiva de una unidad de negocios de una industria determinada es contar una posición en la industria desde la cual la compañía pueda defenderse a sí misma de estas fuerzas competitivas o bien pueda influir en ellas a su favor. Estas cinco fuerzas competitivas son:

1. La amenaza de entrada de nuevas empresas
2. La amenaza de productos o servicios sustitutos
3. El poder negociador de los compradores
4. El poder negociador de los proveedores
5. La rivalidad existe entre los distintos competidores del sector.

La amenaza de entrada de nuevas empresas.

La primera fuerza competitiva se refiere sobre la facilidad o dificultad que un nuevo competidor puede experimentar cuando quiere empezar a operar en una industria. Si bien es cierto, cuando más difícil es entrar, menor es la competencia y mayor es la probabilidad de obtener beneficios a largo plazo. Michael Porter identifica siete barreras que dificultan la entrada de nuevos competidores en un mercado.

- a) **Economías de escala.** En algunos sectores industriales, las grandes compañías tienen ventaja puesto que el costo unitario de producir un producto

o de dirigir una operación disminuye a medida que aumenta el volumen de producción.

Por lo tanto, una nueva empresa que entra en el sector debe gastar grandes sumas de dinero para poder producir a gran escala o bien debe aceptar sufrir una desventaja en sus costos en función de su menor tamaño. Las economías de escala en producción, investigación, marketing y servicio son probablemente barreras fundamentales a la hora de entrar en el sector de la industria informática.

b) Diferenciación de producto. Las empresas establecidas tienen marcas y se han ido ganado la fidelidad de sus clientes a lo largo del tiempo.

c) Necesidades de capital Cuando mayores son los recursos necesarios para poder empezar un negocio, mayor es la barrera para entrar en un sector. Esto es particularmente cierto si la inversión inicial es arriesgada o irrecuperable, como es el caso de la inversión en investigación y desarrollo o en publicidad.

d) Los costos vinculados a los cambios: Se podría crear una barrera para entrar en un determinado sector si los clientes tuvieran que afrontar los costos derivados de cambiar proveedor.

e) Acceso a los canales de distribución: Cualquiera que lance un nuevo canal de tv por cable tendrá que luchar para conseguir la atención de la audiencia.

Advierta, por ejemplo, la extensa y costosa publicidad que realizan los nuevos canales de televisión para animar a la audiencia a que solicite a la empresa que

ha realizado la instalación su conexión con el canal de historia, el canal de novelas o con las nuevas ofertas similares que van apareciendo en el mercado.

f) Desventajas de los costos independientemente del tamaño de la empresa: Las empresas ya establecidas pueden tener ventajas de costos por una serie de razones, incluida la propiedad de la tecnología, el acceso favorable a las materias primas, la ubicación favorable, las ayudas del gobierno, la experiencia de la fuerza laboral.

g) Política del gobierno. El gobierno puede limitar o impedir la entrada en determinados sectores exigiendo licencias, limitando el acceso a las materias primas como el carbón o a terrenos públicos, o bien con otro tipo de regulaciones. Entre los sectores industriales regulados están el transporte por carretera, por tren y aéreo.

La amenaza de productos o servicios sustitutos

La segunda fuerza competitiva se refiere a la facilidad con la que un comprador puede sustituir un tipo de producto o servicio por otro. Los sustitutos son aquellos que se convierten en amenaza especialmente cuando no solo ofrecen una alternativa al comprador, sino que además mejoran considerablemente el precio o los resultados del producto en cuestión.

El poder negociador de los compradores

No todos los compradores son iguales. Los compradores tienen mucho, el poder de negociación de los compradores crece cuando se concentran o se originan cuando el producto representa una atracción importante en los costos de los

compradores, cuando el producto no está diferenciando, cuando los costos que para el comprador implican cambiar de proveedor son más bajos.

El Poder de negociación de los proveedores

Los proveedores tienen un poder negociador similar al de los compradores. Los grupos de proveedores tienen poder mediante las siguientes condiciones:

- a) Están dominados por unas pocas compañías y están más concentrados que la industria a la que abastecen, por lo tanto es bastante poco probable que los compradores hagan frente común y les exijan mejores precios, calidad o plazos.
- b) No tienen que competir con otros productos sustitutivos vendidos a la industria. En otras palabras, el comprador no tiene mucho más de donde elegir.
- c) El proveedor no depende del comprador porque este represente una fracción importante de sus ventas.
- d) Los productos que vende el proveedor son importantes para la empresa del comprador.
- e) Los productos del proveedor en cierta forma son únicos, o al comprador le resultaría muy caro o muy complicado obtener un producto sustituto.

Rivalidad entre los competidores existentes

El grado de competitividad en una industria comienza marcado por el nivel de competencia entre los empresarios existentes.

La competitividad es mucho más fuerte en una industria en la que influyen escenarios de gran magnitud cómo los siguientes.

- a) En la actualidad hay muchas empresas que compiten que son muy semejantes en cuanto a recursos y tamaño.
- b) El sector industrial está creciendo muy lentamente.
- c) Las empresas tienen costos fijos elevados.
- d) Las empresas tienen costos de almacenamiento elevados
- e) Las barreras de salida son altas.
- f) Las diferentes empresas en los mercados tienen metas de tiempo en las cuales se deben vender el producto.
- g) Para las empresas el bien o servicio que ofrece se considera como un producto de consumo en el cual el comprador tiene variedad de opciones.
- h) La capacidad se debe aumentar en grande cantidades.
- i) Dentro del mercado las diferentes empresas tienen un sin número de estrategias, métodos, y muchas cosas más.

1.4.3. Ventaja competitiva

Porter, (2010) indica que la ventaja competitiva se obtiene cuando se te ocurre hacer algo diferente dentro del proceso tradicional de tu industria y que te da una ventaja exponencial sobre cualquiera de tus competidores.

Esto puede ser en precio, forma de operar, etc. Lo más importante es hacer algo tan diferente que te de alguna ventaja sobre tu competencia donde te diferencias de los demás, aunque sea un cambio pequeño. Con el fin de que tus competidores no te puedan alcanzar. Porter identificó seis barreras de entrada que podían usarse para crearle a la corporación una ventaja competitiva:

Diferenciación del Producto.- Entiende que si la compañía posiciona fuertemente el producto; la otra compañía deberá hacer una fuerte inversión para reposicionar a la competencia. Hoy la velocidad de copia con la que reaccionan los competidores o sus mejoras al producto existente buscando crear la percepción de una calidad más alta, erosionan ésta barrera.

Economías de Escala.- Los altos volúmenes permiten reducir los costos y esto sirve para dificultar el ingreso de un nuevo competidor con precios más bajos. Hoy, por ejemplo, la caída de las barreras geográficas y la reducción del ciclo de vida de los productos, nos obliga a evaluar si la búsqueda de economías de escala en mercados locales nos resta flexibilidad y nos hace vulnerables frente a competidores más ágiles que operan globalmente.

Inversiones de Capital.- La Corporación tiene fuertes recursos financieros y este permite tener una mejor posición frente a la competencia permitiendo permanecer más tiempo en el mercado, invirtiendo en activos para utilizar como estrategias que otras compañías no pueden hacer, ampliar el mercado globalmente a nivel nacional el mismo que influye sobre el poder político de países y de regiones.

Acceso a los Canales de Distribución.- En cuanto los canales de distribución para un producto estén bien atendidos por las firmas establecidas. Los competidores actuales deben de convencer a los distribuidores que acepten sus productos mediante precios más bajos y un mayor margen de utilidad para el

canal, menorando costos de publicidad y distribución lo cual no permitirá que entre la nueva compañía.

Cuando no es posible penetrar los canales de distribución existentes, la compañía entrante adquiere a su costo su propia estructura de distribución y aún puede crear nuevos sistemas de distribución y apropiarse de parte del mercado.

Desventaja en Costos independientemente de la Escala.- Se refleja claramente en las compañías que están en el mercado la mayoría tienen costos que no pueden ser cambiados por la competencia cualquiera que sea su tamaño y su escala. Como por ejemplo las patentes, el control sobre las materias primas, la posición geográfica, subsidios del gobierno, su curva de experiencia.

Para utilizar esta defensa las compañías que lideran en el mercado utilizan las ventajas en costos para inversiones en campañas promocionales, un nuevo diseño del producto.

Política Gubernamental.- Las políticas pueden limitar o hasta impedir la entrada de nuevos competidores existiendo requisitos leyes y normas. Por ejemplo los estados fijan las normas sobre los controles del ambiente, control de calidad, y seguridad de los productos que tienen una gran inversión de capital o de satisfacción.

Hoy la tendencia es a la desregularización, a la eliminación de subsidios y de barreras arancelarias, a concertar con los influyentes grupos de interés político y económico supranacionales y en general a navegar en un mismo océano económico donde los mercados financieros y los productos estancada vez más entrelazados. (p. 4,5,6)

1.5 MARCO LEGAL

Según el artículo 319 de la Constitución de la República del Ecuador 2008 hace énfasis en el reconocimiento de las varias formas de organización en el estado ecuatoriano, que se dediquen a la producción y comercialización que den un aporte económico y social en la comunidad, siempre y cuando las actividades productivas a las que se dedique seas lícitas; por lo cual se nombran a las organizaciones familiares, asociaciones que es de interés en este estudio, públicas, privadas entre otras.

Art. 326.- El derecho al trabajo se sustenta en los siguientes principios:

7. 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.

Este contexto hace referencia al derecho que tienen los grupos de personas que se dedican a una actividad productiva a integrar un grupo como sindicatos, gremio, o asociaciones que hace énfasis al presente caso de estudio; trabajando de esta manera en grupo haciéndose más competitivos en el mercado.

1.5.1 Ley de economía popular y solidaria 2013

La Ley de Economía popular y Solidaria, en su artículo N° 1, define con precisión los alcances de esta normativa en función de los principales involucrados y los beneficios que conlleva la aplicabilidad de este cuerpo legal:

En el artículo 1 se refiere a que la economía popular y solidaria es el conjunto de prácticas que da la oportunidad a todas las personas para vivir bajo una condición

social que colabore a la armonía con la naturaleza, por sobre el beneficio y la acumulación de capital.

Por otra parte, el capítulo correspondiente a la FORMA DE ORGANIZACIÓN DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA, en su párrafo N°2, indica las formas de la economía popular y solidaria;

Art.-2.- son formas de economía popular y solidaria, por tanto se sujetan a la presente ley, las siguientes:

- a) Las Unidades Socioeconómicas Populares, tales como, los emprendimientos unipersonales, familiares, vecinales, las micro unidades productivas, los trabajadores a domicilio, los comerciantes minoristas, los talleres y pequeños negocios, entre otros, dedicados a la producción de bienes y servicios destinados al autoconsumo o a su venta en el mercado, con el fin de, mediante el autoempleo, generar ingresos para su auto subsistencia;
- b) Las organizaciones constituidas por familias, grupos humanos o pequeñas comunidades fundadas en identidades étnicas, culturales y territoriales, urbanas o rurales, dedicada a la producción de bienes o de servicios, orientados a satisfacer sus necesidades de consumo y reproducir las condiciones de su entorno próximo, tales como, los comedores populares, las organizaciones de turismo comunitario, las comunidades campesinas, los bancos comunales, las cajas de ahorro, las cajas solidarias, entre otras, que constituyen el sector Comunitario.
- c) Las organizaciones económicas constituidas por agricultores, artesanos o prestadores de servicios de idéntica o complementaria naturaleza, que funcionan sus escasos recursos y factores individualmente insuficientes,

- d) con el fin de producir o comercializar en común y distribuir entre sus asociados los beneficios obtenidos, tales como, microempresas asociativas, asociaciones de producción de bienes o de servicios, entre otras, que constituyen el Sector asociativa.

Por lo tanto se deduce que mediante estos artículos se puede sustentar la forma legal de la conformación de la asociación, pudiendo ejecutar actividades productivas y comerciales para fortalecer su competitividad, recalando que puede conformarse a partir de pequeño grupos humanos, donde unidos pueden alcanzar objetivos y metas con los emprendimientos de bienes o servicios o producir para poder comercializar en pequeña y grande escalas.

1.5.1.1 Características

En el inciso 3 tiene formas de características de la organización de la economía popular solidaria con sus seis literales, explicando cada una de ellos.

Art.1.- 3.- las forma de organización de la economía popular y solidaria, se caracterizan por:

- a) La búsqueda de satisfacción en común de las necesidades de sus integrantes, especialmente, las básicas de autoempleo y subsistencia; naturaleza;
- b) La ausencia de fin de lucro en la relación con sus miembros;
- c) La discriminación, ni concesión de privilegios a ninguno de sus miembros;
- d) La discriminación, ni concesión de privilegios a ninguno de sus miembros;
- e) La autogestión democrática y participativa, el auto control y la auto responsabilidad;

- f) La prevalencia del trabajo sobre el capital; de los intereses colectivos sobre los individuales; y, de las relaciones de reciprocidad y cooperación, sobre el egoísmo y la competencia.

Este contexto hace referencia a la participación como asociación por un bien común, considerando beneficios para todos los integrantes sin privilegio alguno, por ende se habla de una asociación íntegra de cooperación y trabajo en conjunto según lo estipulado en esta ley.

1.5.1.2 Valores

Los valores son parte principal en la organización de la economía popular solidaria y se la encuentra en el inciso N°4

Art.- 4.- las formas de organización de la economía popular y solidaria, en sus relaciones sociales y actividad económica, se regirán por valores de justicia, honestidad, transparencia y responsabilidad social y fundaran sus acciones en los principios de la ayuda mutua, el esfuerzo propio, la gestión democrática, el comercio justo y el consumo ético.

En este contenido se puede deducir los valores más importantes que deben formar parte de todo tipo de asociatividad, en este caso la que se está realizando como propuesta, puesta que será conformada bajo principios éticos y responsabilidad social, sin causar ningún tipo de perjuicio.

1.5.1.3 Objeto y ámbito de aplicación.

El objeto de la presente ley en las forma de organización de la economía popular y solidaria es que las entidades responsable le den la aplicación basada en la misma y se encuentra en el inciso N°7

En el artículo 7 se hace referencia que tiene por objetivo reconocer promover recoger y fomentar la supervisión de la constitución en normas de funciones de las diferentes entidades públicas que son responsables de la presente ley.

Dicho artículo hace referencia a la forma de regular las actividades de los diferentes tipos de asociatividad que se llegasen a conformar, siendo de esta manera supervisadas, para que cumplan con todos los requerimientos necesarios.

1.5.1. 4 Incorporación de otras entidades.

Art.- 9.- El Concejo Nacional de la Economía popular y solidaria podrá someter a la presente ley, a cualquier forma asociativa, constituida al amparo del Código Civil, que efectúe actividades de producción de bienes o servicios, distribuya beneficios económicos entre sus asociados y reciba beneficios o excepciones tributarias

En este artículo se denota la forma de agregar a otras a entidades, que en este caso son amparadas por el código civil, cumpliendo con los reglamentos necesarios, en cuanto a la adquisición de beneficios u ocasiones de excepciones tributarias.

1.5.1.5 Denominaciones abreviadas.

Art.- 10.- en el articulado de la presente ley, las denominaciones que a continuación se detallan, podrán enunciarse, en forma abreviada, de acuerdo con las siguientes expresiones:

- a) Organizaciones asociativas y organizaciones cooperativas, simplemente como “asociaciones” o “cooperativas”.
- b) Concejo Nacional de la Economía Popular y Solidaria, simplemente como “comisión Nacional”.

- c) Concejo Nacional de Apelaciones, simplemente como “Comisión Nacional”.
- d) Instituto Nacional de Economía popular y Solidaria, simplemente como “instituto”

Este tipo de denominaciones abreviadas indican la forma en que puede simplemente constituirse una asociación y la manera en la que es posible identificarse, en este caso sólo se crearía como asociación.

1.5.1.6 Naturaleza jurídica

Art.13.- las formas de organización de los sectores asociativos y cooperativas, son sociedades de personas, de derecho privado, con finalidad social, que ejercen actividades económicas, como empresas auto gestionadas por sus asociados o socios y diferencias de las empresas públicas y privadas, en cuanto a sus relaciones internas, fines y normas jurídicas aplicables.

El presente artículo indica la manera jurídica que será constituida la forma de asociatividad y con fines, siendo de tal manera una asociatividad con personería jurídica para que pueda cumplir legalmente con sus actividades económicas.

1.5.1.7 Acto jurídico económico solidario.

Art. 14.- las operaciones que las formas de organización de la economía popular y solidaria, efectúen con sus miembros, o entre ellas, no constituyen actos económicos solidarios de distribución o partición; en cambio, las que efectúen con terceros, constituyen actos mercantiles o de comercio.

En este contexto se puede deducir que la forma de asociatividad a crearse, será constituida con fines de actividades mercantiles o comerciales, por lo tanto no tendrá función de actividad económica solidaria.

Art.- 16.- las unidades socio económicas populares, en el ejercicio de sus actividades de producción en pequeñas escalas, con el uso de tecnología artesanal, orientada a un mercado consumidor predominantemente, con la colaboración de sus familiares no remunerados. En todo caso, será el Servicio de Rentas Internas quien, mediante resolución, fijara los límites de capital, activos, ventas y trabajadores asalariados que deberán tener estas unidades, para mantenerse amparadas por la presente ley y cuando excedan dichos límites serán consideradas como empresas del sector privado.

Dicho artículo argumenta el tamaño que puede tener la forma de asociatividad en cuenta a sus actividades de producción y comercialización, por lo cual se fijan límites acerca del tamaño para considerar a qué tipo de unidad socio-económica pertenece.

1.5.2 Las organizaciones económicas del sector asociativo.

1.5.2.1 Definición.

Art.- 24.- son organizadores económicas del sector asociativo o simplemente asociaciones, las constituidas, al menos por cinco personas naturales, productores independientes, de idénticos o complementarios bienes y servicios, establecidas con el objeto de abastecer a sus asociados, de materia prima, insumos, herramientas y equipos; o, comercializar,, en forma conjunta, su producción, mejorando su capacidad competitiva e implementando economía de escala, mediante la aplicación de mecanismos de cooperación.

El presente contexto indica la definición exacta de asociación, y de qué manera debe estar conformada, que en este caso en con mínimo 5 personas, no tiene un límite de cuanto es el máximo y sus finalidad pueden ser de proveer recursos, de compras de maquinarias o el de comercializar de manera conjunta para mejorar su capacidad competitiva y de esta manera beneficiarse todos los integrantes, por lo tanto este artículo ampara a la propuesta de asociatividad.

1.5.2.2 Asociados y organización interna

Art.- 26.- los requisitos para la admisión de asociados, así como sus derechos, obligaciones y las causas y procedimiento de sanciones; su forma de gobierno y administración interna, constaran en el estatuto de cada organización, que contemplara la presencia de un miembro de gobierno, como mayor autoridad un órgano directivo; de sus asociados, en votación secreta y sujetos a rendiciones de cuentas, alternabilidad y revocatoria del mandato.

La calidad de asociado en esta forma organizativa, es intransferible e intransmisible y, en caso de pérdida de la misma, no genera derecho a reembolso de cuotas, ni bienes de ninguna naturaleza.

Este argumento de la Ley de Economía Popular y Solidaria manifiesta la manera de elegir a las personas que estarán al guiando a la asociación, por ende será por mayoría de voto, y la persona elegida se hará cargo de las gestiones administrativas y de gestión de la asociación.

Asimismo indica que no se puede transferir el papel de pertenecer a dicha asociación, y se pierde dicha pertenencia por motivo alguno, no existirá reembolsos o recuperación de aportación que haya efectuado a la asociación.

1.5.2.3 Fondo social

Art.- 27.- El fondo social de las asociaciones, estarán constituidos por las cuotas de admisión de sus asociados, que tienen el carácter; por las cuotas ordinarias y extraordinarias; y por los remanentes del ejercicio económico, que no serán susceptibles de distribución entre los asociados.

El presente artículo determina que el fondo social que adquiriesen las asociaciones en conformación, serán por cuotas ordinarias y extraordinarias de admisión, es así

que siguiendo estos lineamientos la creación de un fondo social será por la conformación de la asociación.

1.5.2.4 Irrepartibilidad del fondo social

Art.- 28.- el fondo social por su propia naturaleza, es irrepartible y, en caso de liquidación de la asociación, incrementara el presupuesto de educación y capacitación del instituto, el mismo que lo destinara al cumplimiento de sus funciones en el dominio de la asociación liquidada.

Dicho artículo indica que la creación de un fondo social no será repartida en forma alguna entre los socios, destinándose al mejoramiento de la asociación como tal.

1.5.2.5 Integración

Art.- 29.- las formas y objetivos de la integración serán determinadas libremente por las asociaciones de acuerdo con sus intereses y necesidades y en el marco de los valores y prácticas de la economía popular y solidaria.

La conformación de una asociación será de manera libre siempre que se efectúen actividades lícitas y para el bien común de la sociedad y los intereses de los integrantes de la asociación en conformación.

1.5.2.5 Ley de comunas (1937)

La ley expedida mediante Decreto Supremo 142 del 30 de julio de 1937 y promulgada en el registro oficial 558 del 6 de agosto de dicho año.

La ley de Organización y Régimen de las Comunas ha sido reformada por la Ley de reforma agraria del 9 de octubre de 1973, y por sus Decretos Supremos 462 del 2 de mayo de 1974 y 1089 del 24 de diciembre de 1975.

Este último decreto contiene la reforma más importante, al permitir a las comunas campesinas legalmente constituidas, agruparse en federaciones provinciales, ampliando de esta manera el radio de acción de su primitiva organización en los aspectos sociales y económicos.

El presente argumento manifiesta que las comunas legalmente constituidas pueden conformarse dentro de ellas en algún tipo de asociatividad para fortalecer los a la comunidad y su mejoramiento.

Art. 1.- Establecimiento y nominación de las comunas.-

Todo centro o poblado que no tenga la condición de parroquia, que en la actualidad existiera o se instaurara en el futuro el cual se conociera con el nombre de barrio o partido. Tomará el nombre de comuna o el nombre con el cual se fundara. Este artículo trata acerca del nombre que será fundado la comuna, y cómo será su identificación, siendo en este caso centros o poblados que aún no hayan tenido nombre alguno.

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, establecimiento educacionales, etc.

En este contexto se puede destacar que toda comunidad puede poseer bienes colectivos, ya que por pertenecer a una comuna tienen que pensar en mancomunadamente para el crecimiento político, cultural y socioeconómico, de los cuales sus habitantes hagan uso en beneficio de ellos mismos.

Se tomó en cuenta estos artículos para poder identificar la diferencia que existe entre la parroquia, cantones y comunas, y a su vez se aprecia la ayuda de parte del estado ecuatoriano para que estos poblados vuelvan a tener a la agricultura como como principal actividad.

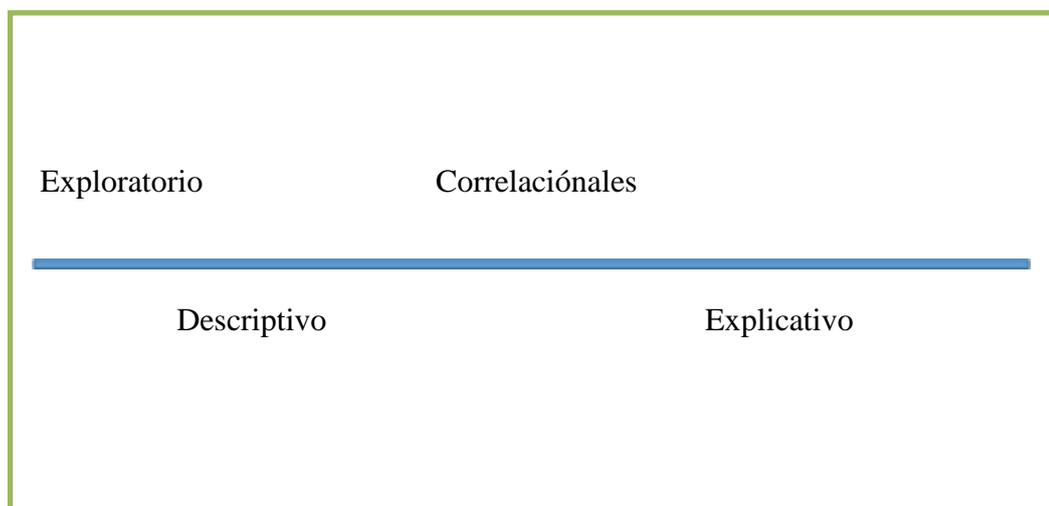
CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Hernández Sampieri (2010), En su libro metodología de la investigación, en este capítulo se abordan tópicos como el alcance de la investigación, tipo de investigación, diseño de la investigación, la selección, tipo y tamaño de muestra, cómo se realizó la recolección de los datos, el instrumento de medición y el análisis de los resultados.

El alcance de la investigación es una realidad que constituyen un continuo de “causalidad” los mismo que se ajustan en la realidad de la investigación, en este caso a los agroproductores de maíz de la comuna Las Balsas, utilizando diseño y procedimientos de gran transcendencia. En esta investigación se puede incluir elementos como exploratorio, descriptivos, correlacionales y explicativo (Ver gráfico 3).

GRÁFICO # 3 Alcance de la investigación



Fuente: Hernández Sampieri
Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

Estudio exploratorio. Este enlace ayuda a la identificación de generación de tendencias, identificación de área de estudio, puntos georeferenciales poco conocidos, a través de la explicación de los procedimientos científicos, lo que genera espacio para futuras investigaciones a partir de los resultados propuestos.

Estudio descriptivo: Por su parte este enlace viene de la mano con el exploratorio por medio de este se comienza a describir la situación de los agroproductores y la aceptación de una asociatividad para mejorar la competitividad de los maiceros, para determinar la frecuencia de fenómenos y categorizar la información de las variables en estudios.

Los estudios correlacionales: En este estudio se puede comprobar el comportamiento de una variable con la otra donde se puede determinar el nivel de la asociatividad y el valor aproximado que tiene la competitividad de los maiceros correlacionando las variables.

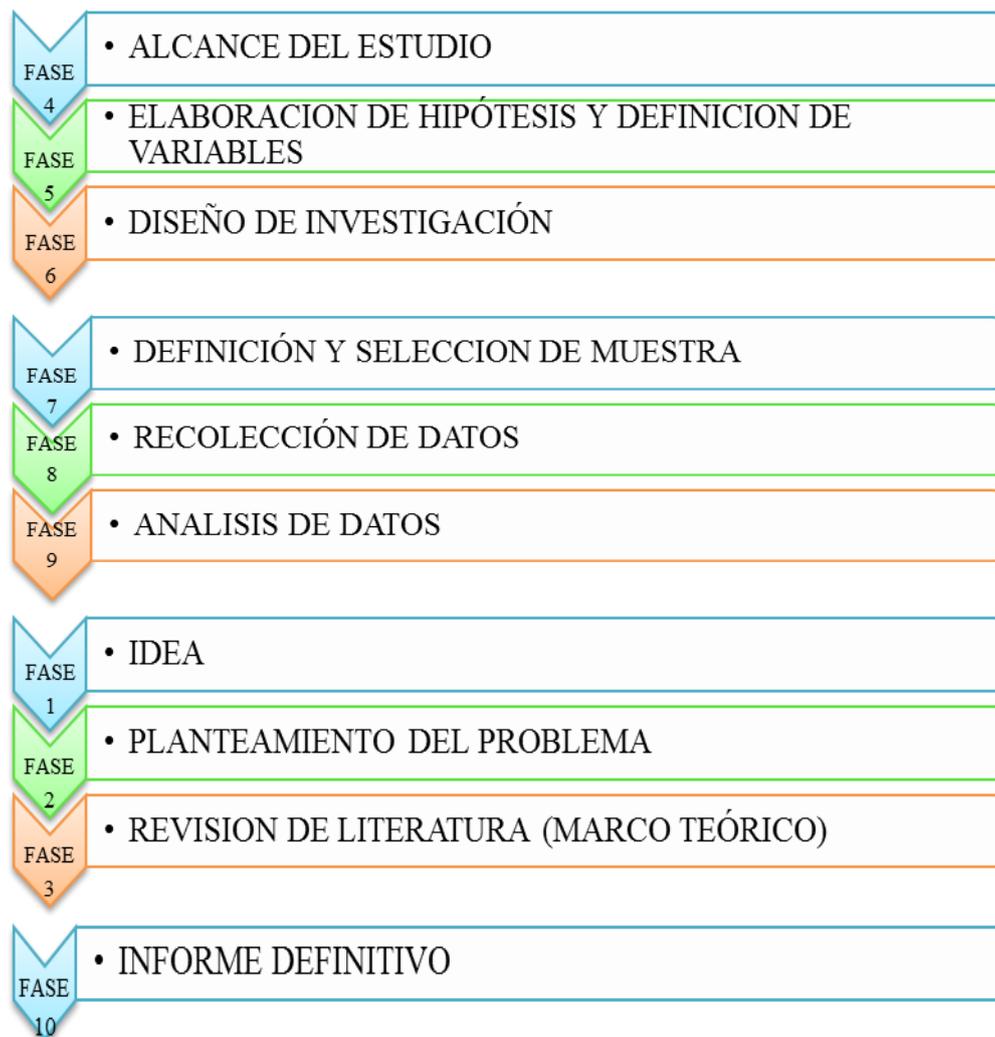
Los estudios explicativos: tiene la intención de establecer porque suceden los hechos a partir de la correlación de las variables, donde pretende explicar desde la observación y relación causa – efecto. Se consideró realizar un estudio detallado de los indicadores socioeconómico y el grado de aceptación de la asociatividad de los maiceros de la Comuna Las Balsas, provincia de Santa Elena.

Este estudio tiene la transcendencia descriptivo – correlacional; por lo que se determina las variables utilizadas con el alcance descriptivo, porque se presenta la determinación del tiempo donde se realiza la investigación, describiendo lo observado sin inferir en los hecho reales de los maiceros de la comuna las Balsas y el alcance correlacional es donde se estudia a los involucrados con las variables dependiente – asociatividad y la variable independiente – competitividad, posteriormente para comprobar el nivel de correspondencia de dichas variable.

2.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Hernández et al (2010), determinan que existen tres categorías de enfoques de investigación, los mismos que cumplen a la nomenclatura de enfoque cuantitativo, cualitativo y mixto. Después del análisis de los tres enfoques, por las características propias de la investigación, se determina que su enfoque es cuantitativo ya que implica 10 fases, por lo que empieza con la idea de la investigación y culmina con el informe final. (Ver gráfico 4)

GRÁFICO # 4 Proceso de enfoque cuantitativo



Fuente: Hernández

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

Como se puede observar por el proceso descriptivo se sigue una secuencia, donde se usan fases para ser relacionadas entre sí en la investigación y por su característica es de enfoque cuantitativo

2.2 PARADIGMA.

El paradigma que le pertenece al enfoque cuantitativo, es el paradigma empírico – analítico, que explora cual es la existencia de los maiceros de la comuna, de una forma objetiva, interrelacionando variables para instaurar sus diferentes causas. Se puede establecer la importancia de delimitar operativamente las variables. Los conceptos y generalización solo deben establecerse en elementos de análisis.

2.3 MÉTODO.

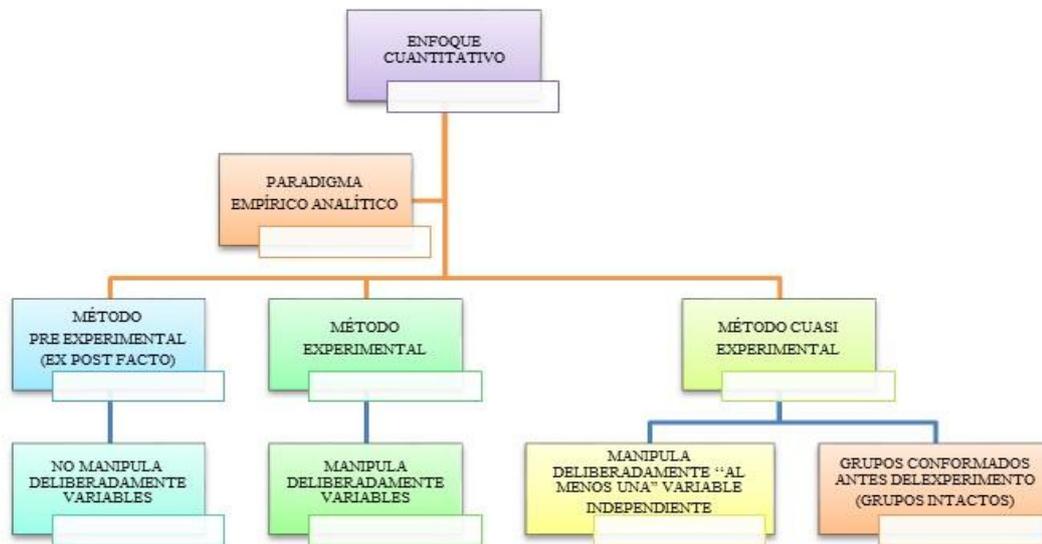
El método empleado en la investigación es el pre experimental, también denominado Ex post facto y, se determina en base al enfoque y al paradigma empleado para ser utilizado en este estudio. **(Ver Gráfico 5).**

Se establece en base al hecho que no se efectúa manipulación deliberada de las variables, puesto que se ha observado a los investigados (agroproductores de maíz) en su ambiente sin cambiar nada de lo evidenciado.

Podemos mencionar que existen otros dos métodos que se incluyen en el paradigma empírico analítico, pero por sus características propias sobre la manipulación de variables, no han sido considerados al respecto.

Se concluye que no se ha provocado cambio en la variable independiente para observar su afecto sobre otras variables de estudio y lo mostramos a continuación en el grafico ya antes indicado.

GRÁFICO # 5 Enfoque-paradigma-método de investigación



Fuente: Hernández et al.

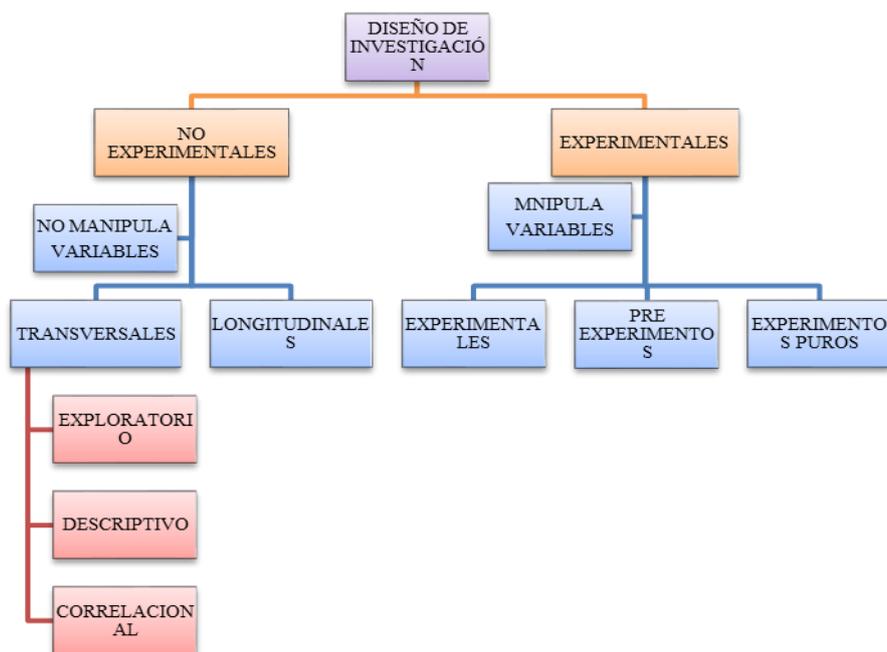
Elaborado: Por Gina Chicaiza Párraga

2.4 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

El diseño de la investigación es no-experimental, transversal descriptivo, pues se la ha realizado sin manipular deliberadamente variables. Es no experimental, básicamente por su condición de no manipulación deliberada de las variables de estudio, es decir se limita a la observación de los fenómenos para su posterior análisis.

Es transversal, debido a que se recolectaron los datos en un solo momento, en un tiempo, con el fin de describir variables y realizar comparaciones respecto a los diferentes parámetros socioeconómicos definidos en el estudio. Es descriptiva, puesto que no pretende establecer correlaciones causales entre las variables de análisis (Ver Gráfico 6)

GRÁFICO # 6 Diseño de la investigación



Fuente: Hernández et al.

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

2.5 Selección de muestra.

En la investigación por tratarse de una población finita, se ha utilizado a los agricultores de maíz, para lo cual se definió el universo de 200 maiceros de la comuna Las Balsas.

- a. **Población.** La investigación se la realizo en la comuna Las Balsas ubicada en la parroquia Colonche, provincia de Santa Elena.
- b. **Elemento de estudio.** Agricultores de maíz de la Comuna de Las Balsas.
- c. **Unidad de censo.** Recinto Los Ceibos, Corozo, San Vicente y Las Balsas.
- d. **Alcance.** Comuna Las Balsas.

- e. **Tiempo.** El levantamiento técnico de información se llevó a cabo entre el 15 de Agosto 2012 hasta el 15 de Septiembre de 2012.

2.6 INSTRUMENTO DE MEDICIÓN.

En el instrumento de medición se utilizó la recopilación técnica de información por medio de una encuesta por lo que se puede recaudar información muy valiosa de carácter primario. La ventaja primordial del método de encuesta es su maleabilidad. Se logra usar para conseguir diversas clases de información, dependiendo del esquema de la encuesta, asimismo se logra suministrar información con mayor agilidad (**Ver anexo D**).

2.6.1 Variables de estudio

Albert (2007) sostiene que “una variable es una característica o atributo que puede tomar diferentes valores o expresarse en categorías”. En este contexto es posible inferir, que el sexo es una variable, pues es posible categorizar como masculino, femenino; recibe asesoría técnica para el cultivo: si, no; en ese caso se denominan variables ***dicotómicas***.

También es posible que las variables contemplen más de dos valores; en ese caso se denominan ***politómicas***, por ejemplo: estado civil: Soltero, casado, viudo, unión libre. ¿Quién interviene en la labor agrícola?: familiares, contratación interna, contratación externa, otros.

En este contexto, es posible inferir que las variables, en la medida que se emplean en el método científico, se identifican como ***constructos***. Un constructo es un concepto (abstracto) que se ha formulado para emplearse con un propósito científico de forma deliberada y consciente. Por tanto, se entiende **que son variables latentes, no observadas directamente**; para estudiarlas, se analizan las

variables visibles, que actúan como indicadores del fenómeno no observable. Por ejemplo del constructo grado de satisfacción, entendido como el cumplimiento de una expectativa o necesidad, se puede pasar a la variable grado de satisfacción, entendido como las frecuencias de respuestas obtenidas mediante una encuesta.

Los constructos, cuentan con dos dimensiones esenciales:

- a) **Relacionalidad**, es decir, la capacidad de relación de unos constructos con otros, por ejemplo se puede expresar que el grado de satisfacción de la comercialización del producto, se relaciona con el nivel de las ganancias que le deja la producción (zea mays).
- b) **Mensurabilidad**, es decir, deben ser manipulables y/o cuantificables; por ejemplo, se puede estimar que el nivel de las ganancias de los agroproductores de maíz, se puede identificar mediante el análisis univariado de dicha variable, estableciendo estimaciones porcentuales.
- c) **Las percepciones de los involucrados**, con estos antecedentes, es posible determinar las variables de estudio, agrupándolas en Dimensiones.

2.6.1.1 Dimensiones.

Se determinaron 15 variables de las cuales se detallan a continuación:

2.6.1.2 Dimensión social

2.6.1.2.1 Variables demográficas:

- a) Sexo: interiormente de esta variable constan femenino o masculino.
- b) Edad: Dentro de esta variable se detalla de 18 a 25, de 25 a 35, de 35 a 45 y más de 45 años.

- c) Estado civil: la variable consta de soltero, casado, viudo, divorciado, unión libre.
- d) Numero de hijo. 1 a 3, 3 a 6, 6 a 9, ninguno.
- e) Lugar de residencia, Se encuentran los diferentes recintos de la Comuna las Balsas.
- f) Nivel de estudio: consta de la siguiente variables, primaria secundaria, superior, otros.

2.6.1.3. Dimensión de la actividad

2.6.1.3.1 Variables de información de la actividad.

- a) Actividad a la que se dedica: se detalla la agricultura, ganadería, apicultura y otros.
- b) Tiempo que le dedica a la agricultura: solo en invierno, cada 6 meses, todo el año y otros.
- c) Quien interviene en la labor: Se menciona a familiares, contratación interna, contratación externa, otros.
- d) Hectáreas que siembra: se enumeran de: 3 a 6, de 6 a 9, de 9 a 12 o más de 12 hectáreas.
- e) Tipos de cultivo que producen: se indican los siguientes: sandia, pimiento, maíz y la maracuyá.
- f) Recibe asesoría técnica para el cultivo: se incluyen sí y no.

2.6.1.4 Dimensión de satisfacción

2.6.1.4.1 Variables de nivel de satisfacción

- a) A quien le realizan a venta del producto: A intermediarios locales, consumidores locales, mayoristas, minoristas.
- b) Como califica la comercialización del producto: muy satisfactorio, satisfactorio, poco satisfactorio, nada satisfactorio
- c) Quien realiza la comercialización: personalmente, familiares, intermediarios, otros.
- d) Transportación del producto: carro, moto, bestias, otros.
- e) Como realiza la trasportación: grupal, individual, el intermediario, otros.
- f) Como considera el precio del producto: Muy satisfactorio, satisfactorio, poco satisfactorio, nada satisfactorio.
- g) Como considera la ganancia que le deja la producción: muy satisfactorio, satisfactorio, poco satisfactorio, nada satisfactorio.

2.6.1.5 Dimensión d Nivel de Organización.

2.6.1.5.1 Variable de nivel de Organización.

- a) Participación de organización: Si, No, No está seguro. Pregunta dicotómica.
- b) Conoce que es una asociatividad: Pregunta dicotómica.

- c) Nivel de aceptación de formar parte de una asociatividad:
Totalmente de acuerdo, De acuerdo, En desacuerdo, Totalmente en desacuerdo.

2.7 CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

2.7.1. Índice de Confiabilidad (Alfa de Cronbach)

Finalizada la fase de recaudación de datos, se siguió con la clasificación de los ítems y su tabulación por medio de la inserción de los datos contenidos en el cuestionario establecido para el efecto. Aquello se efectuó utilizando el paquete estadístico SPSS para Windows en su versión 15.0.

Cuanto más cercano esté el valor del Alpha de Cronbach a 1, mayor es la firmeza interna de los ítems que forman el elemento de medida., además no consta un convenio general sobre que debe ser el valor a partir del cual pueda tomarse una escala como fiable. En este caso elegimos por la postura de George y Mallery (1995) que indican:

1. Si el valor del Alpha es mayor que 0,9, el instrumento de medición es excelente;
2. El intervalo 0.9-0.8, el instrumento es bueno;
3. Entre 0.8-0.7, el instrumento es aceptable;
4. En el intervalo 0.7-0.6, el intervalo es débil
5. Entre el intervalo 0.6-0.5, el intervalo es pobre; y
6. Si es menor que 0.5, no es aceptable.

La fórmula para la determinación del coeficiente Alpha de Cronbach es:

$$ALFA = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^K S_i^2}{S_T^2} \right)$$

De donde:

K= NUMERO DE ITEMS

S_i^2 = VARIANZA DE CADA ÍTEM

S_T^2 = VARIANZA TOTAL DEL INSTRUMENTO

El estudio consiente establecer, medidas estadísticas válidas para la observación, cada vez que se haya reconocido, en primera instancia, las respuestas del total universo (N=200), que pertenece a los maiceros de la comuna Las Balsas, además, todas las variables de estudio, continuadas de las medidas estadísticas para la valoración y determinación de resultados.

El detalle de la determinación de los parámetros y con sus adecuados resultados, ha concedido adquirir los valores para el cómputo del índice Alpha de Cronbach; así, se evidencia que la suma de las varianzas, presenta un valor de 12.641 y, que la varianza de cada uno de los ítems, brinda un valor de 40,798, como lo podemos evidenciar en el siguiente cuadro. (**Ver Cuadro N° 6**).

CUADRO # 6 Determinación varianza de los ítems

ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS						
VARIABLES	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.	Varianza
SEXO	116	1	2	1,879310345	0,327179579	0,107046477
EDAD	116	1	4	2,370689655	1,008918253	1,017916042
LUGAR_DE_RESIDENCIA	116	1	4	1,922413793	0,97044017	0,941754123
ACTIVIDAD_A_LA_QUE_SE_DEDICA	116	2	4	3,836206897	0,509799031	0,259895052
TIEMPO_QUE_LE-DEDICA_A_LA_AGRICULTURA	116	0	4	3,172413793	1,217808881	1,483058471
¿CUANTAS_HECTÁREAS_SIEMBRA?	116	0	4	3,387931034	1,221343179	1,49167916
¿QUE_TIPO_DE_CULTIVO_PRODUCES?	116	0	4	1,870689655	0,829144896	0,687481259
¿RECIBE_ASESORIA_TÉCNICA_PARA-EL_CULTIVO?	116	0	2	1,25	0,630734561	0,397826087
¿A QUIEN_LE_REALIZA_LA_VENTA_DEL_PRODUCTO?	116	1	4	2,465517241	1,476959477	2,181409295
¿QUIEN_REALIZA_LA_COMERCIALIZACIÓN?	116	1	4	3,232758621	1,066141019	1,136656672
¿EN_QUE_TRANSPORTA_SU_PRODUCTO?	116	3	4	3,698275862	0,460997549	0,212518741
¿COMO_REALIZA_LA_TRANSPORTACIÓN?	116	2	3	2,646551724	0,480114304	0,230509745
¿COMO_CONSIDERA_EL_PRECIO_DEL_PRODUCTO?	116	1	3	1,767241379	0,664081695	0,441004498
¿LE_GUSTARIA_MEJORAR_EL_PRECIO_DEL_PRODUCTO?	116	1	3	2,793103448	0,611729428	0,374212894
¿COMO_CONSIDERA_LAS_GANANCIAS_QUE_LE-DEJA_LA_PRODUCIÓN?	116	1	3	2,310344828	0,581060397	0,337631184
¿A PARTICIPADO EN ALGUNA ORGANIZACIÓN?	116	1	3	2,172413793	0,713544271	0,509145427
¿CONOCE_LO_QUE_ES_UNA_ASOCIATIVIDAD?	116	1	3	1,844827586	0,764465693	0,584407796
¿ESTARÍA_DE_ACUERDO_EN_FORMAR PARTE DE UNA ASOCIATIVIDAD?	116	3	4	3,568965517	0,497369392	0,247376312
SUMA	116	32	55	46,18965517	6,38737041	40,79850075
N válido (según lista)	116	VARIANZA TOTAL DEL INSTRUMENTO (SUMA DE ITEMS)				12,64152924
VARIANZA ITEMS						40,7985007

Fuente: Gremio de maiceros de la Comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

2.7.1.1 Determinación Alpha de Cronbach

Teniendo los valores de las varianzas, se prosigue a la utilización de la fórmula para la determinación de índice de Confiabilidad Alpha de Cronbach. Se puede apreciar, la ubicación del número de ítems, que en el caso nuestro ha sido de 18 preguntas escogidas de las 23 propuestas en la herramienta de medición. Además, la suma de las varianzas de los ítems es de (12,641) que se emplea como numerador, y la varianza total de los ítems es (40,798), como denominador.

$$ALFA = \left(\frac{18}{18 - 1} \right) \left(1 - \frac{12,641}{40,798} \right)$$

$$ALFA = (1.058)(1 - 0,309)$$

$$ALFA = (1.058)(0.691)$$

$$ALFA = (1.058)(0.691)$$

Utilizado esta aplicación se consigue un índice de confiabilidad de 0.37, este proceso permite demostrar que la herramienta empleada para el levantamiento técnico de información, cuenta con un factor de confiabilidad del 73% y, empleando la clasificación proporcionada por George y Mallery (1995) citado por Hernández et al, se concluye que el instrumento es aceptable, esto indica que puede ser utilizado nuevamente.

2.7.1.2 Validez del Instrumento

Los paso de validación se enlaza a las variables entre si y la hipótesis de la investigación. Simplificando, la validez de la herramienta de medición, admite decretar si cada ítem del cuestionario es válido, es explicar, contribuye a la medición o no.

La ecuación que permite determinar la validez de cada ítem es:

$$r = \frac{\hat{S}_{XY}}{\hat{S}_X \hat{S}_Y}$$

En donde:

\hat{S}_{XY} = covarianza entre el ítem (x) a validar y el puntaje global (Y)

\hat{S}_X = Desviación estándar del ítem (x) a validar

\hat{S}_Y = desviación estándar para el puntaje global (y)

Para efectos prácticos se emplea la fórmula de Pearson o la Spearman.

La fórmula de Pearson se aplica en caso que las variables sean continuas:

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

La fórmula de Spearman se aplica cuando una de ellas (las variables) tiene dos o tres valores nada más:

$$\rho_{ho} = 1 - \frac{\sigma \sum d^2 t}{n(n^2 - 1)}$$

No obstante, las dos son usadas a la prueba **t de student** para fijar si son significativas o no, comparando el nivel de correlación existente.

En la práctica se considera significativo si **r** o **$\rho_{ho} \geq 30$** . Para poder usar estos conceptos, se viene al análisis en el paquete estadístico SPSS, obteniéndose los siguientes resultados (**Ver Tabla 5**).

CUADRO # 7 Estadísticos total - elemento

Estadísticos total-elemento				
VARIABLES	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
SEXO	44,31034483	39,39850075	0,314794316	0,724469677
EDAD	43,81896552	37,29737631	0,201506032	0,731375126
LUGAR_DE_RESIDENCIA	44,26724138	34,56274363	0,463960831	0,702834946
ACTIVIDAD_A_LA_QUE_SE_DEDICA	42,35344828	36,54355322	0,648168767	0,702505277
TIEMPO_QUE_LE-DEDICA_A_LA_AGRICULTURA	43,01724138	32,66056972	0,478099988	0,699497294
¿CUANTAS_HECTÁREAS_SIEMBRA?	42,80172414	32,26469265	0,507542599	0,695327257
¿QUE_TIPO_DE_CULTIVO_PRODUCES?	44,31896552	35,15824588	0,503702899	0,701242615
¿RECIBE_ASESORIA_TÉCNICA_PARA-EL_CULTIVO?	44,93965517	35,32676162	0,676728523	0,694254115
¿A QUIEN LE REALIZA LA VENTA DEL PRODUCTO?	43,72413793	35,05367316	0,203751804	0,745446852
¿QUIEN REALIZA LA COMERCIALIZACIÓN?	42,95689655	38,77203898	0,067017916	0,74722313
¿EN QUE TRANSPORTA SU PRODUCTO?	42,49137931	39,86949025	0,123072846	0,731273702
¿COMO REALIZA LA TRANSPORTACIÓN?	43,54310345	40,61551724	-0,007766276	0,73782832
¿COMO CONSIDERA EL PRECIO DEL PRODUCTO?	44,42241379	36,40262369	0,493531237	0,706397713
¿LE GUSTARÍA MEJORAR EL PRECIO DEL PRODUCTO?	43,39655172	36,81529235	0,486164054	0,708461697
¿COMO CONSIDERA LAS GANANCIAS QUE LE-DEJA LA PRODUCCIÓN?	43,87931034	38,31574213	0,298203822	0,721311471
¿A PARTICIPADO EN ALGUNA ORGANIZACIÓN?	44,01724138	37,42578711	0,32799796	0,71806749
¿CONOCE LO QUE ES UNA ASOCIATIVIDAD?	44,34482759	36,92353823	0,35418443	0,715548106
¿ESTARÍA DE ACUERDO EN FORMAR PARTE DE UNA ASOCIATIVIDAD?	42,62068966	42,0113943	-0,226485563	0,74904248

Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

Se logra mirar, en la columna número tres designada **Correlación elemento-total corregido** (donde hace referencia al Coeficiente de correlación de Pearson) se establece la validez del instrumento, se expresa que se ha correlacionado cada ítem con el total del instrumento.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DE INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE ENCUESTAS

1. Sexo

CUADRO # 8 Sexo

DETALLE		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	FEMENINO	14	12,1	12,1	12,1
	MASCULINO	102	87,9	87,9	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

GRÁFICO # 7 Sexo



Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

De los 116 encuestados en la Comuna Las Balsas, el 87,93% de ellos pertenece al sexo masculino y un 12,90% al sexo femenino, dando como resultado que existen más hombres que mujeres, y que pertenecen a este gremio agroproductivo de maiceros.

2. EDAD.

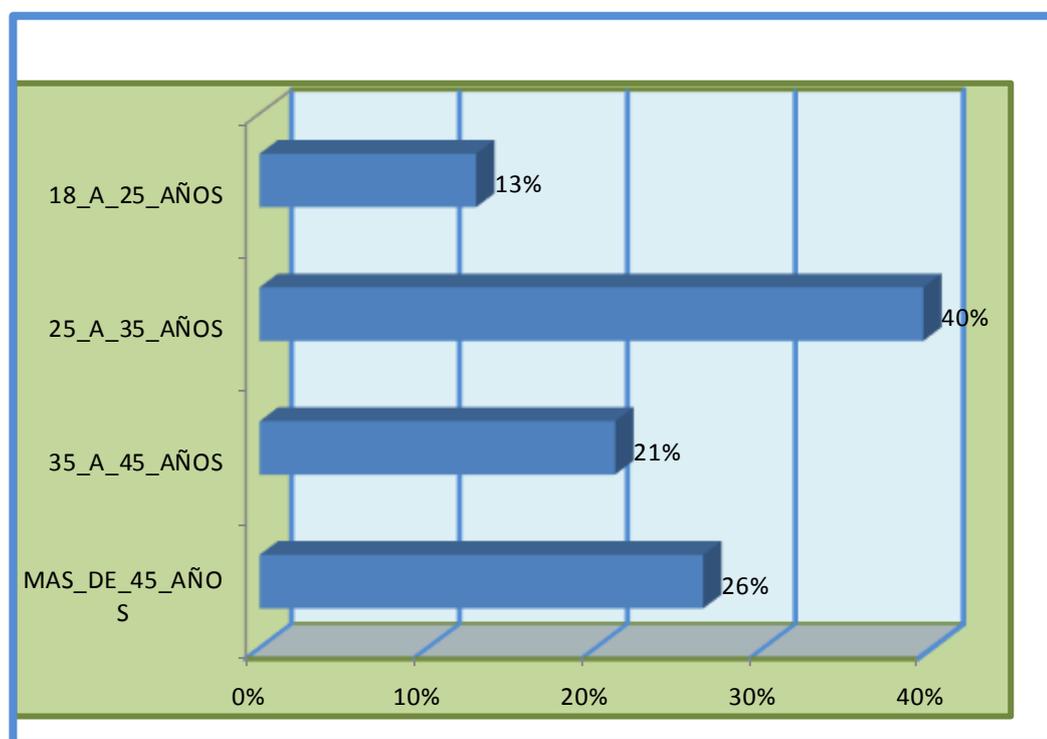
CUADRO # 9 Edad

DETALLE		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MAS_DE_45_AÑOS	31	26,7	26,7	26,7
	35_A_45_AÑOS	25	21,6	21,6	48,3
	25_A_35_AÑOS	46	39,7	39,7	87,9
	18_A_25_AÑOS	14	12,1	12,1	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

Fuente: Gremio de maiceros de la Comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

GRÁFICO # 8 Edad



Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

De los 116 encuestados de los maiceros de la Comuna Las Balsa, el 40% de ellos se encuentra entre 25 a 35 años, el 26% más de 45 años, el 21% entre 35 a 45 años y el 13% entre 18 a 25 años de edad. Evidenciando que los encuestados se encuentran entre 25 a 35 años de edad.

3. ESTADO CIVIL

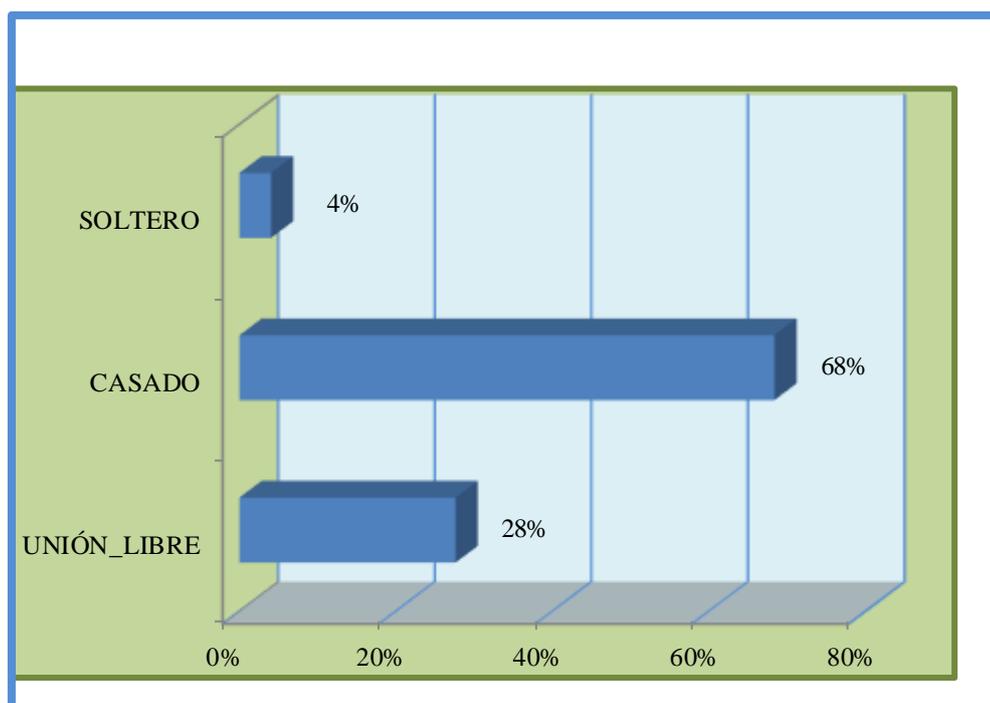
CUADRO # 10 Estado civil

DETALLE	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos UNIÓN_LIBRE	32	27,6	27,6	27,6
CASADO	79	68,1	68,1	95,7
SOLTERO	5	4,3	4,3	100,0
Total	116	100,0	100,0	

Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

GRÁFICO # 9 Estado civil



Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

De los 116 encuestados de los agroproductores, el 68% de ellos son casados, el 28% unión libre y el 4% son solteros. Evidenciándose el hecho que aproximadamente las tres quintas partes de los encuestados son casados.

4. NÚMERO DE HIJOS

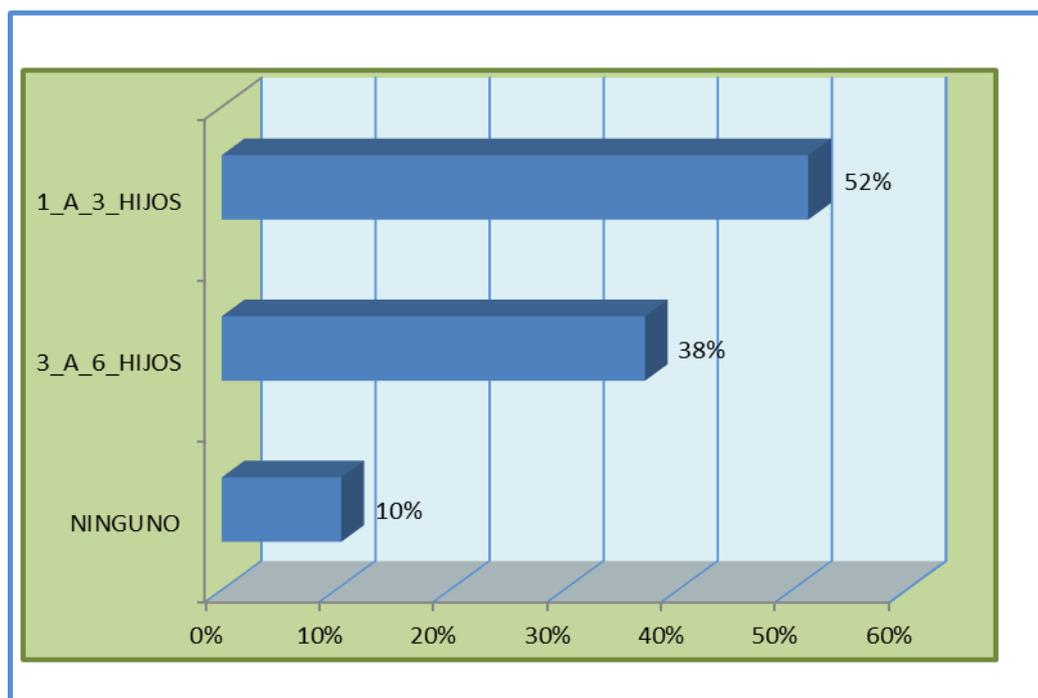
CUADRO # 11 Número de hijos

DETALLE	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos NINGUNO	12	10,3	10,3	10,3
3_A_6_HIJOS	44	37,9	37,9	48,3
1_A_3_HIJOS	60	51,7	51,7	100,0
Total	116	100,0	100,0	

Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

GRÁFICO # 10 Número de hijos



Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

La siguiente variable, dentro de los aspectos generales, ha sido, el número de hijos de los maiceros, para lo cual se definió, que la gran mayoría tiene entre 1 a 3 hijos. Encontramos que los agroproductores de maíz encuestados el 52% tienen de 1 a 3 hijos, el 38% tienen de 3 a 6 hijos y 10% no tienen hijos.

5. LUGAR DE RESIDENCIA

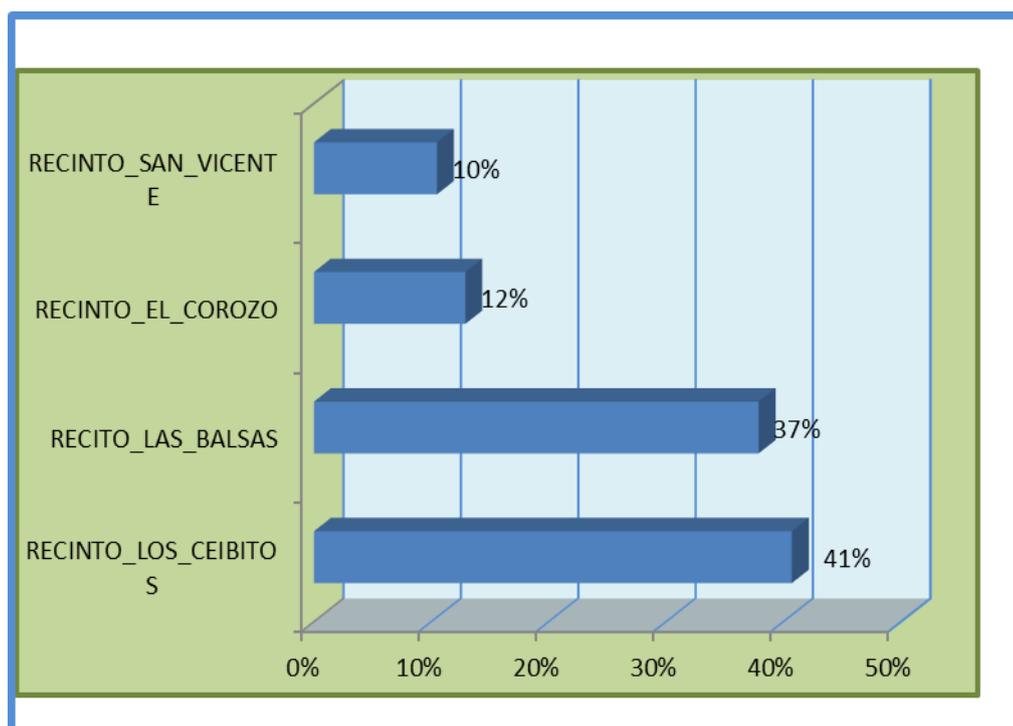
CUADRO # 12 Lugar de Residencia

DETALLE	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
RECINTO_LOS_CEIBITOS	47	40,5	40,5	40,5
RECINTO_LAS_BALSAS	43	37,1	37,1	77,6
RECINTO_EL_COROZO	14	12,1	12,1	89,7
RECINTO_SAN_VICENTE	12	10,3	10,3	100,0
Total	116	100,0	100,0	

Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

GRÁFICO # 11 Lugar de residencia



Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

Se evidencia el hecho que de los encuestado las 2 grandes parten viven en los Ceibitos y las Balsas. El 41% de los agroproductores contestaron que viven en el recinto Los Ceibitos, el 37% en Las Balsas, el 12% en el Corozo y el 10% en el Recinto San Vicente.

6. NIVEL DE ESTUDIO

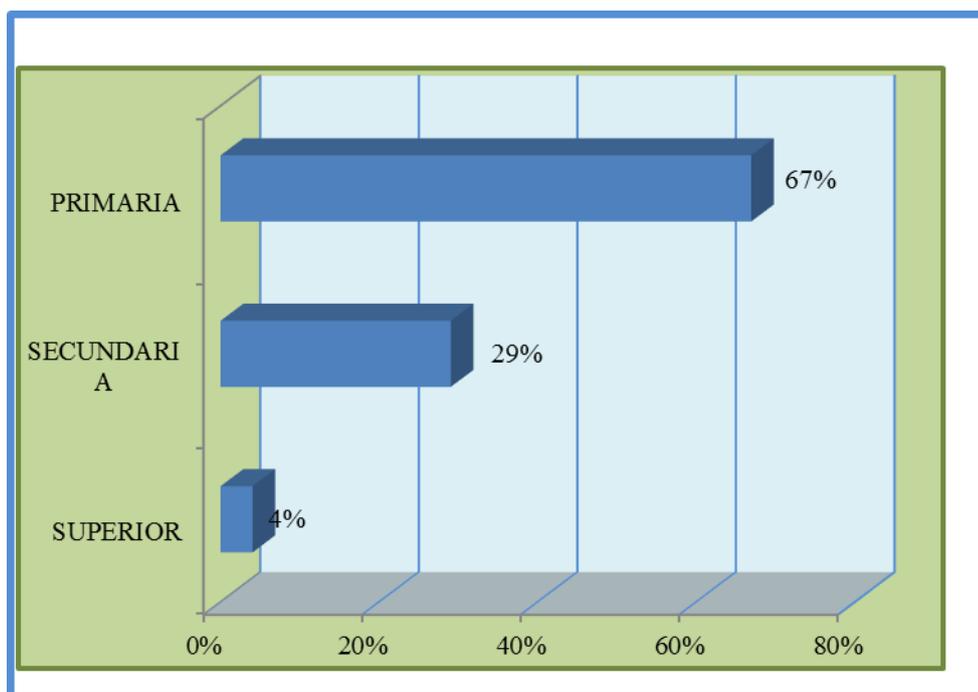
CUADRO # 13 Nivel de Estudio

DETALLE		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SUPERIOR	5	4,3	4,3	4,3
	SECUNDARI A	34	29,3	29,3	33,6
	PRIMARIA	77	66,4	66,4	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

GRÁFICO # 12 Nivel de estudio



Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

El 67% de los agroproductores de maíz contestaron que su nivel de estudios solo obtuvo la primaria, mientras que el 29% respondieron la secundaria y solo un 4% llegaron a un nivel superior. En lo referente a ésta variable nivel de estudio, se identifica que las tres cuarta partes de los encuestados respondieron que tienen un nivel primario.

7. ACTIVIDAD A LA QUE SE DEDICA

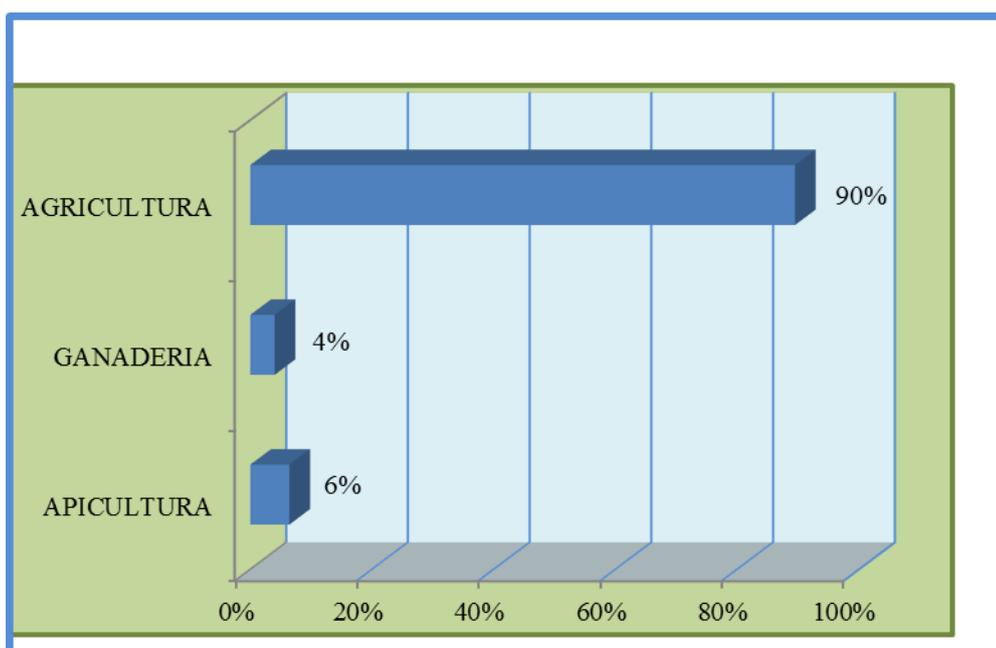
CUADRO # 14 Actividad a la que se dedica

DETALLE	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos APICULTURA	7	6,0	6,0	6,0
GANADERIA	5	4,3	4,3	10,3
AGRICULTUR A	104	89,7	89,7	100,0
Total	116	100,0	100,0	

Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

GRÁFICO # 13 Actividad a la que se dedica



Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

El 90% de los comuneros se dedican a la agricultura, mientras que el 6% a la apicultura y un 4% a la ganadería, por lo tanto de los aspectos de la actividad a la que se dedican los comuneros se destaca la actividad de la agricultura, en ella se puede determinar que casi en su totalidad de los encuestados realizan esta actividad.

8. TIEMPO QUE LE DEDICA A LA AGRICULTURA

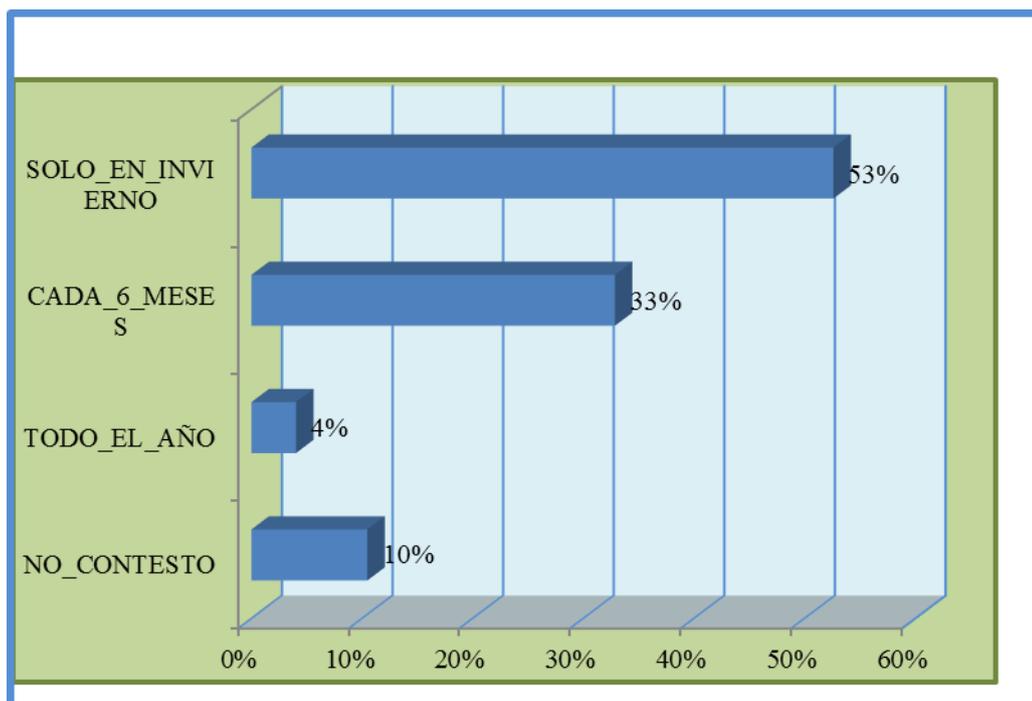
CUADRO # 15 Tiempo que le dedica a la agricultura

DETALLE	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
NO_CONTESTOS	12	10,3	10,3	10,3
TODO_EL_AÑO	5	4,3	4,3	14,7
CADA_6_MESES	38	32,8	32,8	47,4
SOLO_EN_INVIERNO	61	52,6	52,6	100,0
Total	116	100,0	100,0	

Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

GRÁFICO # 14 Tiempo que le dedica a la agricultura



Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

El 53% de los agroproductores solo le dedican a la agricultura en tiempos de invierno, mientras que el 33% cada 6 meses, un 10% se resistieron a responder y solo un 4% se dedica todo el año, por lo cual se espera que los agricultores tengan un tiempo de siembra durante todo el año.

9. CANTIDAD DE HECTÁREAS QUE SIEMBRA

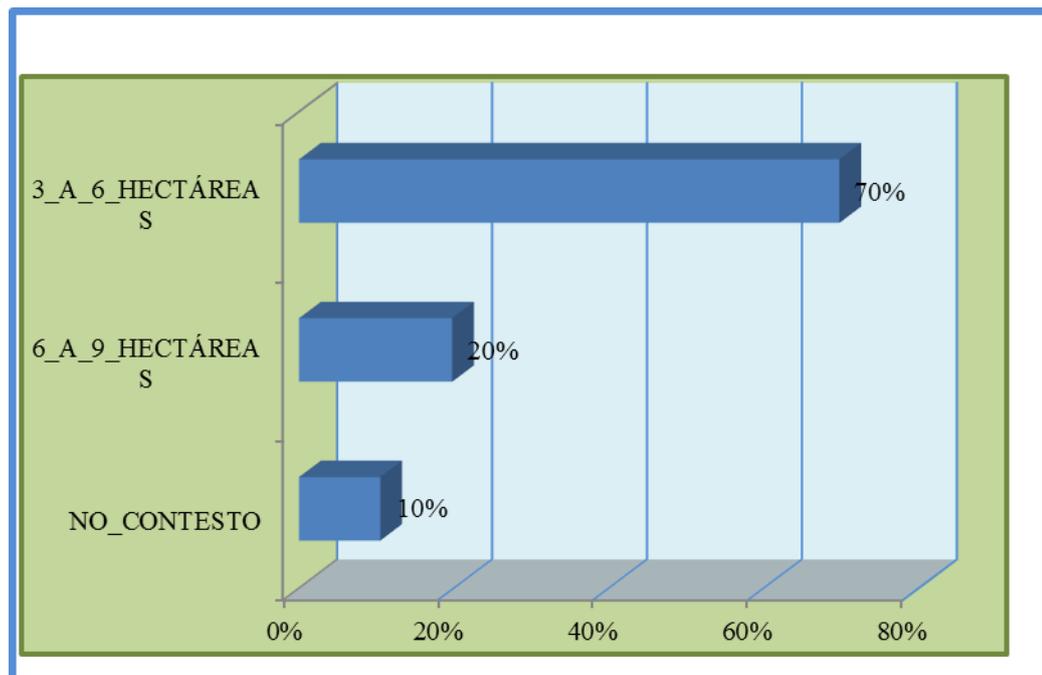
CUADRO # 16 Cantidad de hectáreas que siembra

DETALLE		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO_CONTESTO	12	10,3	10,3	10,3
	6_A_9_HECTÁREA S	23	19,8	19,8	30,2
	3_A_6_HECTÁREA S	81	69,8	69,8	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

GRÁFICO # 15 Cantidad de hectáreas que siembra



Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

El 70% de los maiceros encuestados contestaron que siembran entre 3 a 6 hectáreas, mientras que el 20% siembran de 6 a 9 hectáreas y el 10% no respondieron. En este caso, la cantidad de hectáreas sembrada de los encuestados, evidenciándose que en su mayoría lo único que siembran es de 3 a 6 hectáreas.

9. QUIÉNES INTERVIENEN EN LA LABOR

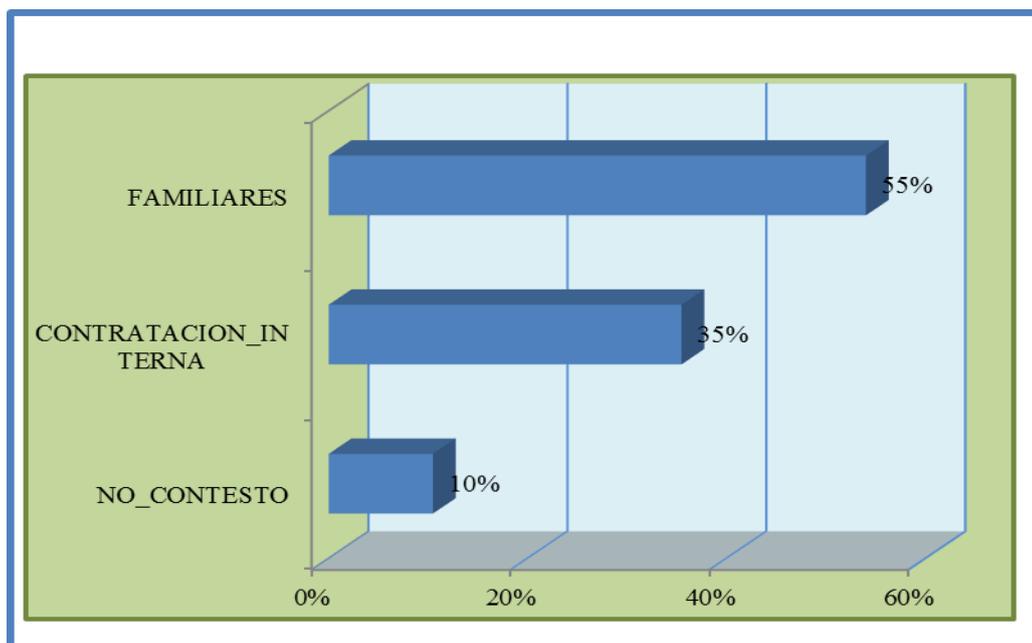
CUADRO # 17 Quiénes intervienen en la labor

DETALLE	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido NO_CONTESTO	12	10,3	10,3	10,3
CONTRATACION_INTERNA	41	35,3	35,3	45,7
FAMILIARES	63	54,3	54,3	100,0
Total	116	100,0	100,0	

Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

GRÁFICO # 16 Quién intervienen en la labor



Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

El 55% de los agroproductores encuestados contestaron que la labor intervienen familiares, el 35% realiza contratación interna y 10% no contesto. En esta variable, algo más de la mitad de los encuestados expresan que quienes intervienen en la labor son familiares.

10. QUE TIPO DE CULTIVO PRODUCE

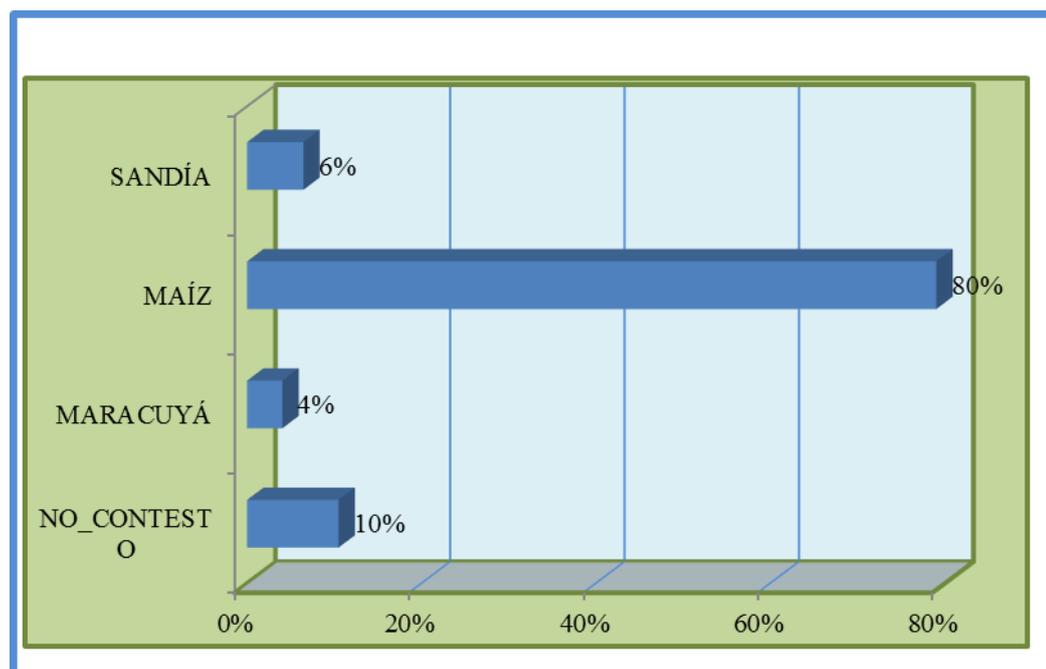
CUADRO # 18 Tipo de cultivo que produce

DETALLE	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos NO_CONTESTO	12	10,3	10,3	10,3
MARACUYÁ	5	4,3	4,3	14,7
MAÍZ	92	79,3	79,3	94,0
SANDÍA	7	6,0	6,0	100,0
Total	116	100,0	100,0	

Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

GRÁFICO # 17 Tipo de cultivo que produce



Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

El 80% de los agroproductores contestaron que el cultivo que producen es el maíz, el 10% no respondió, el 6% respondieron que cultivan la sandía y 4% la maracuyá. En esta variable, la mayoría de los encuestados expresan que el producto que más cultivan es el maíz.

11. RECIBE ASESORÍA TÉCNICA PARA EL CULTIVO

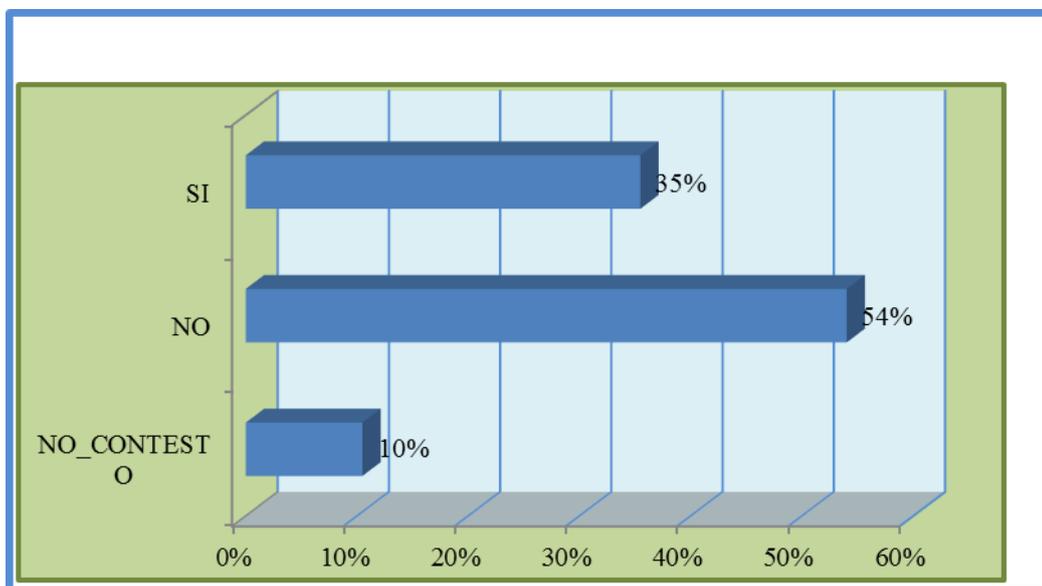
CUADRO # 19 Recibe asesoría técnica para el cultivo

DETALLE	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NO_CONTESTO	12	10,3	10,3	10,3
NO	63	54,3	54,3	64,7
SI	41	35,3	35,3	100,0
Total	116	100,0	100,0	

Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

GRÁFICO # 18 Recibe asesoría técnica



Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

Al respecto de esta variable, se evidencia que el 54% de los encuestados indicaron que no reciben ninguna asesoría técnica. El 54% de los agroproductores contestaron que no reciben ningún tipo de asesoramiento, mientras que el 35% respondieron que si reciben asesoramiento, y el 10% no respondieron.

11. A QUIÉN LE REALIZA LA VENTA DEL PRODUCTO

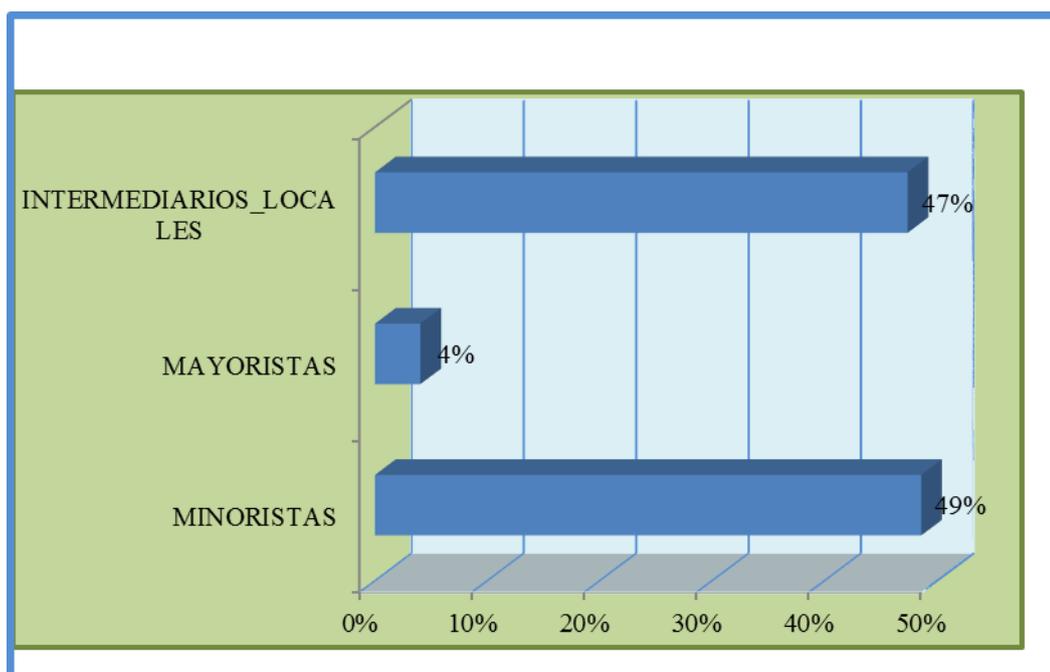
CUADRO # 20 A quién le realiza la venta del producto

DETALLE	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos MINORISTAS	56	48,3	48,3	48,3
MAYORISTAS	5	4,3	4,3	52,6
INTERMEDIARIOS_L OCALES	55	47,4	47,4	100,0
Total	116	100,0	100,0	

Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

GRÁFICO # 19 A quién le realiza la venta del producto



Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

El 49% de los agroproductores contestaron que la venta se la realizaban a los minoristas, el 47% le venden a los intermediarios, y el 4% le vende a los mayoristas. Dentro de la venta del producto de los agroproductores se pudo identificar que la mitad de los encuestados realizan la venta a los mayoristas y la otra mitad a los intermediarios.

12. CÓMO CALIFICA LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

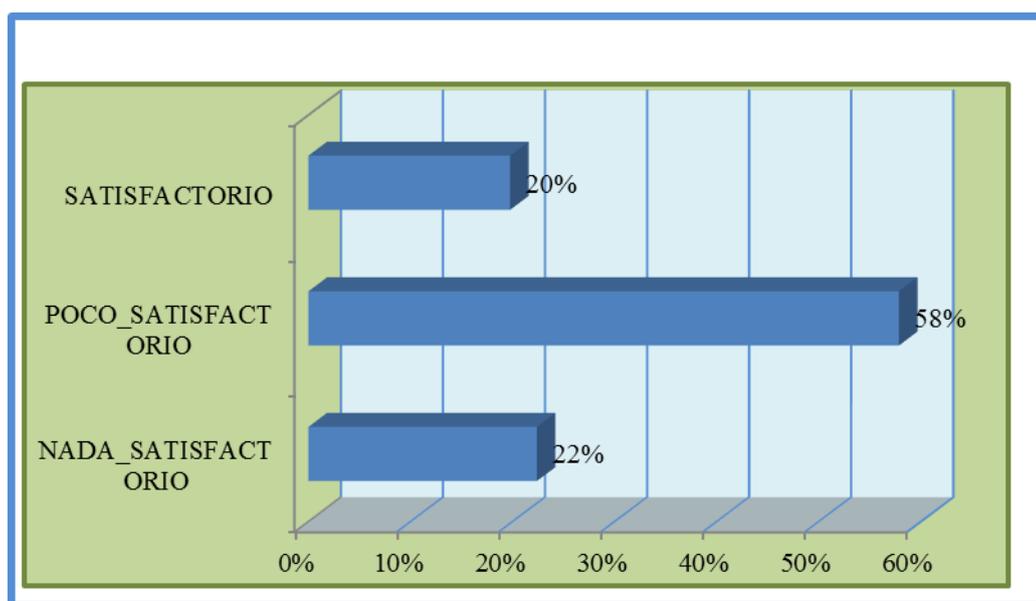
CUADRO # 21 Cómo califica la comercialización del producto

DETALLE	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos NADA_SATISFACTORIO	26	22,4	22,4	22,4
POCO_SATISFACTORIO	67	57,8	57,8	80,2
SATISFACTORIO	23	19,8	19,8	100,0
Total	116	100,0	100,0	

Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

GRÁFICO # 20 Cómo califica la comercialización del producto



Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

El 58% de los encuestados, manifestaron que es poco satisfactoria la comercialización del producto, el 22% respondieron nada satisfactoria, y el 20% contestaron satisfactorio. Dentro del nivel de satisfacción de los agroproductores se destaca la variable de comercialización del producto pudiéndose determinar que el 57,8% de los encuestados consideran que es poco satisfactorio la comercialización.

13. QUIÉN REALIZA LA COMERCIALIZACIÓN

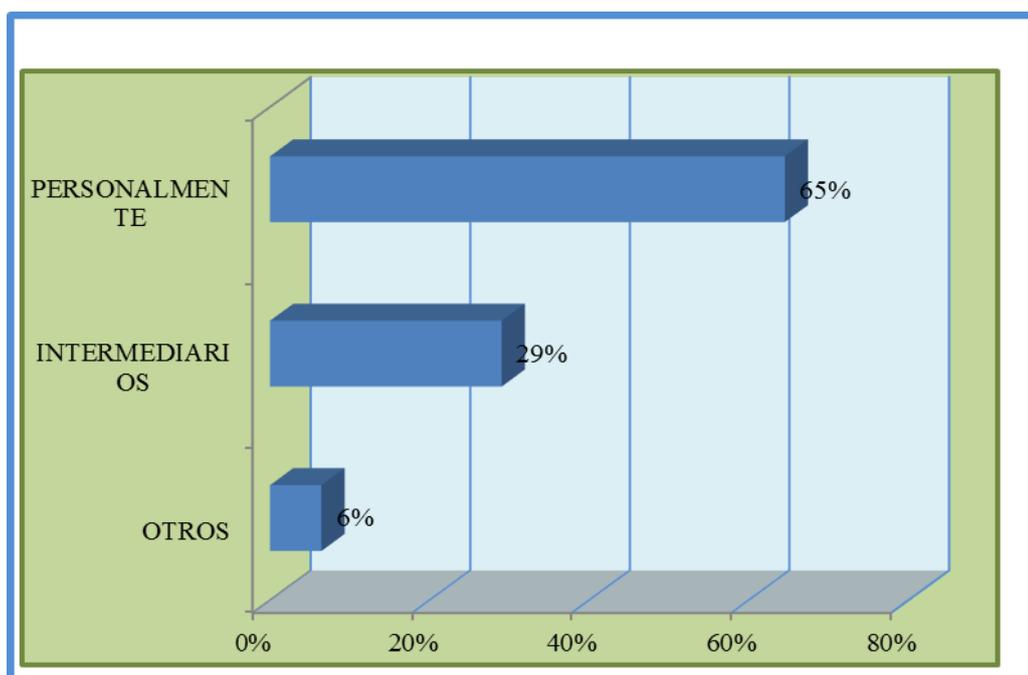
CUADRO # 22 Quién realiza la comercialización

DETALLE		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	OTROS	7	6,0	6,0	6,0
	INTERMEDIARIOS	34	29,3	29,3	35,3
	PERSONALMENTE	75	64,7	64,7	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

GRÁFICO # 21 Quién realiza la comercialización



Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

Dentro de los aspectos de que realiza los agroproductores se destaca la variable comercialización, en la que 64,7% la realizan personalmente. El 65% de los encuestados respondieron que personalmente realizan la comercialización, el 29% respondieron que la comercialización la realizan los intermediarios, y el 6% utilizan otra forma de comercializar.

14. EN QUÉ TRANSPORTA SU PRODUCTO

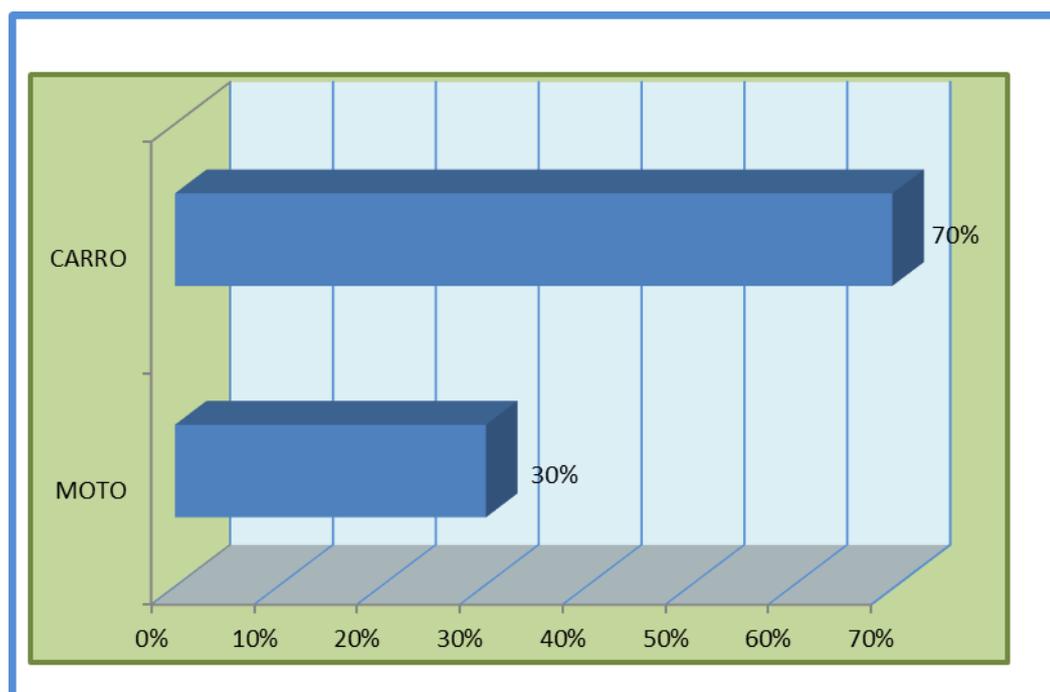
CUADRO # 23 En qué transporta su producto

DETALLE	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos MOTO	35	30,2	30,2	30,2
CARRO	81	69,8	69,8	100,0
Total	116	100,0	100,0	

Fuente: Gremio de maiceros de la Comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

GRÁFICO # 22 En qué transporta su producto



Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

El 70% de los agroproductores contestaron que transportan su producto en carro, y un 30% la transporta en moto. En esta variable se identifica que de acuerdo a la óptica del 69,8% de los encuestados, la transportación de su producto la realizan en carro.

15. CÓMO REALIZA LA TRANSPORTACIÓN

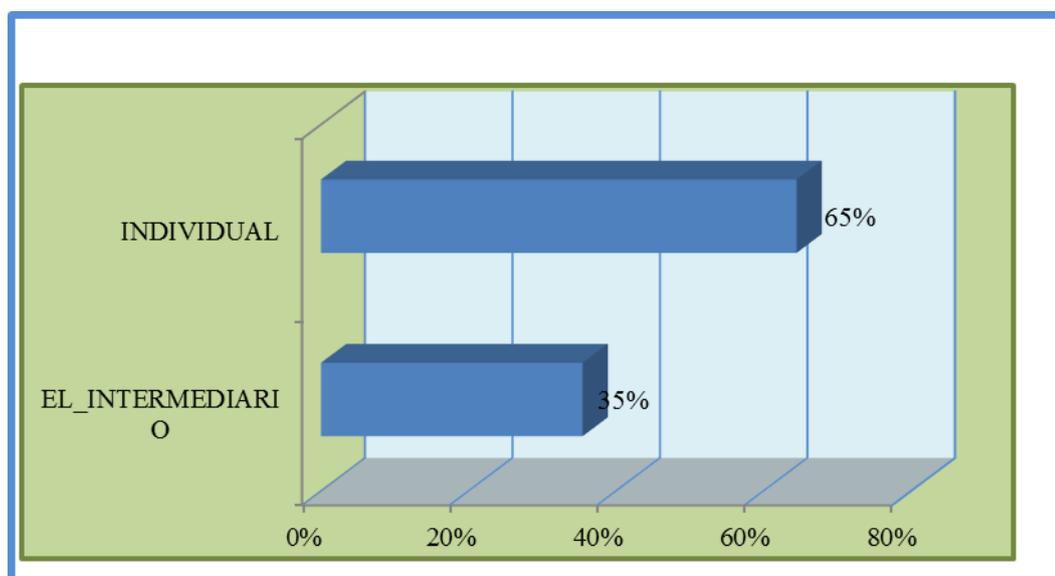
CUADRO # 24 Cómo realiza la transportación

DETALLE	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos EL_INTERMEDIARIO	41	35,3	35,3	35,3
INDIVIDUAL	75	64,7	64,7	100,0
Total	116	100,0	100,0	

Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

GRÁFICO # 23 Cómo realiza la transportación



Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

El 65% de los productores de maíz contestaron que la forma de transportación la realiza individual, y el 35% la realiza el intermediario. En esta variable se identificó que el 64,7% de los encuestados realiza su transportación individual.

16. CÓMO CONSIDERA EL PRECIO DEL PRODUCTO

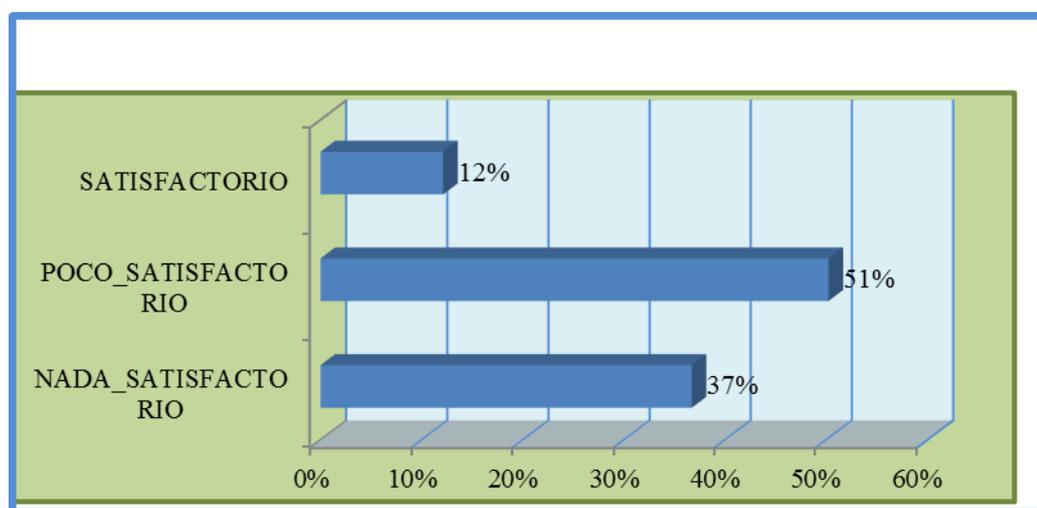
CUADRO # 25 Cómo considera el precio del producto

DETALLE	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos NADA_SATISFACTORIO	42	36,2	36,2	36,2
POCO_SATISFACTORIO	59	50,9	50,9	87,1
SATISFACTORIO	15	12,9	12,9	100,0
Total	116	100,0	100,0	

Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

GRÁFICO # 24 Cómo considera el precio del producto



Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

El 51% de los agroproductores de maíz contestaron que el precio del producto es poco satisfactorio, el 37% respondieron que el precio del producto es nada satisfactorio, y el 12% consideraron satisfactorio. Al respecto de esta variable, se evidencia que el 50.9% de los encuestados opinan que es poco satisfactorio el precio del producto.

17. LE GUSTARÍA MEJORAR EL PRECIO DEL PRODUCTO

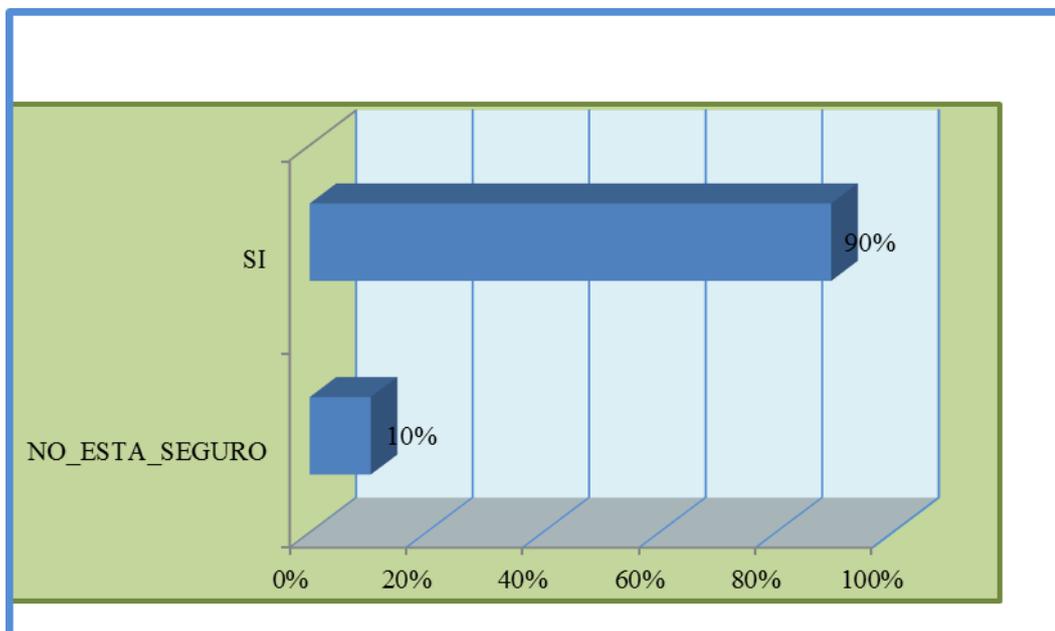
CUADRO # 26 Le gustaría mejorar el precio del producto

DETALLE	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos NO_ESTA_SEGURO	12	10,3	10,3	10,3
SI	104	89,7	89,7	100,0
Total	116	100,0	100,0	

Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga.

GRÁFICO # 25 Le gustaría mejorar el precio del producto



Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

El 90% de los agroproductores de maíz contestaron que si le gustaria que mejore el precio del producto, y el 10% respondió que no estaban seguros. Al respecto de esta variable, se identifica que el 89,7% de los encuestados respondieron que si le gustarian que mejora el precio del producto.

18. CÓMO CONSIDERA LAS GANANCIAS QUE LE DEJA LA PRODUCCIÓN.

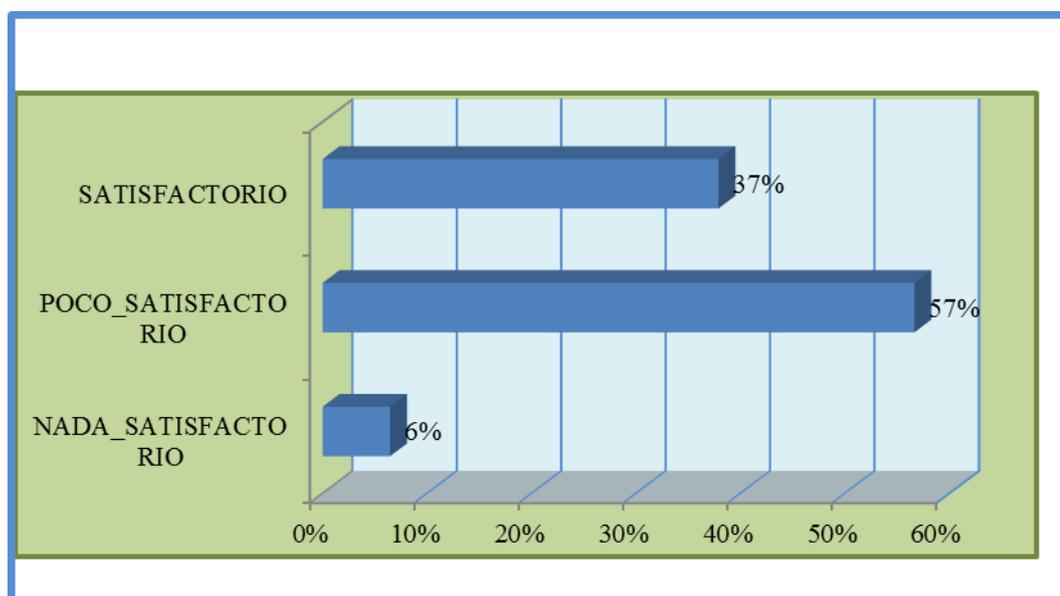
CUADRO # 27 Cómo considera las ganancias que le deja la producción

ETALLE	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos NADA_SATISFACTORIO	7	6,0	6,0	6,0
POCO_SATISFACTORIO	66	56,9	56,9	62,9
SATISFACTORIO	43	37,1	37,1	100,0
Total	116	100,0	100,0	

Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

GRÁFICO # 26 Cómo considera las ganancias que le deja la producción



Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

El 57% de los agroproductores de maíz contestaron que es poco satisfactoria las ganancias que le deja la producción, el 37% respondió que es satisfactoria la ganancia, y el 6% es nada satisfactorio. Dentro de los aspectos de satisfacción de los agroproductores de maíz, se destaca poco satisfactorio con un 56.9%

19. HA PARTICIPADO EN ALGUNA ORGANIZACIÓN

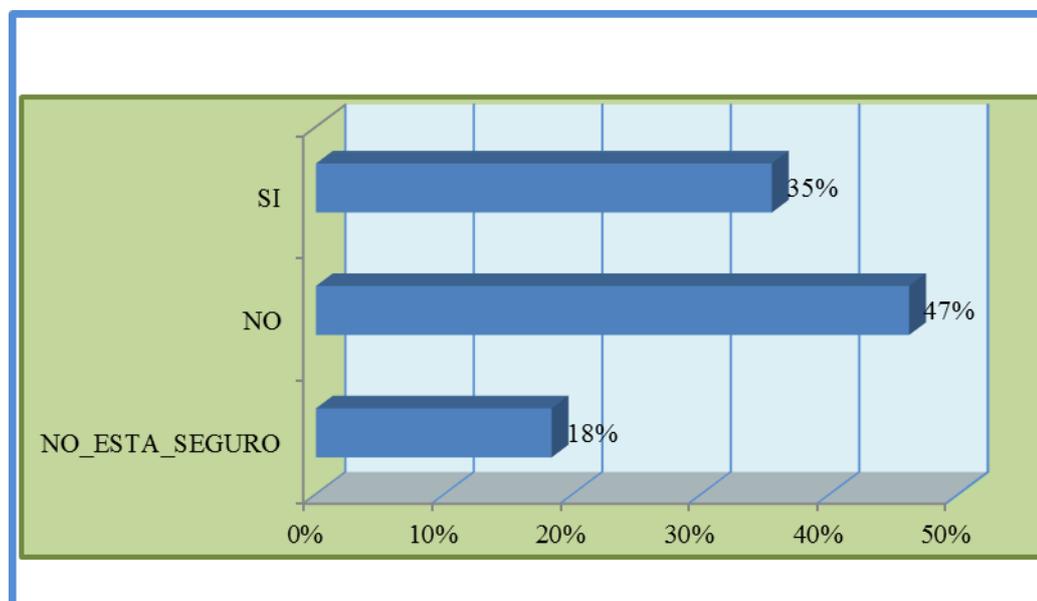
CUADRO # 28 Ha participado en alguna organización

DETALLE	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos NO_ESTA_SEGURO	21	18,1	18,1	18,1
NO	54	46,6	46,6	64,7
SI	41	35,3	35,3	100,0
Total	116	100,0	100,0	

Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

GRÁFICO # 27 Ha participado en alguna organización



Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

El 47% de los encuestados respondieron que no han participado en alguna organización, el 35% que si han participado, y el 18% no estaban seguro. Dentro de los aspectos de la participacion en alguna organización, aplicada a los agroproductores de maíz el 46.6% asume que dicho nivel es negativo

20. CONOCE LO QUE ES UNA ASOCIATIVIDAD.

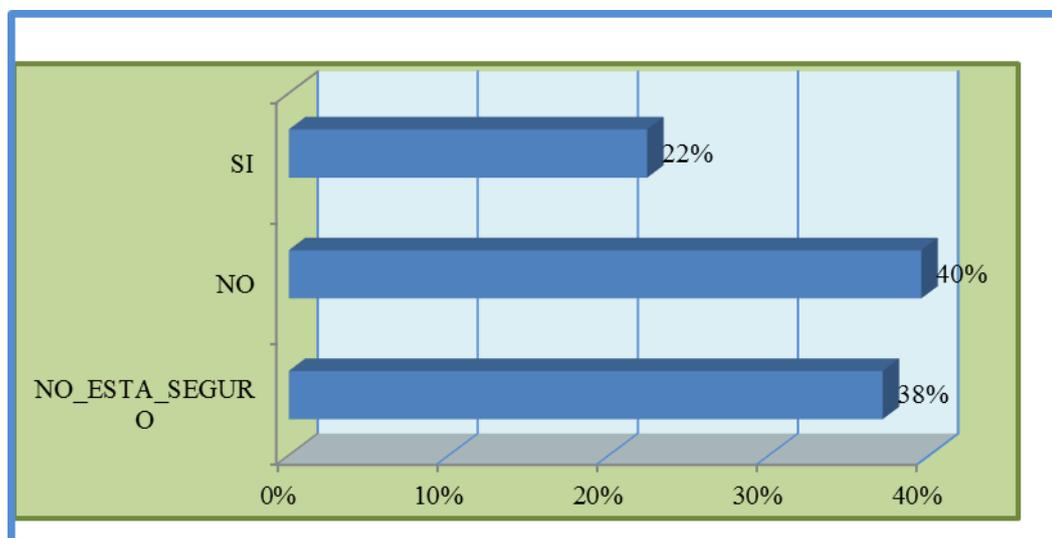
CUADRO # 29 Conoce lo que es una asociatividad

DETALLE	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos NO_ESTA_SEGURO	44	37,9	37,9	37,9
NO	46	39,7	39,7	77,6
SI	26	22,4	22,4	100,0
Total	116	100,0	100,0	

Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

GRÁFICO # 28 Conoce lo que es una asociatividad



Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

El 40% de los agroproductores contestaron que no saben lo que es una asociatividad, el 38% respondieron que no estaban seguros, y el 22% si conocen. Dentro de los aspectos de los agroproductores de maíz el 37.9% de los encuestados no está seguro de conocer que es una asociatividad.

21. ESTARÍA DE ACUERDO EN FORMAR PARTE DE UNA ASOCIATIVIDAD.

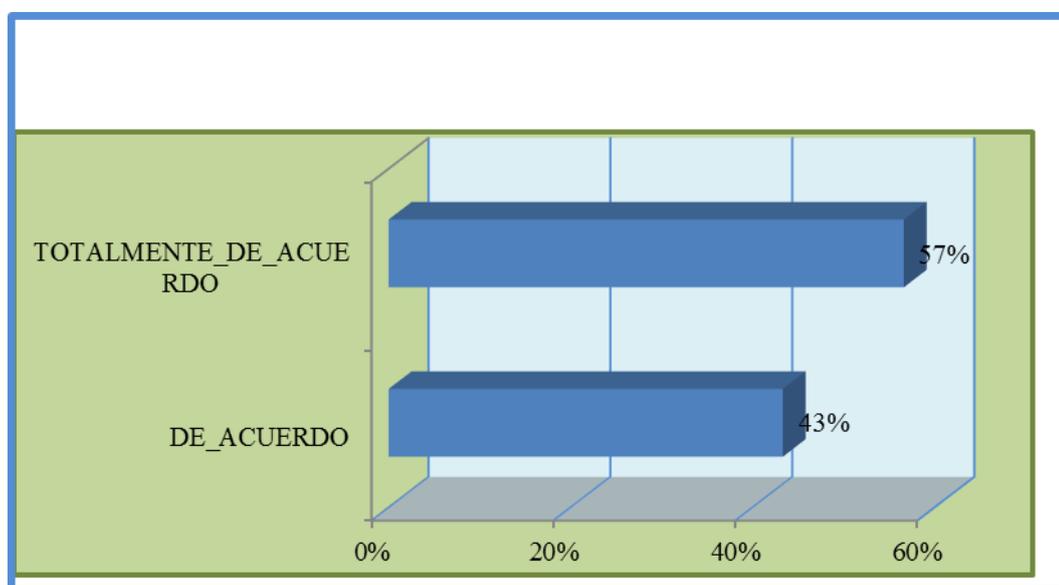
CUADRO # 30 Estaría de acuerdo en formar parte de una asociatividad

DETALLE	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos DE_ACUERDO	50	43,1	43,1	43,1
TOTALMENTE_DE_ACUERDO	66	56,9	56,9	100,0
Total	116	100,0	100,0	

Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

GRÁFICO # 29 Estaría de acuerdo en formar parte de una asociatividad



Fuente: Gremio de maiceros de la comuna Las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

El 57% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo de formar parte de una asociatividad, y el 43% respondió de acuerdo. En esta variable, se puede indicar que de una u otra manera tiene aceptación de formar parte de una asociatividad, por la repuesta de los encuestados.

3.2 CONCLUSIONES DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA

En el levantamiento de información se analizó las variable sobre la cantidad de hectáreas que siembran los agroproductores, el 68% de los encuestados respondieron que siembran de 3 a 6 hectáreas por que solo lo realizan en invierno, también recalcaron que no cuentan con financiamiento para poder invertir, además indican que quienes intervienen en la labor, el 55% son los familiares, pues depende que todos los que viven dentro de las fincas, como hijos, cuñados, yernos, tíos, nietos, etc. Dentro de esta actividad, también en un 35% de los encuestados realizan contratación internas como por ejemplo a los vecinos de la misma comuna.

El tipo de cultivo que producen los agroproductores es maíz, ya que nos refleja que el 80% de los encuestados indicaron que es una comuna de maiceros, y proveen en menor escala a los consumidores locales de la Provincia de Santa Elena. La pregunta correspondiente si reciben asesoría técnica para el cultivo del maíz, el mayor número de los encuestados expresaron que no, podemos evidenciarlo en el resultado del gráfico con un 54%, realizando el análisis de los ciudadanos, no han buscado la ayuda necesaria para tener una mejor producción, por lo que están enseñados a realizar su trabajo empíricamente heredados por sus padres. En cambio el 35% que respondieron que si han participado algún proyecto gubernamental para los comuneros.

En esta pregunta se les hizo conocer un pequeño concepto de lo que es asociatividad, para saber si es que estarían de acuerdo en formar parte de ella, el 56,9% está totalmente de acuerdo y el 43.1% de acuerdo, quiere decir que con los beneficio que se adquiere al formar una asociatividad, están dispuesta a cambiar su cultura de negociación, pensando en el beneficio de un aglomerado, dejando de ser egoístas para crecer y poder desarrollarse con nuevas estrategias comerciales con beneficios grupales.

3.3. RECOMENDACIÓN

Deben adquirir maquinarias de bombeo y técnicas de regío, porque cuentan con una represa de agua suficiente para realizar el cultivo durante todo el año y así poder ser competitivo en el mercado local y nacional. Se puede testificar la unidad entre ellos y el trabajo familiar. Estas particularidades, adecuadamente orientadas, lograrán que los comuneros obtengan significados beneficios que se consigue con el trabajo colectivo, esto pueden ser economías a escala, acceso a créditos productivos, ser reconocidos por la sociedad, o capacidad de acceder a nuevos mercados. Además, se facilitaría a los agroproductores el desarrollo socioeconómico de su comunidad.

Para fortificar las cualidades culturales y rescatar las anteriores, es necesario un impulso externo a los agroproductores de maíz de la comuna Las Balsas, hacia la asociatividad, direccionándose a la legislación ecuatoriana, apoyándose en medidas como facilidad de conformación, objetivos, obtención de beneficios estatales como el asesoramiento de nueva técnicas para el cultivo de parte de MAGAP, entre otras. Estas formas de organización permitirían la formalización de las estructuras en los agroproductores de maíz en el trabajo de grupo con conocimientos adecuados de cultivo para una mejor producción de calidad.

El trabajo coordinado de un grupo de personas, comuneros, agricultores, empresarios, organizaciones de progreso, instituciones y Estado, tiene que ser la plataforma sobre la cual se levante el futuro de una región muy prometedora para el progreso del país, por la calidad y tipo de sus recursos y el potencial de sus habitantes. Por los múltiples beneficios que se pueden lograr trabajar en grupos se recomienda un modelo de asociatividad a los agroproductores de maíz de la comuna Las Balsas.

CAPÍTULO IV

“PROPUESTA DE ASOCIATIVIDAD PARA EL DESARROLLO COMPETITIVO DEL GREMIO AGROPRODUCTIVO MAICERO EN LA COMUNA LAS BALSAS, CANTON SANTA ELENA, 2013”

4.1 ANTECEDENTES.

En la Comuna Las Balsas dispone de recursos naturales adecuados, tierra aptas para la agricultura y agua proveniente del trasvase de Daule, pero en este año las fuentes de lluvia caídas en los alrededores de la cordillera Chongón Colonche lleno la represa, deseables para el desarrollo Agroproductivo; mano de obra disponible - a un que no calificada, pero con mucha impulso de trabajo. Son los requerimientos principales para plantear un modelo asociativo como el siguiente, idóneo en unir a varios actores de la sociedad en la obtención coordinada de la materia prima (maíz) y rentabilidad prometedora, de manera que sea la unión de las fortalezas de cada actor lo que asegure la viabilidad del mismo. Se trata de un planteamiento asociativo para la competitividad de los agroproductores de maíz propuesto en la Comuna Las Balsa, los detalles del proyecto referente a la asociatividad son destacados a continuación.

Un grupo de habitantes de Las Balsas mostro interés por participar en las reuniones de formación de asociatividad, con el interés de desarrollar la competitividad de los maiceros de la comunidad. El presidente de la comuna ayudo para las primeras reuniones y exponer los beneficios de la asociatividad y todo lo que implica formar un grupo que tengan los mismos objetivos, luego de la exposiciones necesarias, el planteamiento fue aceptado; en vista de la importancia de esta decisión y de la trascendencia comercial de dicha actividad, se muestra

Las opciones entre realizar producción y comercialización del producto en forma individual o de hacerlo de forma asociativa

Conforme con la forma ancestral de trabajo de los comuneros, el cumplimiento de la producción de maíz se avalaría por medio de un comité, el que a su vez será el representante de los agroproductores ante las empresas - clientes, con una directiva elegida en una reunión donde estén todas las personas implicadas en la formación de la asociatividad, adquiriendo una estructura orgánica, como es costumbre, presidente, secretario (a) y tesorero.

Sin embargo, la conformación acostumbrada de estos grupos no es necesario un compromiso asociativo, el comunero si no está convencido de los beneficios a recibir con la labor que debe ejecutar, los que se mantienen hasta ver los resultados, por lo que participan en estos grupos sólo con fines muy precisos y de modo que le signifique el menor esfuerzo posible.

Como se puede analizar la escasa participación grupal de los agroproductores de maíz se debe primordialmente al poco conocimiento de los beneficios que la asociatividad puede tener, y a la desconfianza entre ellos. Para tener resultados eficientes en la asociatividad de los agroproductores no bastaría solo un comité tradicional. Sería necesaria la conformación de un grupo de coordinadores para obtener los resultados esperados. Para establecer el Desarrollo competitivo de la producción y la comercialización de los agroproductores de maíz, se plantea la creación de una estrategia principal que es la formación de la asociatividad empresarial.

La asociatividad se encargaría de la consecución de créditos, adquisición de la semilla calificada para ser sembrada en las parcelas de los pertinentes agroproductores, de la adquisición de insumos, de la contratación de maquinarias agrícolas y de la búsqueda de adiestramiento y ayuda técnica. Serviría como

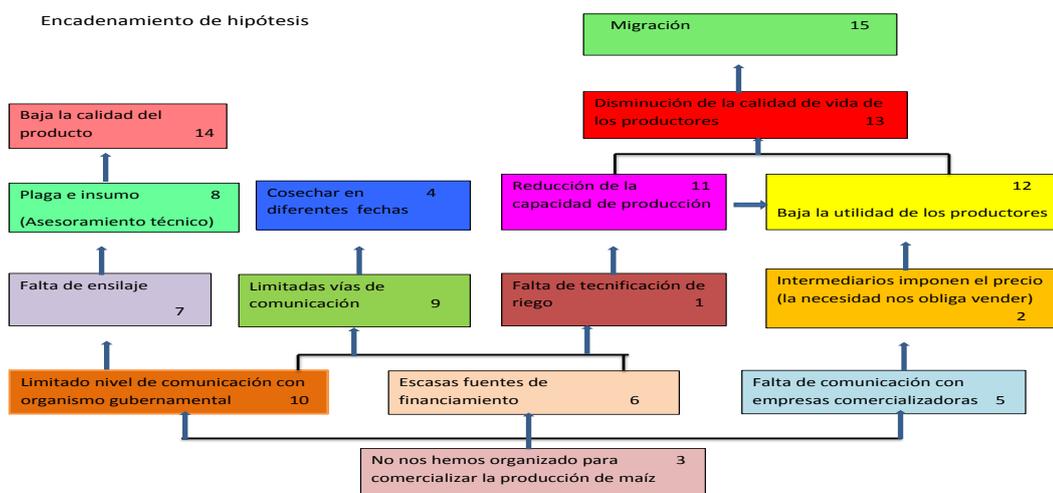
enlace entre la producción y el mercado, contactando clientes y proveedores para beneficiarse de buenos precios por la producción, poder tener economía a escala y poder ser competitivo en el mercado.

4.1.1 Identificación Del Problema

Para el proceso de identificación de problema, cada participante hizo su propio análisis y priorizo un problema que se plasmó en una tarjeta y procedió al encadenamiento de la hipótesis. El número de cada problema es de identificación, no tiene nada que ver con importancia o trascendencia.

El encadenamiento de la hipótesis de diversas problemáticas del grupo en estudio se va seleccionando según las causas de los problemas y el efecto que causa dicho problema. Es a aquí donde se obtuvo un listado de los 15 principales problema asociados a los procesos de cosecha y post-cosecha que los involucrados identificaron y se procedió a encadenar estas hipótesis. (Ver el grafico 30).

GRÁFICO # 30 Encadenamiento de hipótesis de las diversas problemáticas



Fuente: Frederick Vester.
Elaborado Por: Gina Chicaiza Parraga

4.1.2 Priorización de problemática

4.1.2.1 Matriz de Vester

Este instrumento que se utiliza para detectar la causa neurálgica de los problemas, se enumeran los problemas dados en el grupo de agroproductores de maíz de la comuna Las Balsas.

0 = No tiene influencia

1 = La influencia es muy poca

2 = Influye pero no es la causa principal

3 = La influencia es muy alta, es una causa directa

CUADRO # 31 Matriz de incidencia de las diversas problemática, realizada al grupo de maiceros

<i>PROBLEMAS EN COSECHA Y POS - COSECHA</i>																	
<i>MATRIZ DE VESTER</i>																	
N°	PROBLEMA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	ACTIVOS
1	<i>Falta de tecnificación de riego</i>	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	3	2	2	0	1	10
2	<i>intermediarios</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	2	0	1	6
3	<i>Escasa organización</i>	2	2	0	1	3	3	2	1	2	3	1	1	1	1	1	24
4	<i>Cosecha en diferentes Fechas</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5	<i>Falta de comunicación Emp.com</i>	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	0	1	7
6	<i>Escasa fuente de financiamiento</i>	3	0	0	1	0	0	0	0	3	0	2	2	1	0	1	13
7	<i>Falta de ensilaje</i>	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	2	0	5
8	<i>Plaga e insumos</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	3
9	<i>Limitadas vías de comunicación</i>	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
10	<i>Debil comun. con entes publicos</i>	3	0	0	2	0	0	3	2	3	1	2	0	1	1	1	19
11	<i>Reduccion capacidad de produccion</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3	0	2	8
12	<i>Baja utilidad de productores</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3	0	6
13	<i>Disminucion de calidad de vida</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3
14	<i>Baja calidad del producto</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
15	<i>Migracion</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVOS		8	5	0	9	3	3	5	6	8	4	8	13	14	10	11	

Fuente: científico Alemán Frederick Vester.

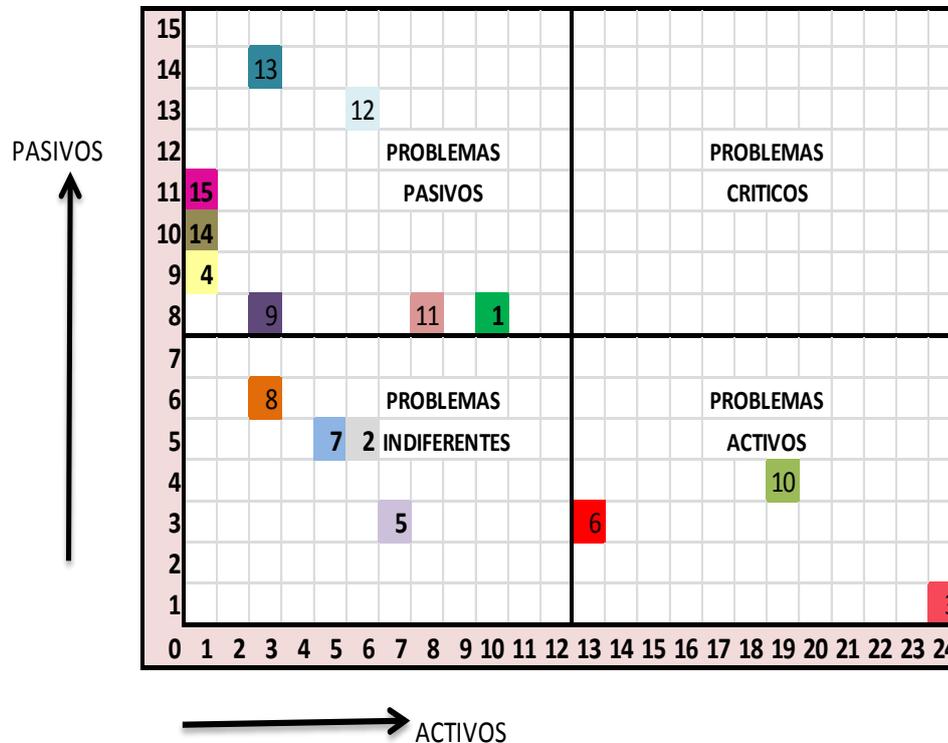
Elaborado Por: Gina Chicaiza Parraga

Se presenta el método utilizado para consignar la relación establecida; para este análisis se utilizó la matriz estructural o matriz de Vester, que permite relacionar los problemas en términos de su capacidad de movilizar a otros de su dependencia de otros.

Se puede observar las diferentes problemáticas que pusieron en manifiesto los participantes en este taller, de acuerdo a sus necesidades como agroproductores de maíz de la comuna Las Balsas. Cada problema expuesto es una cusa que a su vez lo conllevan a un efecto, si ese efecto se manifiesta de forma negativa hay que tomar los correctivos a tiempo.

GRÁFICO # 31 Relación de las diversas problemáticas, realizada al grupo de maiceros de la comuna Las Balsas

REPRESENTACIÓN GRAFICA DE LA MATRIZ DE VESTER



Fuente: científico Alemán Frederick Vester.
 Elaborado Por: Gina Chicaiza Parraga

En este grafico se identifica como **problemas de entrada** la falta de tecnificación de riego (1), Cosecha en diferentes Fechas (4), limitadas vías de comunicación (9), reducción capacidad de producción (11), Baja utilidad de producto (12), disminución de calidad de vida (13), baja calidad del producto (14), Migración (15). La hipótesis sugiere que abordar estos problemas puede movilizar más a los otros, ya que los participantes en su reflexión pusieron el mayor énfasis en describirlos los problemas antes mencionados.

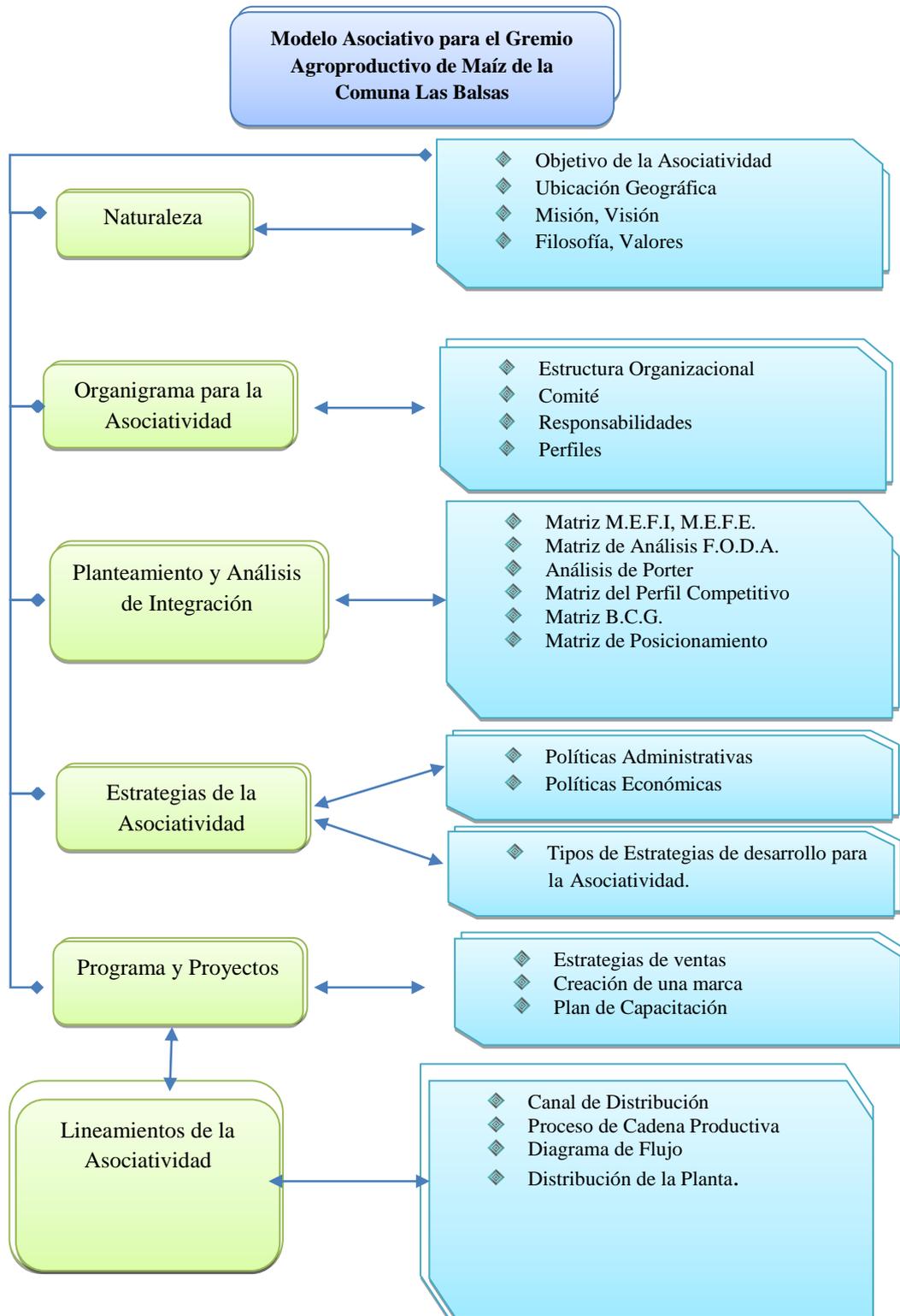
Como **problema indiferente**, se encuentran los intermediarios (2), Falta de comunicación con empresas comercializadoras (5), Falta ensilaje (7), plaga e insumos por escoso asesoramiento técnico (8). Finalmente, en **problema activo** como consecuencia latente tenemos la escasa organización (3), escasa fuente de financiamiento (6), limitado nivel de comunicación con organismo gubernamentales.

Para el grupo en estudio estas situaciones expresan que se encuentran latentes en la actualidad y que es el momento de implantar estrategias para resolver los problemas antes que se conviertan en problemas críticos.

Finalmente el grupo en plenaria establecieron relaciones entre el análisis y priorizaron como principal problema a atender: La escasa organización del grupo de maiceros de la Comuna Las Balsas.

Analizando los modelos de Asociatividad se escogió el de Tarquino B. y Martin G. donde se pudo encontrar una similitud, es por eso que se ha cogido parte de el para crear un nuevo modelo asociativo dirigido a los agroproductores de maíz de la comuna las Balsas. De esta manera se hace presente el siguiente modelo asociativo dirigido al gremio Agroproductivo maicero de la comuna Las Balsas. **(Ver el grafico 33).**

GRÁFICO # 32 Modelo asociativo para el gremio agroproductivo de maíz de la comuna Las Balsas



Fuente: Gremio Maicero de la Comuna Las Balsas
Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

4.2 NATURALEZA

4.2.1 Objetivos de la asociatividad

Los objetivos de la Asociatividad Maicera Peninsular van a estar en función de unir fuerzas para alcanzar el éxito en conjunto, con la responsabilidad de cada coordinador.

- a) Disminuir costos
- b) Acceso a financiamiento
- c) Compras conjunta
- d) Inversión conjuntas
- e) Aumentar el poder de negociación
- f) Capacitación conjunta
- g) Apertura de nuevos mercados
- h) Invertir conjuntamente.

4.2.2 Ubicación geográfica

La Asociatividad de Maiceros Peninsular (A.M.P), se pretende ubicar en la comuna Las Balsas del Cantón Santa Elena, a dos horas de la cabecera cantonal y una distancia de 69 kilómetro, sus límites son:

Norte: Comuna Salanguillo

Sur: Comuna Sube y Baja

Este: Comuna Cerezal de Bellavista

Oeste: Comuna La Barranca.

4.2.3 Misión

La Asociatividad Maicera Peninsular-AMP tiene como misión la producción y comercialización de maíz de calidad, con un grupo de agroproductores de la comuna las Balsas, para trabajar con responsabilidad y honestidad, abasteciendo el mercado de la Provincia de Santa Elena.

4.2.4 Visión

“La Asociatividad Maicera Peninsular (A.M.P.) en el 2016 Ubicará el 80% del Maíz a nivel nacional en mercados especiales, para poder cumplir con las expectativas de los clientes, formalizar jurídicamente la asociatividad para crecer como empresa”

4.2.5 Filosofía

Satisfacer las necesidades de los clientes, manteniendo altos estándares de calidad en la atención y producción maicera; contando con un equipo calificado apegados a los valores éticos y morales como la responsabilidad, cooperación y sentido de pertenencia; siendo de esta manera una asociación que une fuerzas para ser un grupo de la nueva era.

4.2.6 Valores

En el presente gráfico se demuestran los valores que van a formar parte de la asociación de maiceros de la Comuna Las Balsas, y de esta manera se llevarán a cabo las operaciones de una manera íntegra, manteniendo la transparencia de sus actividades; es así que todos las personas que integran la asociación son poseedores de estos valores.

GRÁFICO # 33 Valores



Fuente: Gremio de maiceros de la Comuna Las Balsas
Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

COOPERACIÓN: Este valor es muy importante dentro del grupo asociativo, ya que de ello depende alcanzar los objetivos planteados, fortaleciendo el trabajo en equipo.

TRABAJO EN EQUIPO: Trabajar colectivamente para encaminarse hacia una sola meta, optimizando esfuerzo.

RESPONSABILIDAD: Actuar responsablemente en la ejecución de actividades y utilización de los recursos, ya que esto favorece al grupo que conforma la asociatividad.

RESPECTO: Valor fundamental aplicable para los integrante de la asociatividad, basándose en la amabilidad y cordialidad.

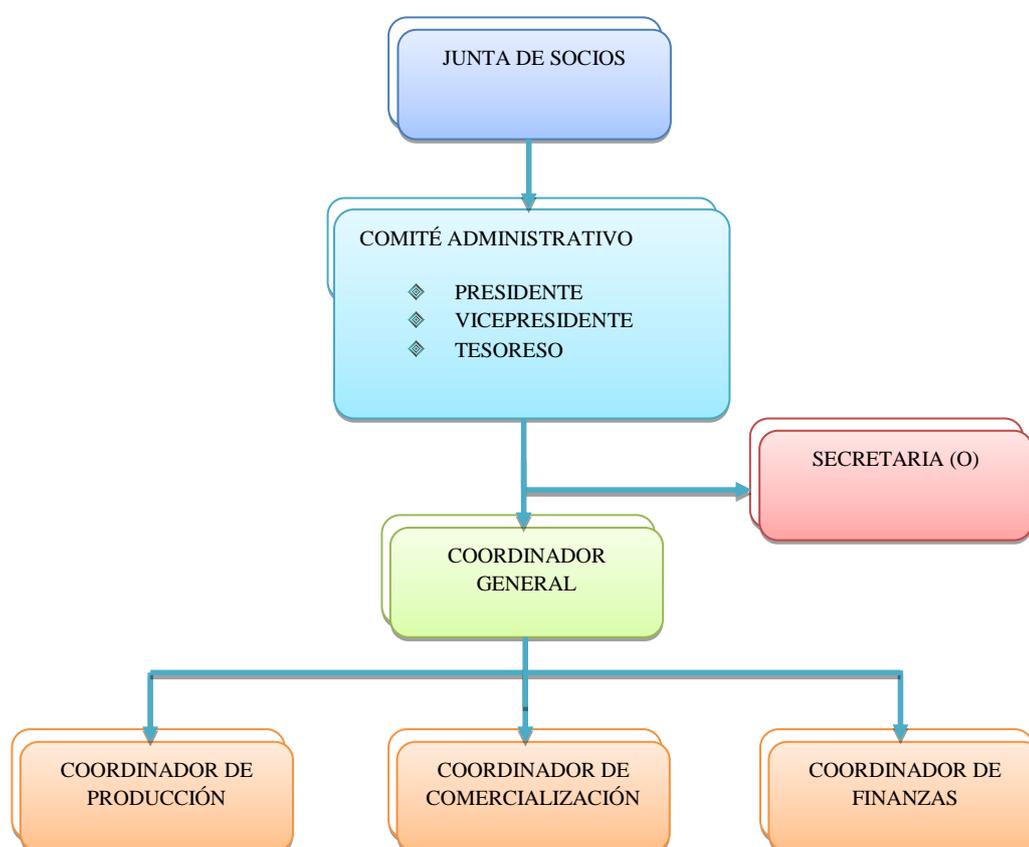
4.3 ORGANIZACIÓN DEL EQUIPO ASOCIATIVO

La organización del equipo asociativo A.M.P, está formado en forma horizontal, ya que todos tienen el mismo grado de responsabilidad y con un mismo objetivo, pero cada uno en el rol que le corresponde.

4.3.1 Estructura organizativa

A continuación se detalla la estructura organizativa diseñada para el gremio de maiceros, de acuerdo a las actividades que ellos realizan:

GRÁFICO # 34 Estructura organizacional para la asociatividad de maiceros de la comuna Las Balsas



Fuente: Gremio de Maiceros de la Comuna Las Balsas.

Elaborado: Por Gina Chicaiza Parraga

En el presente gráfico se puede apreciar la estructura orgánica con la que la Asociación de Maiceros de Las Balsas puede llevar a cabo con efectividad sus operaciones de producción, administración y comercialización con efectividad, recalcando que se ha tomado un modelo de organigrama por comité, permitiendo tomar las decisiones en conjunto mediante debates y deliberaciones.

4.3.2 Responsabilidades

4.3.2.1 Comité administrativo

Objetivo

Dirigir los procesos administrativos del Gremio Agroproductivo de Maiceros de la Comuna Las Balsas, mediante la toma de decisiones para fomentar una buena cultura organizacional.

Función General del Comité Administrativo

- a) Planificar, organizar, dirigir y controlar las funciones de la asociatividad.

Funciones Específicas del Comité Administrativo

- a) Elaborar planes de trabajo mensual y anual.
- b) Realizar la asamblea general de los integrantes de la asociatividad.
- c) Seleccionar y nombrar a los coordinadores de la asociatividad.
- d) Aprobar planes de trabajo presentado por los miembros de los diferentes coordinadores.
- e) Supervisar y evaluar actividades de los coordinadores.
- f) Convocar a miembros de la Asamblea General a reuniones periódicas.
- g) Representar a la Asociación en la gestión y obligaciones de esta.
- h) Velar por el cumplimiento de objetivos y políticas de la asociatividad.
- i) Otras que sean de sus competencias.

FUNCIONES DEL PRESIDENTE

Función General: Planificar, organizar, dirigir y controlar la funciones de su competencia.

Funciones Específicas:

- a) Presidir las sesiones Ordinarias y Extraordinaria de Asamblea General.
- b) Velar por el cumplimiento de los acuerdos, resoluciones de la Junta Directiva y de la Asamblea General, así como de los estatutos y reglamentos interno de la Asociatividad.
- c) Representar judicial y extrajudicialmente a la Asociatividad, pudiendo otorgar poderes previa autorización de la Junta Directiva.
- d) Autorizar juntamente con el tesorero las erogaciones que tenga que hacer la Asociatividad.
- e) Presentar la memoria de labores de la asociatividad y cualquier informe que le sea solicitado por los miembros de la misma.
- f) Otra que sea de su competencia.

FUNCIÓN DEL SECRETARIO/A

Función General: Planificar, Organizar y controlar las funciones de su competencias.

Funciones Específicas:

- a) Llevar los libros de las sesiones de asamblea general y de la Junta Directiva.
- b) Llevar el archivo de documentos y registros de los miembros de la Asociatividad.
- c) Extender todas las certificaciones que fuera solicitadas a la Asociatividad.

- d) Hacer y enviar las convocatorias a los miembros para las sesiones.
- e) Ser el órgano de comunicación de la Asociatividad.
- f) Otras que sean de su competencia.

FUNCIONES DEL TESORERO/A

Función general: Organizar y controlar las funciones de sus competencias

Funciones Específicas:

- a) Recibir y depositar los fondos que la Asociatividad obtenga, en el banco que la Junta Directiva seleccione.
- b) Llevar control directo de los libros de contabilidad de la asociatividad.
- c) Autorizar juntamente con el Presidente de las erogaciones que la asociatividad tenga que realizar.
- d) Otras que sean su competencia.

COORDINADOR GENERAL

Objetivo: Cumplir con eficiencia y eficacia los objetivos de la asociación –AMP.

Funciones del Coordinador General

- a) Planear, coordinar y conducir las actividades de la Asociatividad A.M.P. de acuerdo a los objetivos y estrategias establecidas por el comité administrativo.
- b) Tramitar y resolver los asuntos de la competencia de la asociatividad.
- c) Planear, dirigir, coordinar, orientar y supervisar las actividades que realizan las coordinaciones de producción, comercialización y finanzas.
- d) Vigilar el avance y cumplimiento de los compromisos y metas adquiridos.

- e) Convocar a reuniones de trabajo para llevar efecto los proyectos específicos.
- f) Analizar y aprobar la información que sobre las acciones realizadas por los coordinadores, se proporciona para el informe anual.

Perfil del coordinador General

- a) Egresado o título de carrera administrativa.
- b) Experiencia en dirigir grupos de trabajo.
- c) Excelente manejo de herramientas informáticas.
- d) Habilidad para resolver conflictos.
- e) Experiencia en negociaciones.
- f) Disponibilidad de tiempo completo.

COORDINADOR DE PRODUCCIÓN Y CALIDAD

Objetivo

Controlar la calidad y garantizar la entrega de la producción de maíz en el tiempo establecido para los clientes.

Funciones del Coordinador de Producción.

- a) Colocar órdenes de materia primas y de su ejecución para asegurar que la producción pueda continuar de forma interrumpida.
- b) Controlar el inventario, de los equipos y solucionar los problemas de los equipos o problemas de producción.
- c) Control de la eficacia en la línea de producción y desarrollo de modificaciones o cambios que aumente la línea de producción.

- d) Asegurarse de que se establecen, implementan, mantienen y mejoran los procesos necesarios para el sistema de gestión de la calidad, de acuerdo con los requerimientos de las normas ISO.
- e) Informar al representante de la asociatividad sobre el desempeño del sistema de gestión de la calidad y de cualquier necesidad de mejora.
- f) Manejo administrativo y control de la documentación de calidad del producto.
- g) Controlar y vigilar el proceso de calidad en la cosecha y pos cosecha.

Perfil del coordinador de Producción y Calidad

- a) Egresado o título de carrera administrativas o a fines.
- b) Experiencia en dirigir producciones agrícolas.
- c) Habilidad para resolver conflictos.
- d) Disponibilidad de tiempo completo.

COORDINADOR DE COMERCIALIZACIÓN

Objetivo

Dirigir los procesos de comercialización, del Gremio Agroproductivo de maiceros de la Comuna Las Balsas, aumentando el nivel de venta.

Funciones del Coordinador de comercialización

- a) Establecer contactos con los clientes y proveedores para los procesos de comercialización.
- b) Registrar las cantidades de ventas diariamente.
- c) Estar al tanto de los cambios del mercado (gustos y preferencias de los clientes)
- d) Registrar las entradas y salidas de la producción.

- e) Aplicar las estrategias mercadológicas que se han establecido para el Gremio.

Perfil del coordinador de comercialización

- a) Egresado o ingeniero en carreras administrativas.
- b) Edad de 20 a 35 años
- c) Disponibilidad de tiempo
- d) Experiencia en el proceso de venta.

COORDINADOR DE FINANZAS

Objetivo

Controlar el estado financiero y económico del Gremio de Agroproductores de la Comuna Las Balsas.

Funciones del Coordinador de Finanzas

- a) Manejar los estados financieros y registros contables
- b) Cancelación de sueldos.
- c) Realizar informes financieros
- d) Registrar los gastos e ingresos

Perfil del coordinador de Finanzas

- a) Ingeniero en administración de empresas o CPA
- b) Experiencia en el área financiera.
- c) Conocimientos de utilitarios (Word, Excel).
- d) Edad de 20 a 35 años.
- e) Disponibilidad de tiempo

PRESUPUESTO DEL PERSONAL

CUADRO # 32 Presupuesto del personal

BALANCE PERSONAL			VOLUMEN DE PRODUCCIÓN	
CARGO	SALARIO MENSUAL	N. DE EMPLEADOS	REMUNERACIÓN MENSUAL	REMUNERACIÓN ANUAL
COMITÉ ADMINISTRATIVO				
Coordinador General	350	1	350,00	4200,00
Secretario	350	1	350,00	4200,00
ÁREA DE PRODUCCIÓN				
Coordinador de Producción	350	1	350,00	4200,00
ÁREA FINANCIERA				
Coordinador de Finanzas	350	1	350,00	4200,00
ÁREA DE MARKETING				
Coordinador de Comercialización	350	1	350,00	4200,00
TOTAL			1750,00	21000,00

Fuente: Gremio de Maiceros de la Comuna las Balsas

Elaborado por: Gina Chicaiza. Párraga.

En el presente cuadro se hace presente el presupuesto del personal que formará parte del plan de asociatividad que se propone, es así que se requerirá del comité administrativo que guiará a los integrantes de la asociación, siendo en este caso un presidente, secretario y tesorero; un coordinador de producción, coordinador de finanzas y un coordinador de comercialización, por lo tanto se ha estimado un salario de \$350 por cada personas, dando como costo mensual \$2100 y por lo tanto su costo anual da un total de \$25.200.

4.4 PLANTEAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INTEGRACIÓN

4.4.1 Matriz MEFI (matriz de evaluación de factores internos)

En el presente esquema procedemos a identificar los factores externos del Gremio de Maiceros de la Comuna Las Balsas Parroquia Colonche.

CUADRO # 33 Matriz de evaluación de factores externos

FORTALEZAS	PESO	CALIFICACIÓN (1-4)	PONDERACIÓN
◆ Cuentan con una gran represa de agua para la producción.	0,20	2	0,40
◆ Conocimiento en el manejo del cultivo y en la gestión de su negocio de maíz.	0,10	2	0,20
◆ Ser reconocidos como personas que se desenvuelven diariamente en esta área.	0,05	2	0,10
DEBILIDADES	PESO	CALIFICACIÓN (1-4)	PONDERACIÓN
◆ Limitada comunicación entre sus socios.	0,10	3	0,30
◆ Escaso nivel de organización.	0,15	3	0,45
◆ Insuficiente asesoría técnica adecuada para mejora la calidad de la producción y poder tener mejor utilidad.	0,15	2	0,30
◆ Solo le dedican a la producción de maíz en época de invierno, y esto nos le permite ser competitivo.	0,10	2	0,20
◆ Dificultad para conseguir financiamiento.	0,10	3	0,30
◆ Bajos ingresos o rentabilidad.	0,05	3	
INDICADORES	1,00	22	2,25

Fuente: Gremio de Maiceros de la Comuna las Balsas.

Elaborado por: Gina Chicaiza. Párraga

En la matriz de factores internos podemos considerar que el Gremio Agroproductivo de Maiceros, tiene una gran fortaleza que es contar con una gran represa de agua que puede ser aprovechada para fomentar nuevos tipos de cultivos, y el incremento de producción de maíz durante todo el año, por la cual tienen la oportunidad de ampliar su mercado. Sin embargo existe un escaso nivel de organización entre los agricultores que integran este gremio, que es un punto en contra que es importante superar, para que puedan posicionarse en el mercado y puedan ser reconocidos en el mismo.

4.4.2 Matriz MEFE (matriz de evaluación de factores externos)

En el presente esquema procedemos a identificar los factores externos del Gremio de Maiceros de la Comuna Las Balsas Parroquia Colonche.

CUADRO # 34 Matriz de evaluación de factores externos

OPORTUNIDADES	PESO	CALIFICACIÓN (1-4)	PONDERACIÓN
◆ Existe un mercado que no se ha explorado en su totalidad.	0,25	3	0,75
◆ Nuevos mercados.	0,20	3	0,60
◆ creación de alianzas con instituciones especializadas en el asesoramiento de técnicas para el cultivo, ejemplo MAGAP.	0,10	2	0,20
AMENAZAS	PESO	CALIFICACIÓN (1-4)	PONDERACIÓN
◆ Vías de acceso afectadas por el mal tiempo.	0,15	3	0,45
◆ La propagación de plaga que destruya la producción del Maíz.	0,15	3	0,45
◆ Sequías que provocaría la reducción de agua en la represa.	0,15	4	0,60
INDICADORES	1,00	18	3,05

Fuente: Gremio de Maiceros de la Comuna las Balsas.

Elaborado por: Gina Chicaiza.

De acuerdo a la Matriz M.E.F.E. podemos destacar que una oportunidad muy importante son los nichos de mercado que aún no han ingresado, tenemos como los nuevo centro comerciales, emprendedores que está realizando sus negocios con el apoyo de proyectos gubernamentales ejemplo Granjas porcinas y avícolas que se estén estableciendo en la provincia de Santa Elena captando de esta manera a nuevos clientes potenciales. Sin embargo, la amenaza más preponderante son las sequías que ocasionan la disminución de agua en la represa y los cultivos no desarrollarían adecuadamente, puesto que el clima no es idóneo, pero esta amenaza puede ir disminuyendo de acuerdo con la ayuda del trasvase de agua hacia la represa San Vicente

4.4.3 Análisis FODA

Para realizar el estudio de la situación actual de los maiceros de la comuna Las balsas se realizó un análisis FODA donde se identificó los diferentes factores que son de mayor influencia. (Ver el cuadro 35)

CUADRO # 35 Matriz Foda

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Cuentan con una gran represa de agua para la producción. ◆ Conocimiento en el manejo del cultivo y en la gestión de su negocio de maíz. ◆ Ser reconocidos como personas que se desenvuelven diariamente en esta área. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Limitada comunicación entre sus socios. ◆ Escaso nivel de organización. ◆ Insuficiente asesoría técnica adecuada para mejora la calidad de la producción y poder tener mejor utilidad. ◆ Solo le dedican a la producción de maíz en época de invierno, y esto nos le permite ser competitivo. ◆ Dificultad para conseguir financiamiento. ◆ Bajos ingresos o rentabilidad.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Existe un mercado que no se ha explorado en su totalidad. ◆ Nuevos mercados. ◆ creación de alianzas con instituciones especializadas en el asesoramiento de técnicas para el cultivo, ejemplo MAGAP. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Vías de acceso afectadas por el mal tiempo. ◆ La propagación de plaga que destruya la producción del Maíz. ◆ Sequías que provocaría la reducción de agua en la represa. ◆ Transformación de leyes agraria, que perjudique a los maiceros de la Comuna Las Balsa.

Fuente: Gremio de Maiceros de la Comuna las Balsas.
Elaborado por: Gina Chicaiza.

FORTALEZAS

- a) La principal fortaleza que tienen los maiceros de la comuna Las Balsas es el sector donde se encuentran ubicados, ya que cuentan con una gran represa de agua para la producción.
- b) Los agricultores tienen una serie de conocimiento en el manejo del cultivo y en la gestión de su negocio de maíz; esto implica la existencia de un conocimiento tácito más no explícito.
- c) En su totalidad los maiceros tienen toda su vida en el cultivo del producto en mención, lo cual ha generado ser reconocidos como personas que se desenvuelven diariamente en esta área.

AMENAZAS

- a) La carretera en mal estado. Este es un factor que perjudica en gran medida a los agroproductores de maíz ya que en temporada de invierno no puede sacar a comercializar su producto.
- b) La propagación de plaga que destruya la producción del Maíz.
- c) sequías que provocaría la reducción de agua en la represa.
- d) Transformación de leyes agraria, que perjudique a los maiceros de la Comuna Las Balsa

DEBILIDADES

- a) No hay una comunicación eficaz entre los productores de maíz, para que les permita generar solución a diferentes problemáticas que se presentan en la actualidad; como por ejemplo los costos que se generan al comprar la materia prima, la comercialización del producto, a transportación, etc.
- b) Teniendo en cuenta la falta de comunicación mencionada anteriormente se evidencia la falta de una persona que lidere proyectos que beneficien a la comunidad productora de maíz, ya que existen ideas para mejorar la situación, pero no una persona que tome la iniciativa para ponerla en marcha,
- c) Como lo muestra en la encuesta, en la pregunta doce no tienen asesoría técnica adecuada para mejorar la calidad de la producción y poder tener mejor utilidad, estas personas cuentan con conocimientos basados netamente en la experiencia.
- d) Teniendo en cuenta en la pregunta ocho de la encuesta una de las más fuertes debilidades es que solo le dedican a la producción de maíz en época de invierno, y esto nos le permite ser competitivo.

- e) Dificulta para conseguir financiamiento. Los comuneros no poseen título de propiedad para realizar préstamos hipotecarios para incrementar la productividad.
- f) Baja rentabilidad. Por la calidad del producto los precios que le pagan a los maiceros no son los adecuados.

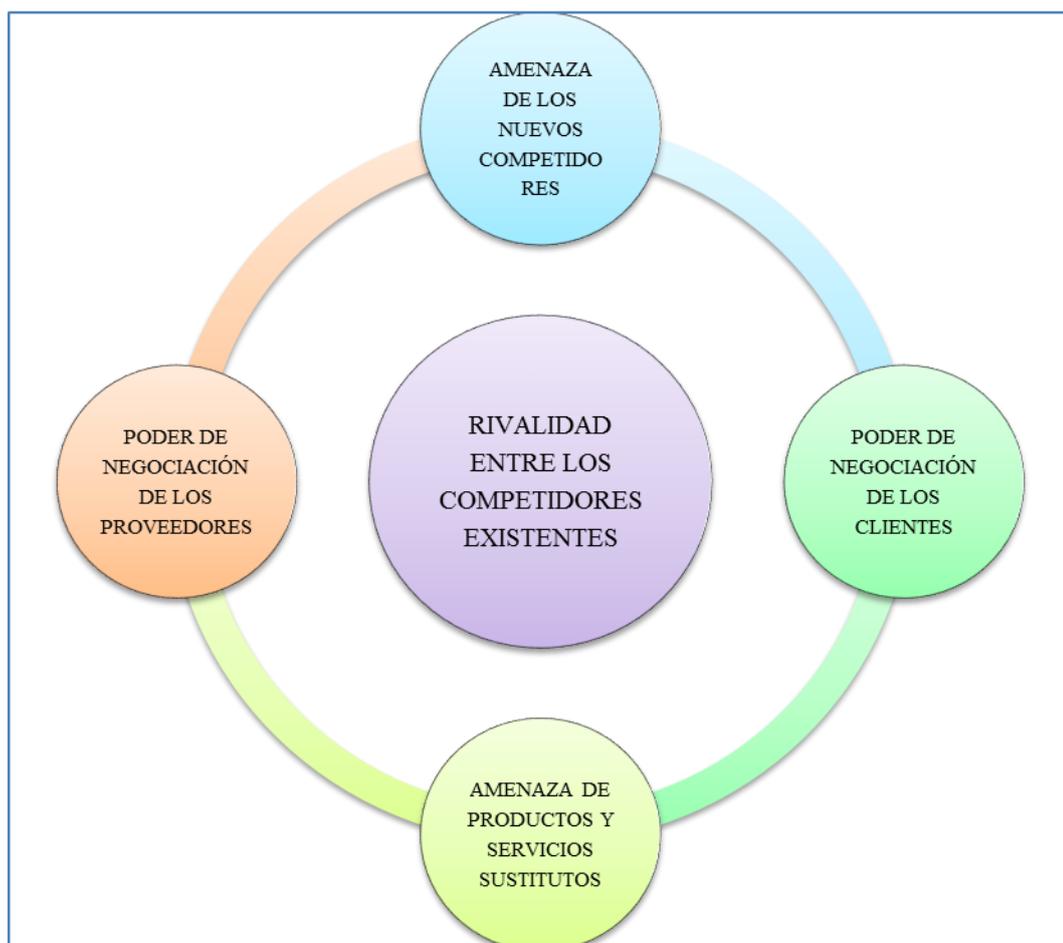
OPORTUNIDADES

- a) Reducir los costos variables por insumos mediante una negociación grupal y así poder llegar a un acuerdo con proveedores mayoristas, eliminando de esta forma intermediarios en los canales de distribución. También el hecho de que los agroproductores estén concentrados en la misma zona geográfica, permite una reducción en los costos de transporte.
- b) Solucionar el problema de la calidad del producto a través de la creación de alianzas con instituciones especializadas en el asesoramiento de técnicas para el cultivo, ejemplo MAGAP.
- c) Obteniendo los conocimientos de técnicas de cultivo y comercialización se puede sembrar durante todo el año, se puede crear una zona que sea reconocida y competitiva, no solo dentro del sector en el que se encuentra sino también dentro de la provincia, siendo capaz de competir con otras provincias ya establecidas.
- d) Existe un mercado que no se ha explorado en su totalidad. Porque los maiceros entregan a los intermediarios su producto.
- e) La competencia. El hecho de que exista un gran número de competidores en el mercado, obliga a los productores a ser cada vez mejores, ofreciendo

f) producto de calidad. También se coopera con los competidores para crear y explotar sinergias. En este caso la cooperación no pretende eliminar la competencia, por lo contrario se puede concebir como una estrategia destinada a aumentar la competitividad con empresas grandes, mediante la creación de sinergias con los agroproductores que forman parte del acuerdo de cooperación.

4.4.4 Análisis de Porter

GRÁFICO # 35 Análisis de Porter para el gremio de maíz de la comuna Las Balsas



Fuente: Porter M. / Gremio de Maiceros de la Comuna las Balsas.

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga.

- a) **Amenaza de los nuevos competidores.-** Cabe recalcar que en cuanto a esta fuerza de Porter se puede deducir que en la Península de Santa Elena existen lugares aptos para el cultivo que no han sido reconocidos, recalcando también que la agricultura es una de las principales actividades en el medio, por lo cual si existe un nivel medio de amenaza en cuanto a esta fuerza, en los que se podrían considerar a la producción agrícola de las comunidades aledañas, como la comuna la Comuna Salanguillo, Manantial de Guangala e incluso las comunidades productivas que se encuentran en la zona Sur que no han sido totalmente desarrolladas.
- b) **Poder de Negociación de los clientes-** El tipo de negociación que maneja el Gremio Agroproductivo, varía de acuerdo a las políticas gubernamentales o del mercado, pues se conoce que en cuanto a precio de productos agrícolas nunca se establecen los precios por un tiempo determinado. Es así que existe la intermediación, por lo cual no cuentan con un poder de negociación total; sin embargo se manejan mediante pagos a crédito y al contado.
- c) **Amenaza de productos sustitutos.-** En esta fuerza, de acuerdo al análisis del Gremio Agroproductivo de maiceros, se puede considerar que en cuanto a este tipo de producto como es el maíz, no se cuenta con un grado alto de amenaza a productos sustitutos, es decir es poco probable que el mercado reemplace el maíz por otro producto.
- d) **Poder de Negociación de los Proveedores.-** En cuanto al poder de negociación de los proveedores que abastecen en el Gremio Agroproductivo de Las Balsas, se puede destacar el MAGAP como su principal proveedor, por lo cual en ocasiones el poder de negociación puede llegar a un acuerdo de comprar las semillas al contado o a crédito; asimismo con el proveedor Agripac.

4.4.5 Matriz del perfil competitivo del gremio agroproductivo maicero en la comuna las balsas.

CUADRO # 36 Matriz del perfil competitivo

FODA	F.C.E. (FACTORES CLAVES DE ÉXITO)	GREMIO MAICERO LAS BALSAS			CEREZAL BELLAVISTA		BAMBIL DESECHO		SALANGUILLO	
		PESO	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN
Fortalezas	Cuentan con una represa.	0,25	4	1,00	5	1,25	4	1	4	1
Fortalezas	Conocimiento en el manejo de del cultivo del maíz	0,20	3,5	0,70	2	0,4	2	0,4	2	0,4
Amenazas	Plaga que destruye la producción del maíz.	0,30	3	0,90	3	0,9	3	0,9	2	0,6
Amenazas	Vías de acceso afectadas por mal tiempo.	0,15	3	0,45	3	0,45	4	0,6	2	0,3
Oportunidad	Nuevos mercados.	0,10	2	0,20	2	0,2	1	0,1	1	0,1
TOTAL		1,00		3,25		3,20		3,00		2,40

Fuente: Gremio de Maiceros de la Comuna las Balsas.

Elaborado por: Gina Chicaiza Parraga

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede deducir que el Gremio Agroproductivo de Las Balsas, es 0,05 más competitivo que los agricultores de Cerezal Bellavista, un 0,25 más competitivo que Bambil Desecho y por último un 0,85 más competitivo que los agricultores de la Comuna Salanguillo, esto es gracias a su calidad y la semilla certificada, es así que tiene mayor oportunidad en el mercado.

4.4.6 Matriz BCG Matriz Boston Consulting Group

GRÁFICO # 36 Matriz Boston Consulting Group



Fuente: Gremio de Maiceros de la Comuna las Balsas.

Elaborado por: Gina Chicaiza Parraga

De acuerdo al análisis realizado, el Gremio Agroproductivo Maicero de la Comuna de Las Balsas, basándose en sus productos como el maíz; conlleva a que en la matriz BCG (Boston Consulting Group) sus productos se ubiquen en el signo interrogación que se encuentra en el primer cuadrante de la matriz en mención, puesto que mantiene una reducida participación en el mercado, sin embargo cuenta con un alto crecimiento de la demanda, si se llevan a cabo las estrategias de asociatividad, indicando que puede aumentar nuevos nichos de mercado; es así que hay que tomar en cuenta que existe en el medio competencia, y para abarcar esos nuevos target es conveniente que sigan regímenes y procesos asociativos, en el cual puedan tomar decisiones, trabajen en equipo para mejorar sus producción, logrando un mayor nivel competitivo, convirtiéndose en producto estrella.

4.4.7 Matriz de posicionamiento

EL MAPA DE POSICIONAMIENTO O MATRIZ DE POSICIONAMIENTO DEL GREMIO AGROPRODUCTIVO MAICERO EN LA COMUNA LAS BALSAS.

Para posicionar el producto en la mente del consumidor en relación a sus competidores se empleará estrategias de marketing que permitan a través de un análisis detectar las necesidades que se existe en el entorno.

Es por ello, que dentro de este proceso se analizará la situación actual (matriz FODA) en la que se sitúa la asociación, para explotar las fortalezas que permitan que el producto se comercialice de manera eficiente en el mercado competitivo al que se está dirigido. No cabe duda, que los productos en relación a nuestros competidores se diferencian por mantener un alto estándar de calidad, diversificación de diseños, a precios asequibles.

Por tal razón que se empleará una campaña de marketing, a fin que los productos ofrecidos ganen mercado y de esta manera potencializar la actividad de la asociación. La exactitud del mapa de posicionamiento de la asociación se dará en base a un análisis y evaluación de indicadores en base a las siguientes atribuciones:

CUADRO # 37 Percepción del producto en el mercado

PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO EN EL MERCADO	
ATRIBUTOS	Maíz
Calidad	✓
Precio	✓
Presentación	✓

Fuente: Gremio de Maiceros de la Comuna las Balsas.

Elaborado por: Gina Chicaiza. Párraga

Atributos que permitirán identificar a nuestra empresa grandes oportunidades, en reciprocidad de los competidores y a tomar los correctivos necesarios para una toma de decisiones que permita a la asociación emplear las estrategias adecuadas para promocionar los productos.

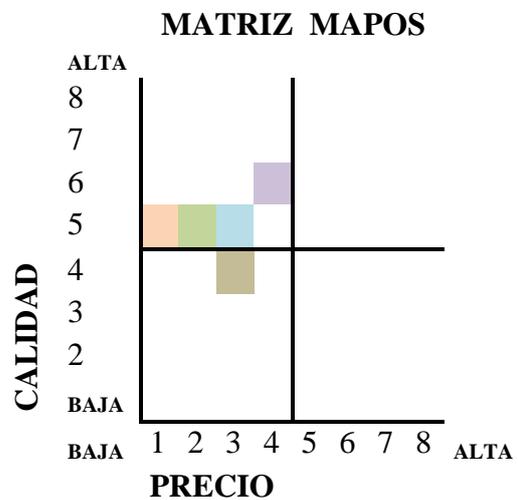
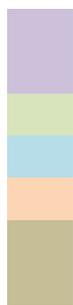
MATRIZ DE POSICIONAMIENTO DEL GREMIO AGROPECUARIO MAICERO EN LA COMUNA LAS BALSAS.

La matriz de posicionamiento nos ayuda a dar el enfoque en posición nos encontramos con referente a los demás competidores que se encuentran en la provincia de Santa Elena.

GRÁFICO # 37 Mapos de los maiceros de las Balsas

PRODUCTORES

Gremio Maicero Las Balsas
 Cerezal Bellavista
 Bambil desecho
 C. Salanguillo
 Manantial de Guangala



Fuente: Investigación Directa
 Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

De acuerdo a la matriz de posicionamiento se puede llegar a la conclusión que el Gremio Agroproductivo de maiceros de la comuna Las Balsas, mantiene un mayor nivel de calidad del maíz, por lo cual tiene un potencial que destacar; sin embargo los precios tienden a ser cambiantes, pero regularmente sus precios se

encuentran en un estándar bajo. Es de esta manera que se llega a la conclusión que tiene una competitividad con las otras comunidades aledañas.

4.5 ESTRATEGIAS DE ASOCIATIVIDAD

Las estrategias de asociatividad que van a ser implementadas en el Gremio de Artesanos Agroproductivo de la Comuna Las Balsas, con la finalidad de juntar las fortalezas y oportunidades entre los integrantes para adquirir una ventaja competitiva en el mercado, determinando objetivos y metas en común para aprovechando el potencial que tienen como agricultores para poner en marcha las estrategias, recalcando su independencia jurídica.

Es así que en primera instancia se debe fomentar dicha cultura empresarial y el trabajo en equipo, para que de allí se rijan a lineamientos asociativos, los mismos que ayudarán a la toma de decisiones para el beneficio de todos los integrantes; posteriormente se aplicarán políticas administrativas, mercadológicas y de precios; logrando de esta manera una mayor organización y facilidad de captar nuevos mercados, además que debido al factor globalización es factible estas nuevas formas de negocios.

En este estudio se promueve un tipo de cooperación horizontal, la misma que hace referencia a la integración de personas que se dediquen al mismo tipo de actividad, ofrecen el mismo producto y por ende compiten en el mismo mercado, sin embargo este plan consiste en unificar fortalezas para convertirse en un tipo de asociatividad firme y sostenible.

CUADRO # 38 Ventajas y desventajas de formar una asociatividad

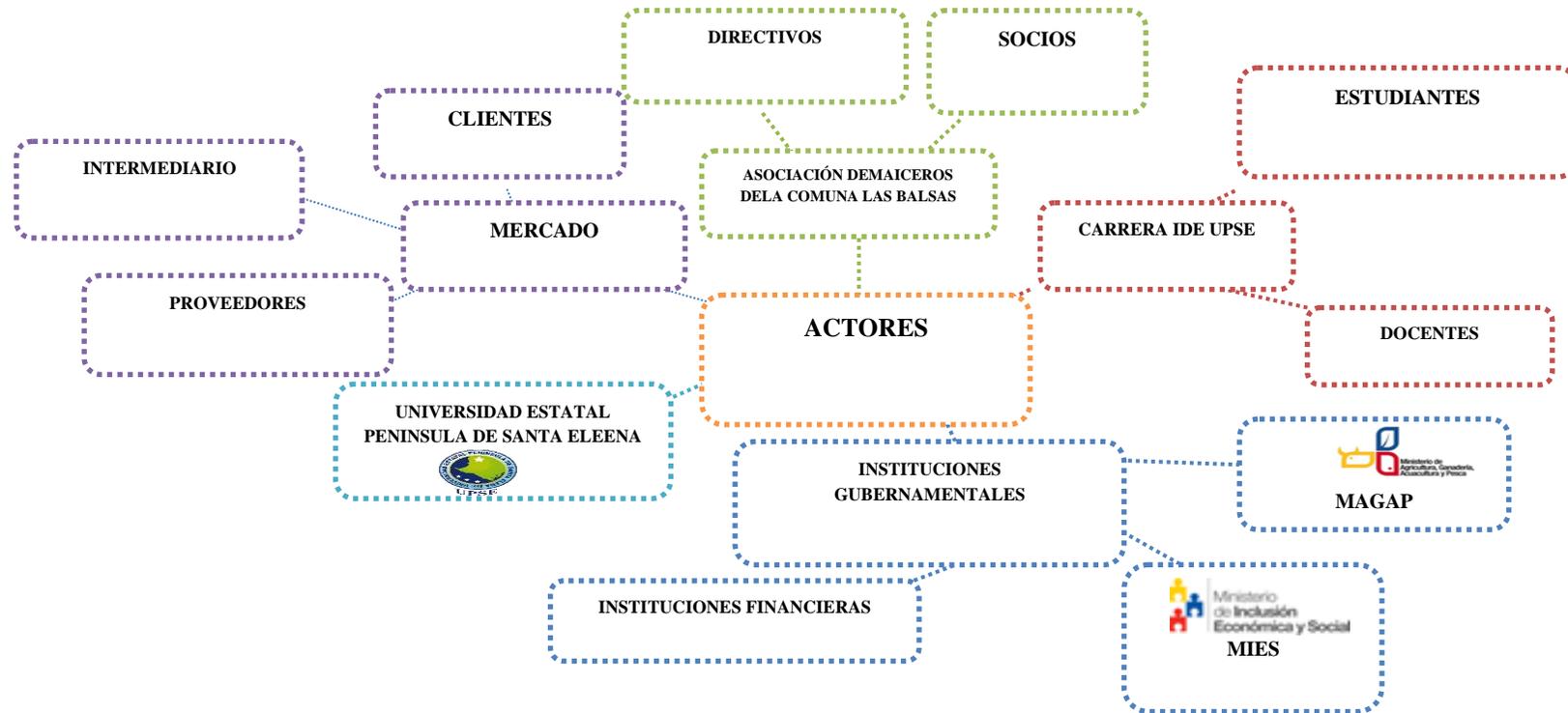
Situación de Agrupaciones sin Asociarse	Situación de Agrupaciones Asociadas
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Aumentan los Costos de producción. ◆ Menor posibilidad de captar nichos de mercados. ◆ Bajo nivel de producción. ◆ Bajo nivel de calidad en la producción. ◆ Existe poco control y organización. ◆ No hay oportunidad de adquirir más conocimientos. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Reducen los costos de producción. ◆ Se captan nuevos mercados. ◆ Mayor nivel de producción ◆ Aumenta la calidad de los productos agrícolas (maíz) ◆ Aumenta la calidad de la producción. ◆ Se encuentran organizados ◆ Mejoran los conocimientos de producción y comercialización.

Fuente: Gremio de Maiceros de la Comuna las Balsas.

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga.

4.5.1 Actores de la asociatividad

GRÁFICO # 38 Actores de la Asociatividad



Fuente: Gremio de Maiceros de la Comuna las Balsas.

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga.

4.5.2 Políticas administrativas

Políticas del Comité Administrativo

- a) Velar por los derechos y obligaciones del Gremio Agroproductivo maicero de la Comuna Las Balsas.
- b) Controlar la labor agrícola del Gremio.
- c) Promover una adecuada cultura organizacional.
- d) Fomentar un mayor nivel de organización.
- e) Controlar las gestiones administrativas del gremio

Políticas del Gremio AMP (Asociación Maicera Peninsular)

- a) Desempeñar las labores de producción y comercialización, mediante los procesos adecuados, cumpliendo los tiempos establecidos.
- b) Trabajar en equipo.
- c) Asistir a los programas de capacitación y reuniones requeridas.
- d) Mantener valores éticos y morales, como el respeto, puntualidad, responsabilidad, entre otros.
- e) Adoptar las disposiciones establecidas como asociatividad.

4.5.3 Políticas económicas

Políticas del mercado

- a) Transmitir una imagen de seguridad al cliente.
- b) Mantener excelentes relaciones interpersonales con clientes y proveedores.

- c) Promover y dar a conocer la calidad y beneficios de los productos agrícolas.
- d) Respetar las disposiciones del mercado.

Políticas de ventas

- a) Respetar los precios establecidos.
- b) Las ventas serán realizadas al contado.
- c) Evidenciar el nivel de ventas monetariamente y en cantidades.

4.5.4 Tipos de estrategias

1) Penetración en el mercado

Este tipo de estrategia es una de las más preponderantes, debido a que mediante la ejecución de la misma se logrará aumentar el nivel de ventas en el mercado, obteniendo de tal manera el reconocimiento y la participación del mismo. Es así como mediante estas estrategias mercadológicas se difundirá el producto.

- a) Tarjetas de presentación.
- b) Página web.
- c) Eventos y Ferias.

2) Estrategia de Competitividad

El tipo de estrategia de competitividad más adecuada a aplicar en la presente propuesta está basada en la diferenciación del producto, por tal motivo se crea la marca para que sea reconocida y posicionada en el mercado, considerando

asimismo la calidad y el tipo de empaque que permita mantener en un buen estado el producto como es el maíz.

3) Estrategia de Desarrollo de mercado Interno

Este tipo de estrategia consiste en comprometer a los integrantes de la asociación a ejecutar nuevas y mejoradas técnicas en actividades como producción y comercialización, por tal motivo es necesario que se cumpla con los regímenes de asociatividad, para ser aplicar capacitaciones en temas como:

- a) Capacitación de Liderazgo y Emprendimiento.
- b) Capacitación de Asociatividad.
- c) Capacitación de Recursos Humanos.
- d) Capacitación de Ventas.

4.6 PROGRAMAS

- a) **Programa de Marketing.-** Hace referencia a la manera de difundir y posicionar el producto y la marca en el mercado, determinando las técnicas mercadológicas más idóneas, considerando los gustos y preferencias de los clientes logrando de tal manera la fidelidad de éstos.
- b) **Programa de Recursos Humanos.-** Dicho programa de recursos humanos hace énfasis en la sensibilización de los agricultores de la comuna Las Balsas acerca de temas de emprendimiento y las formas de negocio y de comercialización; modelos que pueden adaptar al tipo de asociatividad que se propone.

4.7 PROYECTOS

- a) **Tarjetas de Presentación.-** Las tarjetas de presentación permitirán que los clientes conozcan acerca de la identidad de la asociación, facilitando la información del mismo y su localización, por ello se emitirán dichas tarjetas a los clientes para que difundan la información.
- b) **Página Web.-** Las páginas web son una excelente opción para dar a conocer el tipo de producción del maíz e incluso abarcar nuevos nichos de mercado, dando una nueva opción de comercialización.
- c) **Eventos y Ferias.-** Esta es una de las principales estrategias de ventas, debido que las ferias agrícolas son la mayor oportunidad de dar a conocer a las personas de la calidad del producto que cultivan, además de aprovechar hacer contactos con clientes y demás agricultores como una oportunidad más de aprendizaje.

CUADRO # 39 Presupuesto de las estrategias de penetración en el mercado

ESTRATEGIA DE PENETRACIÓN EN EL MERCADO				
	Tarjetas de Presentación	Página Web	Eventos y Ferias	TOTAL
Enero	\$ 30,00	\$ 40,00	\$ 150,00	\$ 220,00
Febrero		\$ 40,00		\$ 40,00
Marzo	\$ 30,00	\$ 40,00	\$ 150,00	\$ 220,00
Abril		\$ 40,00		\$ 40,00
Mayo	\$ 30,00	\$ 40,00	\$ 150,00	\$ 220,00
Junio		\$ 40,00		\$ 40,00
Julio	\$ 30,00	\$ 40,00	\$ 150,00	\$ 220,00
Agosto	\$ 30,00	\$ 40,00		\$ 70,00
Septiembre		\$ 40,00	\$ 150,00	\$ 190,00
Octubre	\$ 30,00	\$ 40,00		\$ 70,00
Noviembre		\$ 40,00		\$ 40,00
Diciembre	\$ 30,00	\$ 40,00	\$ 150,00	\$ 220,00
TOTAL	\$ 210,00	\$ 480,00	\$ 900,00	\$ 1590,00

Fuente. Investigación Directa

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga.

Creación de una marca.- La creación de una marca implica el poseer una identificación, mediante un logo y eslogan, para el reconocimiento en el mercado del producto, que en este caso es el maíz; por lo tanto es importante que el cliente identifique el producto de los demás.

CUADRO # 40 Presupuesto de la estrategia de competitividad

DETALLE	VALOR
Creación de una marca	\$200,00
TOTAL	\$200,00

Elaborado por: Gina Chicaiza. Párraga

LOGO

GRÁFICO # 39 Logo para la asociación de maiceros de la comuna Las Balsas



Elaborado por: Gina Chicaiza. Párraga

PRODUCTO

GRÁFICO # 40 Empaque para la asociación de maiceros de la comuna Las Balsas



Elaborado por: Gina Chicaiza. Párraga

PLAN DE CAPACITACIÓN PARA LA ASOCIACIÓN DE MAICEROS DE LA COMUNA LAS BALSAS PROVINCIA DE SANTA ELENA

CAPACITACIÓN SOBRE LIDERAZGO Y EMPRENDIMIENTO:

Objetivo:

Fomentar nuevas formas de liderazgo en la asociación de maiceros de la comuna Las Balsas, mediante técnicas actuales de emprendimiento, para el mejoramiento de los procesos de gestión administrativa en la toma de decisiones, logrando el beneficio mutuo, el bien común.

CONTENIDO:

Principios del Liderazgo

- a) ¿Qué es liderazgo y líder?
- b) Líder o jefe
- c) Tipos de Liderazgo.
- d) Cómo ser un buen líder

Formas de comunicación

- a) El líder y su equipo de trabajo.
- b) Actitud frente a sus colaboradores.
- c) Habilidades y formas de comunicación.
- d) Líder y coach
- e) Manejos de equipos de trabajo.

Líder y Emprendimiento

- a) Cómo emprende un líder
- b) Rol de un líder
- c) El líder y la empresa

CUADRO # 41 Cronograma de capacitación de liderazgo y motivación

Día del evento	EVENTO	TEMA		LUGAR
05 de enero del 2014	Módulo	Principios del Liderazgo		Casa comunal de Las Balsas.
12 de enero del 2014	Módulo	Formas de comunicación		
19 de enero del 2014	Módulo	Líder y Emprendimiento		
Materiales a Utilizar	(Participantes)		(Instructor)	
	a. Manual de los temarios b. Libreta de anotaciones c. Lapicero, lápiz y borrador		a. Manual de los temarios b. Laptop, Infocus o proyector, c. Pizarra, plumón y borrador	

Fuente: Gremio de Maiceros de la Comuna las Balsas.

Elaborado por: Gina Chicaiza. Párraga

CAPACITACIÓN DE ASOCIATIVIDAD

Objetivo:

Promover la nueva forma de asociatividad entre los integrantes de la asociación de maiceros de la comuna Las Balsas, mediante técnicas de asociación, para adquirir ventaja competitiva.

CONTENIDO:

Nociones de Asociatividad

- a) ¿Qué es una asociatividad?
- b) Formas de Asociatividad.
- c) Ventajas y desventajas de asociarse.

La Cadena Productiva

- a) ¿Qué es una cadena productiva?
- b) ¿Cuáles son los elementos de una cadena productiva?
- c) Proceso de una cadena productiva.

Canales de distribución

- a) ¿Qué es un Canal de distribución?
- b) ¿Cuáles son los canales de distribución?
- c) Cómo funciona un canal de distribución.

Competitividad

- a) ¿Qué es la competitividad empresarial?

b) ventaja comparativa y ventaja competitiva?

c) ¿Cómo adquirir ventaja competitiva?

CUADRO # 42 Cronograma de capacitación en asociatividad

Día del evento	EVENTO	TEMA	LUGAR
02 de febrero del 2014	Módulo	Nociones de Asociatividad	Casa comunal de Las Balsas.
9 de febrero del 2014	Módulo	Cadena Productiva	
16 de febrero del 2014	Módulo	Canales de Distribución	
23 de febrero del 2014	Módulo	Competitividad	
Materiales a Utilizar	(Participantes)		(Instructor)
	a. Manual de los temarios b. Libreta de anotaciones c. Lapicero, lápiz y borrador		a. Manual de los temarios b. Laptop, Infocus o proyector, c. Pizarra, plumón y borrador

Fuente: Gremio de Maiceros de la Comuna las Balsas.

Elaborado por: Gina Chicaiza Parraga

CAPACITACIÓN SOBRE RECURSOS HUMANOS:

Objetivos:

Adquirir herramientas de gestión de recursos humanos, mediante la aplicación de nuevas técnicas, para lograr un ambiente de trabajo.

CONTENIDO:

Nociones de Recursos Humanos

- a) Definición de Recursos Humanos
- b) La aplicación de Recursos Humanos en los equipos de trabajo
- c) El Recurso humano y el ambiente laboral

Ética profesional

- a) Valores éticos y morales
- b) ¿Qué es ética profesional?
- c) La empatía.
- d) Clases de negociación.

Trabajo en equipo

- a) ¿Cómo trabajar en equipo?
- b) ¿Cuáles son las bases de un equipo de trabajo?.
- c) Finalidad de un trabajo en equipo.
- d) Compañerismo y organización

Ambiente Laboral

- a) Metas organizacionales y personales
- b) Eficiencia + Eficacia= Efectividad.
- c) Relaciones interpersonales.

CUADRO # 43 Cronograma de capacitación de recursos humanos

Día del evento	EVENTO	TEMA	LUGAR
02 de marzo del 2014	Módulo	Nociones de recursos humanos	Casa comunal de Las Balsas.
09 de marzo del 2014	Módulo	Ética profesional	
16 de marzo del 2014	Módulo	Trabajo en Equipo	
23 de marzo del 2014	Módulo	Ambiente laboral	
Materiales a Utilizar	(Participantes)		(Instructor)
	a. Manual de los temarios b. Libreta de anotaciones c. Lapicero, lápiz y borrador		a. Manual de los temarios b. Laptop, Infocus o proyector, c. Pizarra, plumón y borrador

Fuente: Gremio de Maiceros de la Comuna las Balsas.

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

CAPACITACIÓN SOBRE VENTAS:

Objetivos

Adquirir herramientas mercadológicas, mediante nuevas técnicas de ventas, para el incremento del nivel comercial.

CONTENIDO:

Captación de clientes

- a) ¿Cómo tratar a los clientes?
- b) Satisfacción y expectativa de los clientes
- c) Cliente, consumidor, usuario.
- d) Manejo de objeciones

Mercadotecnia y técnicas de venta

- a) Publicidad y promoción.
- b) El poder de la marca
- c) Posicionamiento en el mercado
- d) Fidelidad del cliente

Vendedor

- a) Características de un vendedor.
- b) Tendencias actuales de venta
- c) Proceso de venta
- d) Cierre de venta.

Oferta y demanda

- a) La Oferta y demanda.
- b) Características de una oferta
- c) Tipos demanda

CUADRO # 44 Cronograma de capacitación de ventas

Día del evento	EVENTO	TEMA	LUGAR
06 de enero del 2014	Módulo	Atención al clientes	Casa comunal de Las Balsas.
13 de enero del 2014	Módulo	Mercadotecnia y técnicas de venta	
20 de enero del 2014	Módulo	Vendedor	
27 de enero del 2014	Módulo	Oferta y Demanda	
		(Participantes)	(Instructor)
Materiales a Utilizar	<ul style="list-style-type: none"> a. Manual de los temarios b. Libreta de anotaciones c. Lapicero, lápiz y borrador 	<ul style="list-style-type: none"> a. Manual de los temarios b. Laptop, Infocus o proyector, c. Pizarra, plumón y borrador 	

Fuente: Gremio de Maiceros de la Comuna las Balsas.
Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga.

MODALIDAD: Este plan de capacitación será aplicado mediante módulos, que contienen temas de gran relevancia e interés; a los integrantes de la asociación de maiceros, teniendo una duración de 3 a 4 horas cada tema.

COORDINACIÓN: Cada programa de capacitación será coordinado y dirigido por la Sra. Gina Chicaiza representando a la Universidad Estatal Península de Santa Elena y los directivos de la asociación.

DIRIGIDOS A: Los módulos están dirigidos a los integrantes de la asociación de maiceros de la comuna Las Balsas.

INSTRUCTOR O FACILITADOR: El instructor o facilitador debe estar capacitado para impartir dichos módulos, es así que se van a considerar a profesionales y estudiantes con las aptitudes y actitudes requeridas que pertenezcan a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

POLÍTICAS:

- a) Los integrantes de la asociación deben asistir a cada uno de los módulos, cumpliendo al mínimo un 90% de la participación.
- b) Rendir las evaluaciones que se requieren en cada módulo para la medición de los conocimientos.
- c) Cada integrante recibirá un certificado de participación y aprobación de los cursos.
- d) Los módulos serán totalmente gratuitos, formando nexos con la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

CUADRO # 45 Presupuesto de las capacitaciones

RECURSOS ¹	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO USD \$	COSTO TOTAL USD \$
<i>Recursos Materiales</i>				
Material Impresos	-	-	-	\$ 160,00
Infocus o proyector alquiler	1	6	30	\$ 180,00
Cartucho Canon color	1	3	20	\$ 60,00
Resmas Papel bond,	1	6	4	\$ 18,00
Empastado.	-	-	-	\$ 60,00
Anillados.	-	-	-	\$ 15,00
Papelería a utilizar.	-	-	-	\$ 100,00
Bolígrafos	1	15	0,35	\$ 5,00
Laptop				\$ 400,00
Transporte.	-	-	-	\$ 150,00
Almuerzos				\$ 50,00
Refrigerios	-	-	-	\$ 50,00
<i>Presupuesto</i>				
TOTAL GENERAL				\$ 1.248,00

Fuente: Gremio de Maiceros de la Comuna las Balsas.

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

4.8 LINEAMIENTOS DE LA ASOCIATIVIDAD

En este punto se hace referencia a las fases que se van a seguir para el fortalecimiento de la competitividad, comprendiendo procedimientos como canales de distribución y la cadena productiva de dicha asociación.

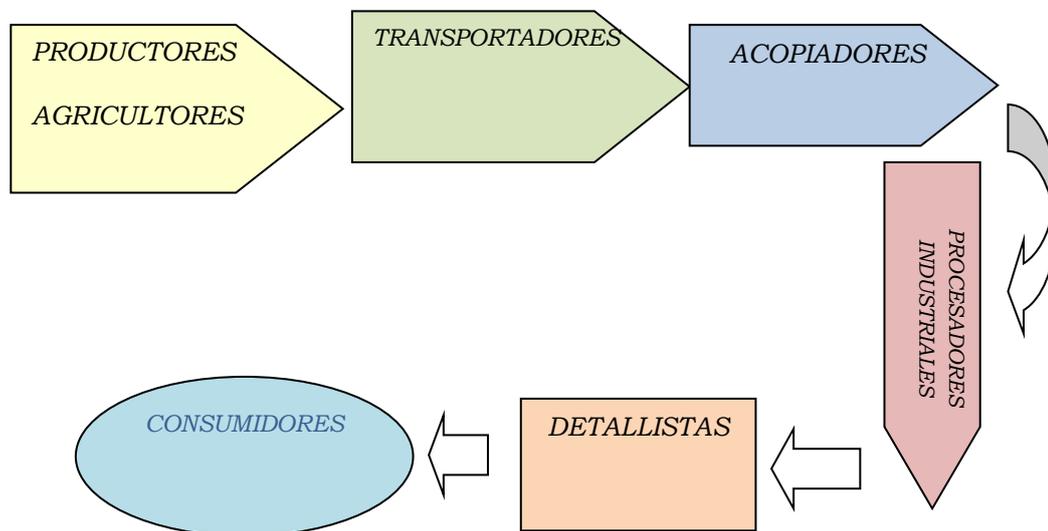
4.8.1 Distribución de la producción o “canales de distribución”

El Gremio Agroproductivo de Maiceros de la Comuna Las Balsas, con las estrategias de asociatividad implementadas, tendrá mejores oportunidades de aperturas a nuevos mercados; por lo cual su canal de distribución es productor-consumidor final.

De esta manera se puede indicar que la producción sería distribuida a: las granjas avícolas, porcinas, vacunos, siendo éstos los consumidores finales, sin existir algún tipo de intermediación.

4.8.2 Proceso de la cadena productiva

GRÁFICO # 41 Proceso de la cadena productiva



Fuente: Gremio de Maiceros de la Comuna las Balsas.

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

El proceso de cadena productiva comprende una serie de factores que participan desde la producción como materia prima, su procesamiento hasta llegar al consumidor final.

En este el Gremio Agroproductivo será parte de la cadena productiva, siendo los agricultores los que cultivan y recolectan el maíz, estará situado en la misma comuna, para posteriormente comercializarlos al consumidor final. Es así que el

Gremio Agroproductivo de Maiceros será parte de la cadena productiva, como productores.

4.8.3 Análisis de costos de producción

Los costos de producción son aquellos valores que se requieren para la producción; en este caso el maíz, por tal motivo se va a considerar costos de:

- a) **Materia Prima:** Se hace referencia a la compra de las semillas.
- b) **Mano de Obra:** Implica las horas trabajo hombre; en este caso, para el cultivo, el cuidado y supervisión del mismo y la recolección del maíz.
- c) **C.I.F:** Como costos indirectos de fabricación se considera la utilización de abonos, fertilizantes, fungicidas, pesticidas y agua para su cuidado.

CUADRO # 46 Costo de producción de maíz

CONSUMO Y LABOR	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO US	COSTO TOTAL US \$
				1.119,75
1. PREPARACIÓN DE TERRENO Y SIEMBRA				168,00
1.1.	Desmaleza	Jornal	9	12,00
1.2.	Quema	Jornal	1	12,00
1.3.	Siembra	Jornal	4	12,00
				228,00
2. LABORES CULTURALES				228,00
2.1.	Aplicación	Jornal	2	12,00
2.2.	A. insecticida	Jornal	6	12,00
2.3.	Aplicación	Jornal	4	12,00
2.4.	Aplicación	Jornal	2	12,00
2.5.	Cosecha	Jornal	5	12,00
				513,10
3. FERTILIZANTES				513,10
Urea	Saco 50 Kg.	6	32,50	195,00
Fertilizantes MA.	Saco 50 Kg.	2	45,00	90,00
Muriato de potasio	Saco 50 Kg.	1	38,50	38,50
Sulfato magnesio	Saco 50 Kg.	1	17,50	17,50
Ácido fosfórico	Kilos	10	14,50	145,00
Stimufol	Kilos	1	3,85	3,85
Evergreen	Litros	1	18,50	18,50
Best-K	Litros	1	13,50	13,50
				210,65
4. INSUMO				210,65
Semilla PIONER	Saco de 20 kl	1	130,00	130,00
Glifosato	Litros	2	7,50	15,00
Karatezeon	Frasco 200cc.	1	22,40	22,40
Metralla	Sobre 150gr.	1	15,00	15,00
Disparo	Litros	1	18,00	18,00
Semenvin	Frasco 250.cc	1	3,75	3,75
Gramoxone	Litros	1	6,50	6,50
B. RENDIMIENTO ESPERADO RENDIMIENTO POR HA.		VALOR		TOTAL DÓLARES
125 SACOS Kg.		15,00		1.875,00
Costos directos US\$			1.119,75	
Rendimiento/Ha. US\$			1.875,00	
Utilidad aproximada US\$			755,25	

Fuente: Gremio de Maiceros de la Comuna las Balsas.

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

4.8.4 Análisis de precios de mercado

En cuanto al precio en el mercado del maíz se puede recalcar que los precios de los productos agrícolas son regulados por el MAGAP (Ministerio de agricultura ganadería y pesca), en beneficio de los productores. Por tal motivo actualmente su precio es de \$16,50; precio que tendrá que ser respetado por todos los productores de maíz del país. Sin embargo hay que considerar que la determinación del precio de este bien es cambiante puesto que interfieren factores como el clima, por lo tanto sufrirá ciertas variaciones en su precio, aunque se cuenta con el amparo del MAGAP.

4.8.5 Diagrama de flujos

La presente gráfica muestra el diagrama de flujo que va a tener de guía el Gremio Agroproductivo de Maiceros de las Balsas; por lo cual se hace presente la línea de cadena productiva, donde se tienen como referencia los procesos de recolección del maíz, hasta llegar al consumidor final, detallándose los procedimientos o pasos a seguir, para cumplir a cabalidad, con dicho sistema, logrando de esta manera productos de calidad y con las respectivas normas, controlando los procesos.

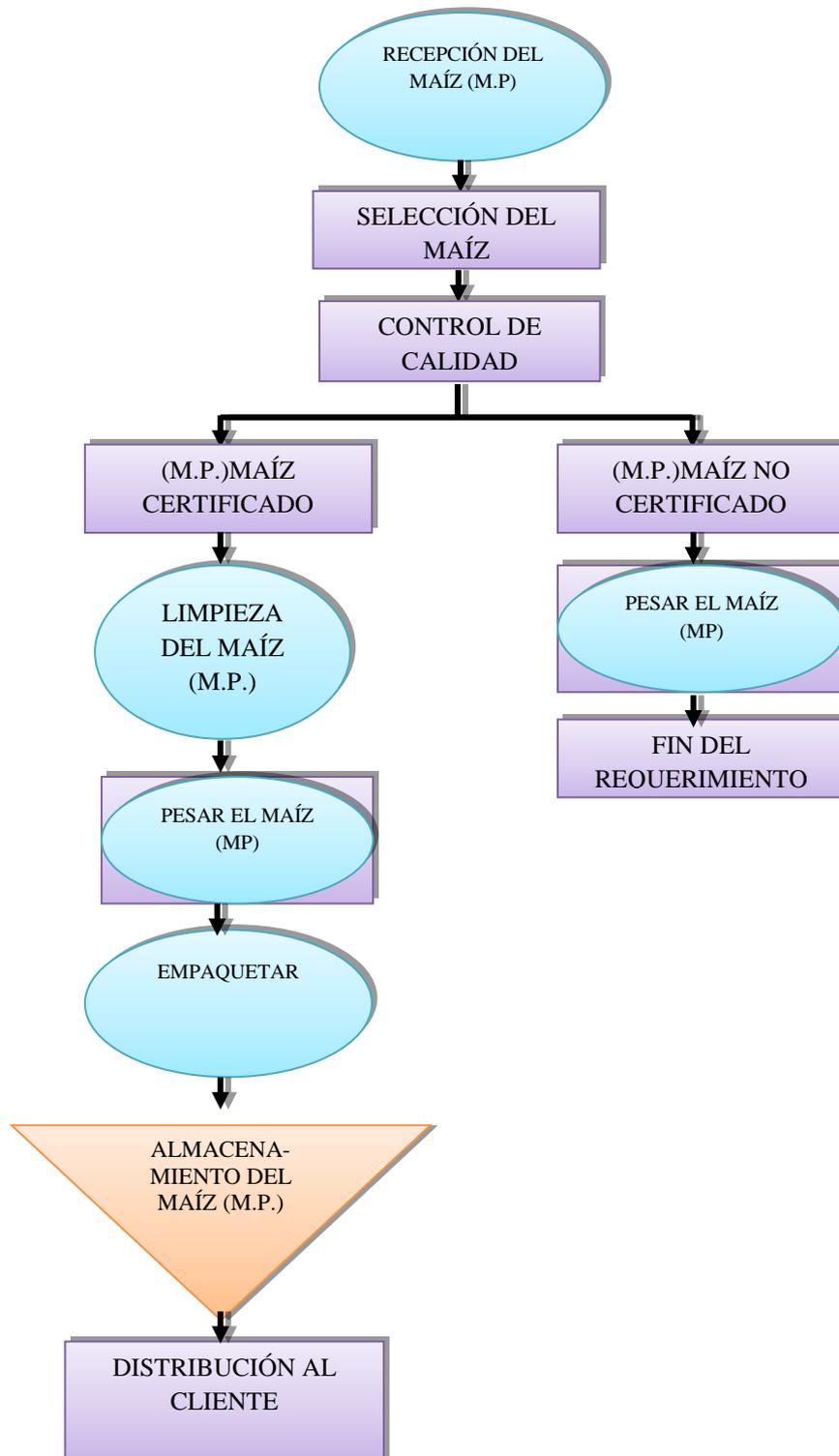
CUADRO # 47 Simbología del diagrama de flujo

ACTIVIDAD	ACCIÓN PREDOMINANTE	SÍMBOLO
Operación	Produce, realiza, modifica y lleva adelante el proceso.	
Inspección	Verifica la cantidad o la calidad.	
Transporte	Mueve o traslada.	
Almacenamiento	Posee, retiene o almacena.	
Retraso	Interferencias o retrasos.	

Fuente: Gremio de Maiceros de la Comuna las Balsas.

Elaborado por: Gina Chicaiza.

GRÁFICO # 42 Flujo de proceso



Fuente: Gremio de Maiceros de la Comuna las Balsas.

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga.

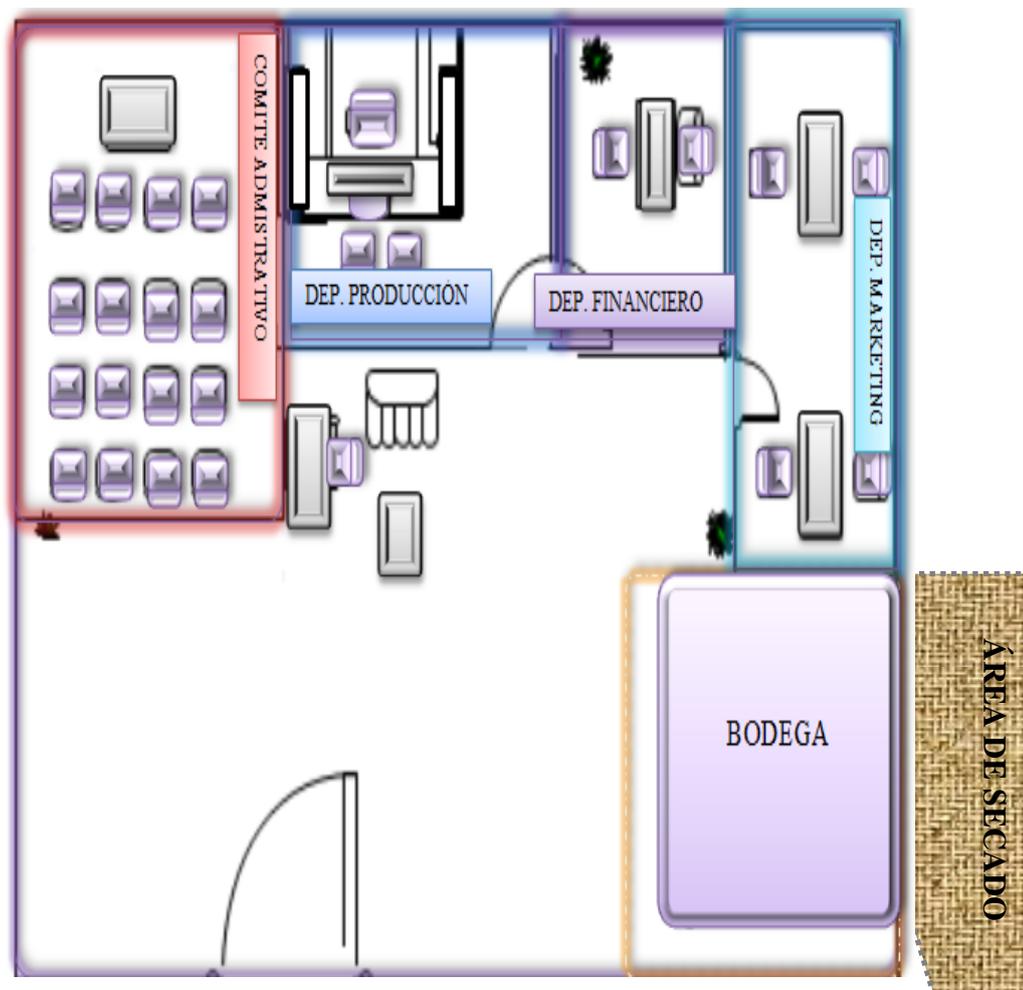
4.8.5.1 Procedimiento del diagrama de flujo

Entre los procedimientos del diagrama de flujo se encuentra el sistema productivo que se va a llevar a cabo dentro de la asociatividad por tal motivo se demuestran los siguientes pasos:

- a) **La recepción del maíz.-** Es el momento en la que se recepta toda la producción del maíz de los socios agricultores en las instalaciones de la asociación.
- b) **Selección del maíz.-** Una vez que se ha recolectado el maíz se procede a hacer una selección de este, escogiendo a los que cumplan un estándar de calidad adecuado, siendo calificado y apto para el consumo de cliente.
- c) **Limpieza del maíz.-** Posteriormente a la selección del maíz se limpia, de esto van a estar encargado los mismos agricultores, eliminando de esta manera las impurezas del maíz.
- d) **Pesar el maíz.-** Asimismo se pesa el maíz, en este caso va a ser por quintales puesto que esta es la medida que se va a expender el producto hacia los clientes.
- e) **Empaquetar.-** Una vez pesado el producto, se procede a empaquetarlos en sacos, para de esta manera se conserve el maíz de una manera adecuada y pueda llegar a los clientes en excelentes condiciones.
- f) **Almacenamiento del maíz.-** Posteriormente al empaquetado se procede en una pequeña bodega a acopiar el maíz manteniéndolo en un ambiente adecuado para su conservación.
- g) **Distribución al cliente.-** Esta etapa hace énfasis en la comercialización del maíz, por lo cual se expenderá a los consumidores y clientes ya con los estándares de calidad adecuados.

4.8.6 Distribución de la planta

GRÁFICO # 43 Distribución de la planta



Fuente: Ing. Manuel Vascones

Elaborado por: Gina Chicaiza Parraga

A continuación se presenta la distribución del lugar de trabajo del Gremio Agroproductivo de Maiceros de la comuna Las Balsas, compuesto por una bodega para el almacenamiento del maíz, tres oficinas para los coordinadores de producción, finanzas y marketing; contando con una sala de espera, de esta manera estará dividida la planta para un mejor proceso de producción y comercialización, facilitando los mismos y para un mejor eficiencia, eficacia y mayor efectividad.

4.9 ESTUDIO FINANCIERO ASOCIACIÓN DE MAICEROS DE LA COMUNA LAS BALSAS

PRESUPUESTO GENERAL SIN ASOCIATIVIDAD

CUADRO # 48 Presupuesto general sin asociatividad

		Mensual		Anual	
INGRESOS			\$ 7.125,00		\$ 85.500,00
VENTAS		\$ 7.125,00		\$ 85.500,00	
Quintal de maíz	\$ 15,00	475		5700	
EGRESOS			\$ 3.420,00		\$ 41.040,00
GASTOS DE OPERACIÓN		\$ 3.420,00		\$ 41.040,00	
Combustible	\$ 168,00	\$ 3.192,00		\$ 38.304,00	
Alquiler de maquinarias	\$ 12,00	\$ 228,00		\$ 2.736,00	
UTILIDAD NETA			\$ 3.705,00		\$ 44.460,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

En el presente cuadro se refleja el presupuesto actual del Gremio Agroproductivo Maicero de Las Balsas, en la cual se han considerado a 19 socios que han decidido formar una asociación, sin embargo estos son los valores que se manejan al no trabajar mediante una asociatividad; por lo se indica que las utilidades de los 19 socios al trabajar de manera individual no es tan alta puesto que los costos deben asumirlos cada uno de ellos y no como un grupo ya conformado, dando como resultado una utilidad de \$3.705 mensual que dividido entre los 19 integrantes da un resultado de \$195 para cada uno cada mes, dando un total de ingresos al año de \$44.460.

PRESUPUESTO GENERAL CON ASOCIATIVIDAD

CUADRO # 49 Presupuesto general con asociatividad

		Mensual		Anual	
INGRESOS			\$ 8.382,94		\$ 100.595,25
VENTAS		\$ 12.500,00		\$ 150.000,00	
Quintal de maíz	15	833		10000	
Costos de producción		\$ 4.117,06		\$ 49.404,75	
EGRESOS			\$ 2.355,71		\$ 28.268,55
PERSONAL		\$ 2.096,05		\$ 25.152,60	
Sueldos		\$ 1.750,00		\$ 21.000,00	
Coordinador General	\$ 350,00				
Secretario	\$ 350,00				
Coordinador de Producción	\$ 350,00				
Coordinador de Finanzas	\$ 350,00			\$ 350,00	
Coordinador de Comercialización	\$ 350,00			\$ 1.649,40	
IESS	\$ 27,49	\$ 137,45		\$ 1.649,40	
Aporte Patronal	\$ 35,72	\$ 178,60		\$ 2.143,20	
Viáticos y transporte		\$ 30,00		\$ 360,00	
GASTOS DE OPERACIÓN		\$ 127,16		\$ 1.525,95	
Alquiler de Maquinaria		\$ 100,00		\$ 1.200,00	
Servicios Básicos		\$ 8,75		\$ 105,00	
Suministro de Oficina		\$ 18,41		\$ 220,95	
GASTOS GENERALES		\$ 132,50		\$ 1.590,00	
Atención al cliente		\$ 132,50		\$ 1.590,00	
UTILIDAD NETA			\$ 6.027,23		\$ 72.326,70

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Gina Chicaiza Parraga

A continuación se puede apreciar el presupuesto con asociatividad basado en la actividad productiva agrícola, en este caso ya denominado Asociación de Maiceros de la Comuna Las Balsas, Provincia de Santa Elena; por lo cual se han implementado otras actividades como asociatividad como es la publicidad y las remuneraciones; es así que brinda un resultado de \$6.027,73 mensual, por lo cual a cada socio le corresponde un total de \$317 cada mes, dando algo más representativo a su trabajo y ganando un aproximado al sueldo básico, recalando que las utilidades irán aumentando a medida del desarrollo de la producción.

CUADRO # 50 Presupuesto de servicios básicos

ASOCIACION DE MAICEROS
SERVICIOS BÁSICOS
EXPRESADO EN DOLARES

CONSUMO TOTAL

PRODUCTOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
Energía Eléctrica	\$ 40,00	\$ 42,00	\$ 44,10	\$ 46,31	\$ 48,62	\$ 221,03
Agua Potable	\$ 40,00	\$ 42,00	\$ 44,10	\$ 46,31	\$ 48,62	\$ 221,03
Teléfono	\$ 25,00	\$ 26,25	\$ 27,56	\$ 28,94	\$ 30,39	\$ 138,14
Total	\$ 105,00	\$ 110,25	\$ 115,76	\$ 121,55	\$ 127,63	\$ 580,19

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Gina Chicaiza Parraga

ASOCIACION DE MAICEROS
SERVICIOS BÁSICOS
EXPRESADO EN DOLARES

CONSUMO ASOCIATIVO

PRODUCTOS	%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
Energía Eléctrica	25%	\$ 10,00	\$ 10,50	\$ 11,03	\$ 11,58	\$ 12,16	\$ 55,26
Agua Potable	30%	\$ 12,00	\$ 12,60	\$ 13,23	\$ 13,89	\$ 14,59	\$ 66,31
Teléfono	35%	\$ 8,75	\$ 9,19	\$ 9,65	\$ 10,13	\$ 10,64	\$ 48,35
Total		\$ 30,75	\$ 32,29	\$ 33,90	\$ 35,60	\$ 37,38	\$ 169,91

Fuente: investigación Directa

Elaborado por: Gina Chicaiza Parraga

Con respecto al consumo de servicios básicos que se requerirán dentro de la asociación, se puede observar que se ha determinado un porcentaje que se disminuirá por el costo de cada servicio al asumir dichos valores de manera asociativa en este caso entre los 19 integrantes.

CUADRO # 51 Presupuesto de inversión de activos fijos

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS									
DEPRECIACIÓN									
EXPRESADO EN DOLARES									
Cantidad	Activos Fijos	Valor Unitario	TOTAL	Ciclo de Vida	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
3	Computadora	\$ 750,00	\$ 2.250,00	3	\$ 749,99	\$ 749,99	\$ 749,99		
1	impresora	\$ 150,00	\$ 150,00	3	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00		
1	dispensador de agua	\$ 220,00	\$ 220,00	1	\$ 220,00				
3	escritorios	\$ 350,00	\$ 1.050,00	3	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00		
1	archivadores	\$ 200,00	\$ 200,00	3	\$ 66,67	\$ 66,67	\$ 66,67		
3	sillas de escritorios	\$ 50,00	\$ 150,00	3	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00		
20	sillas plásticas	\$ 5,00	\$ 100,00	3	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 33,33		
		\$ 1.725,00	\$ 4.120,00		\$ 1.519,98	\$ 1.299,98	\$ 1.299,98		
	TOTAL	\$ 1.725,00	\$ 4.120,00		\$ 1.519,98	\$ 1.299,98	\$ 1.299,98		
DEPRECIACIÓN ACUMULADA					\$ 1.519,98	\$ 2.599,97	\$ 4.119,9	\$ 4.120	\$ 4.120

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

A continuación se hace presente el presupuesto de inversión de activos fijos, en el cual se reflejan los activos que requerirá la asociación, llevando con efectividad sus operaciones administrativas y productivas; adquiriendo en este caso equipo de cómputo y equipo de oficina que son las más relevantes para mantener un mayor control en las diferentes actividades; por lo tanto se necesita de una inversión de \$4.120.

CUADRO # 52 Gastos de suministros para implementación de la asociatividad

DETALLE	CANTIDAD	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GATOS DE SUMINISTROS PARA IMPLEMENTACIÓN DE LA ASOCIATIVIDAD							
Resma de papel A-4	8	\$ 4,80	\$ 38,40	\$ 39,17	\$ 39,95	\$ 40,75	\$ 41,57
esferos	24	\$ 0,25	\$ 6,00	\$ 6,12	\$ 6,24	\$ 6,37	\$ 6,49
Lápices	12	\$ 0,25	\$ 3,00	\$ 3,06	\$ 3,12	\$ 3,18	\$ 3,25
Grapadora	3	\$ 2,35	\$ 7,05	\$ 7,19	\$ 7,33	\$ 7,48	\$ 7,63
caja de clips	3	\$ 0,50	\$ 1,50	\$ 1,53	\$ 1,56	\$ 1,59	\$ 1,62
cartuchos de impresoras CANON	2	\$ 75,00	\$ 150,00	\$ 153,00	\$ 156,06	\$ 159,18	\$ 162,36
caja de grapas	3	\$ 1,00	\$ 3,00	\$ 3,06	\$ 3,12	\$ 3,18	\$ 3,25
Perforadoras	3	\$ 3,00	\$ 9,00	\$ 9,18	\$ 9,36	\$ 9,55	\$ 9,74
Sacagrapas	3	\$ 1,00	\$ 3,00	\$ 3,06	\$ 3,12	\$ 3,18	\$ 3,25
TOTAL			\$ 220,95	\$ 225,37	\$ 229,88	\$ 234,47	\$ 239,16

Fuente: investigación Directa

Elaborada por: Gina Chicaiza Parraga

De igual manera se requiere de suministros e implementos de oficina para que las de esta manera las actividades administrativas especialmente se lleven a cabo de manera correcta: por lo cual se hace presente resmas de hojas, esferográficos, grapadoras, entre otros; dando en este caso un total de 220,95 en el primer año de operaciones y de esta manera va incrementando un mínimo porcentaje.

ESTADO DE RESULTADOS

CUADRO # 53 Estado de resultados

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Operacionales					
Ventas	\$ 170.000	\$ 176.800	\$ 194.480	\$ 217.818	\$ 248.312
Costos de Producción	\$ 49.404,75	\$ 49.404,75	\$ 49.404,75	\$ 49.404,75	\$ 49.404,75
Ventas Netas	\$ 120.595,25	\$ 27.395,25	\$ 45.075,25	\$ 68.412,85	\$ 98.907,31
TOTAL INGRESOS	\$ 20.595,25	\$ 127.395,25	\$ 145.075,25	\$ 68.412,85	\$ 198.907,31
Egresos Operacionales					
Gastos de Administración	\$ 3.330,27	\$ 1.669,58	\$ 1.677,14	\$ 301,62	\$ 309,66
Gastos de Ventas	\$ 1.590,00	\$ 1.590,00	\$ 1.590,00	\$ 1.590,00	\$ 1.590,00
Gastos de Depreciación	\$ 1.519,98	\$ 2.599,97	\$ 4.119,95	\$ 4.119,95	\$ 4.119,95
Gastos Financieros	\$ 12.954,62	\$ 13.714,44	\$ 14.557,83	\$ 15.493,99	\$ 16.533,14
TOTAL EGRESOS	\$ 19.394,87	\$ 19.573,99	\$ 21.944,91	\$ 21.505,56	\$ 22.552,75
UTILIDAD ANTES DE PART. A TRABAJ.	\$ 01.200,38	\$ 107.821,26	\$ 23.130,34	\$ 46.907,29	\$ 176.354,56
Participación a Trabajadores (15%)	\$ 15.180,06	\$ 16.173,19	\$ 18.469,55	\$ 22.036,09	\$ 26.453,18
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 86.020,32	\$ 91.648,08	\$ 104.660,79	\$ 24.871,20	\$ 149.901,38
Impuestos (23%)	\$ 23.276,09	\$ 24.798,89	\$ 28.319,98	\$ 33.788,68	\$ 40.561,55
Utilidad o Pérdida del Ejercicio	\$ 09.296,41	\$ 116.446,97	\$ 132.980,76	\$ 158.659,87	\$ 190.462,93
UTILIDAD O PÉRDIDA ACUMULADA	\$ 09.296,41	\$ 25.743,38	\$ 358.724,14	\$ 517.384,01	\$ 707.846,94

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

El presente cuadro refleja el estado de resultados de la asociación de maiceros de la comuna Las Balsas, basado en sus operaciones productivas y comerciales, siendo proyectada a 5 años; dando como resultado que en el primer año se obtiene una utilidad de \$109296,41, habiendo considerado los ingresos y egresos a lo largo de las actividades; se puede recalcar que las utilidades se van incrementando de manera paulatina año tras año; llegando a la conclusión de que existen excelentes ingresos para cada uno de los agricultores.

CUADRO # 54 Flujo de efectivo

Flujo de caja						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión Inicial	\$ (125.889,30)					
Ingresos		\$ 170.000	\$ 176.800	\$ 194.480	\$ 217.818	\$ 248.312
(-) Costo de Producción		\$ 49.405	\$ 49.405	\$ 49.405	\$ 49.405	\$ 49.405
(=) Utilidad Bruta		\$ 120.595	\$ 127.395	\$ 145.075	\$ 168.413	\$ 198.907
(-) Gastos Operacionales		\$ 19.395	\$ 19.574	\$ 21.945	\$ 21.506	\$ 22.553
Gastos de Administración		\$ 3.330	\$ 1.670	\$ 1.677	\$ 302	\$ 310
Gastos de Ventas		\$ 1.590	\$ 1.590	\$ 1.590	\$ 1.590	\$ 1.590
Gastos de Depreciación		\$ 1.520	\$ 2.600	\$ 4.120	\$ 4.120	\$ 4.120
Gastos Financieros		\$ 12.955	\$ 13.714	\$ 14.558	\$ 15.494	\$ 16.533
(=) Utilidad Operacional		\$ 101.200	\$ 107.821	\$ 123.130	\$ 146.907	\$ 176.355
(-) Gastos No Operacionales						
(=) Utilidad antes de Part. Trab. E Impsts		\$ 101.200	\$ 107.821	\$ 123.130	\$ 146.907	\$ 176.355
(-) 15% Participación de Trabajadores		\$ 15.180	\$ 16.173	\$ 18.470	\$ 22.036	\$ 26.453
(=) Utilidad antes de Impuestos		\$ 86.020	\$ 91.648	\$ 104.661	\$ 124.871	\$ 149.901
(-) 23% Impuesto a la Renta		\$ 23.276	\$ 24.799	\$ 28.320	\$ 33.789	\$ 40.562
(=) UTILIDAD NETA		\$ 62.744	\$ 66.849	\$ 76.341	\$ 91.083	\$ 109.340
Amortización		\$ (6.907)	\$ (7.667)	\$ (8.511)	\$ (9.447)	\$ (10.486)
(=) Flujo Neto Efectivo	\$ (125.889,30)	\$ 69.652	\$ 74.516	\$ 84.851	\$ 100.529	\$ 119.826

Tmar = CAPM	12%
VAN	\$ 225.644
TIR	57%
IR	2,49

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

Se hace presente en este caso el flujo de efectivo que es uno de los estados financieros que demuestra de manera más concreta el dinero existente en una organización, en este caso en la asociación de maiceros de la comuna Las Balsas; por lo cual se puede observar que el año 0 hace referencia a la fase en la que se está realizando la inversión para la asociación, por ende va a obtenerse un valor negativo; sin embargo en el primer año se obtiene un flujo neto de efectivo de \$69652 incrementándose de manera paulatina a través de los años.

Asimismo se han utilizado indicadores financieros como el TIR y el VAN, dando como resultado que se obtiene un TIR de 57% y un VAN de \$225.264, siendo en este caso factible ejecutar el proyecto de asociatividad, puesto que se obtienen datos positivos debido a que el VAN es mayor a 0, indicando que se recupera la inversión incluso en el segundo año en el cual se obtiene mayor rentabilidad; corroborando de esta manera la TIR siendo mayor a 1 obteniendo un porcentaje adecuado para que el proyecto de asociatividad sea aceptado.

CUADRO # 55 Payback

PAYBACK	Saldo Inicial	Flujo de Caja	Rentabilidad	Recuperación
1	125889	69652	15107	84758
2	210647	74516	25278	99794
3	310441	84851	37253	122104
4	432546	100529	51905	152435
5	584981	119826	70198	190023

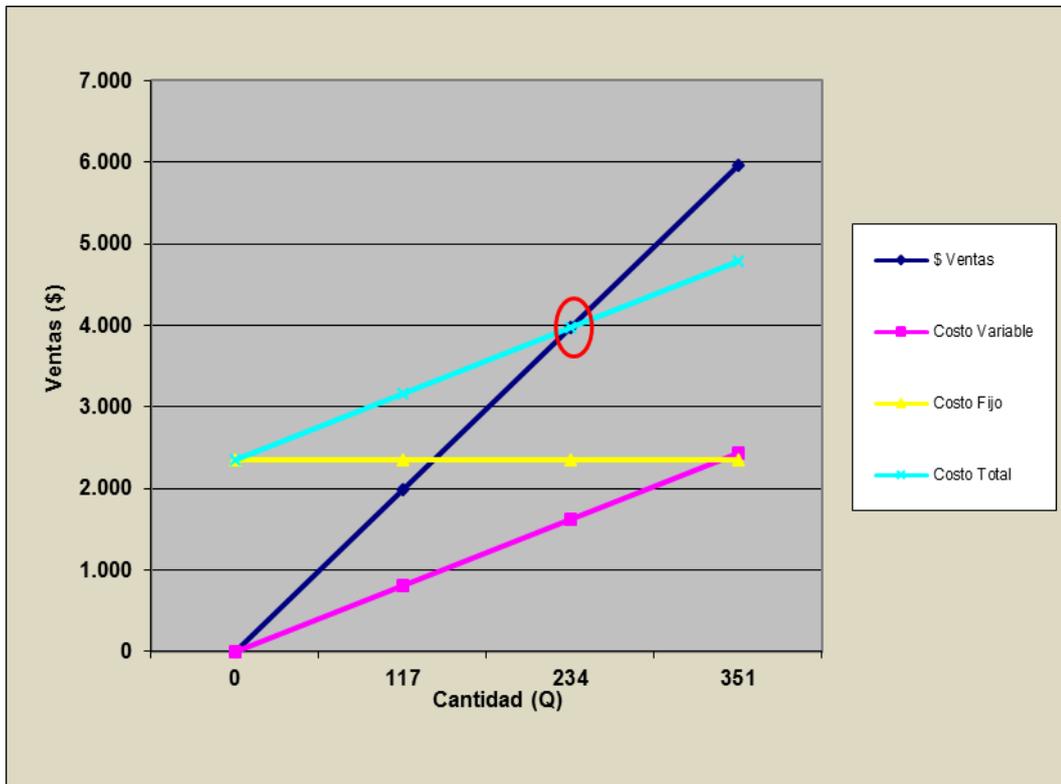
Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

Con respecto al tiempo de recuperación se puede apreciar que la inversión se recupera en el primer año de actividad productiva, debido a que este tipo de producto agrícola es de consumo masivo y representa una pronta recuperación; siendo en este caso factible el presente proyecto de asociatividad.

CUADRO # 56 Punto de equilibrio

Datos iniciales	
Precio Venta	17,00
Coste Unitario (quintal)	6,93
Gastos Fijos Mes	2.355,71
Pto. Equilibrio	234
\$ Ventas Equilibrio	3.977

GRÁFICO # 44 Punto de Equilibrio



Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Gina Chicaiza.

En el presente gráfico se puede apreciar que se requiere vender 234 quintales de maíz mensual, a un precio de \$17 obteniendo una utilidad de \$3977, considerando que este es el punto neutro en el cual no se va a obtener ganancias ni pérdidas, por lo tanto para adquirir utilidades es necesario vender más de 234 quintales de maíz.

CUADRO # 57 Plan de acción

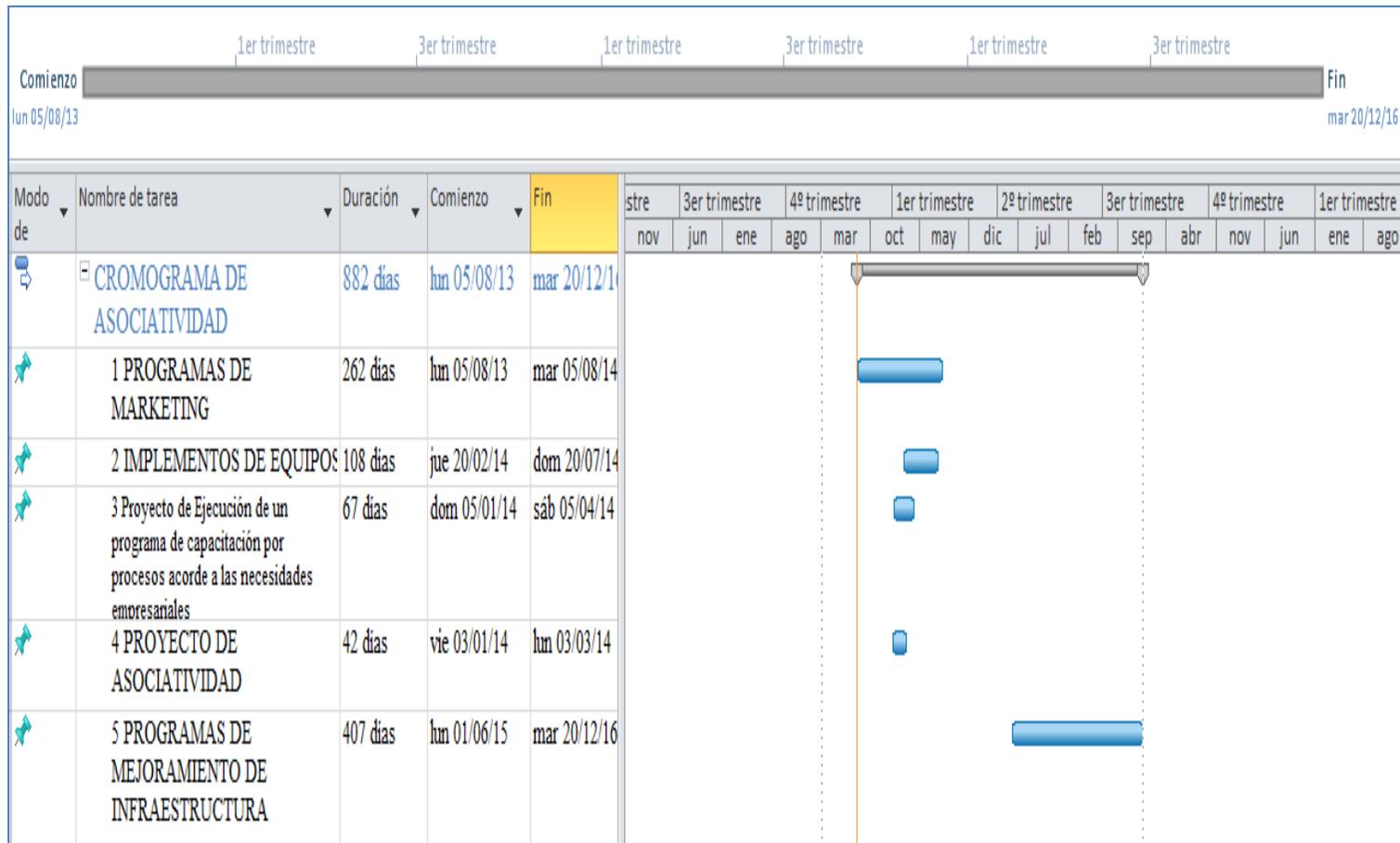
PLAN DE ACCIÓN DE LA PROPUESTA DE ASOCIATIVIDAD PARA EL GREMIO AGROPRODUCTIVO MAICERO DE LA COMUNA LAS BALSAS, CANTÓN SANTA ELENA ”				
PROBLEMA PRINCIPAL: Inexistente competitividad en el gremio agroproductivo maicero de la comuna Las Balsas, cantón Santa Elena.				
OBJETIVO GENERAL: Elaborar una propuesta de Plan de Asociatividad, mediante un análisis de factores internos y externos para el desarrollo competitivo del Gremio Agroproductivo de maíz de la comuna las Balsas, provincia de Santa Elena, año 2013.				
Fin del Proyecto: Elaborar un plan de asociatividad para el gremio agroproductivo maicero de la comuna Las Balsas para su desarrollo competitivo frente al mercado.			Indicadores: Base de datos de los agricultores de la comuna Las Balsas. Encuestas a los agricultores de la comuna Las Balsas.	
Propósito del Proyecto: Fomentar la competitividad en los integrantes del gremio agroproductivo maicero de la comuna Las Balsas, mediante la cooperación, la integración y el trabajo en equipo			Indicador: Número de agricultores de la comuna Las Balsas.	
VARIABLES	OBJETIVOS	ESTUDIOS	ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES
PLAN DE ASOCIATIVIDAD	Determinar las directrices del trabajo en grupo mediante la organización de los comuneros.	Estudio Administrativo Organizacional.	Implementación de un sistema administrativo. Consiste en la manera de llevar a cabo las gestiones administrativas con eficiencia mediante la delegación de cargos, creando un buen ambiente laboral y el fomento del trabajo en equipo.	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Identificar las fuentes de información, entrevistas. ◆ Establecer la misión, la visión, los valores y objetivos organizacionales. ◆ Determinar la estructura orgánica ◆ Detallar los puestos
	Identificar los beneficios del trabajo en grupo mediante acciones participativas entre los integrantes.		Estrategia de mercado Interno Se basa en las maneras de capacitación que se van a implementar en los integrantes de la asociación para adquirir mayores conocimientos.	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Determinar los temas de capacitación adecuados para los integrantes de la asociatividad, en este caso: capacitación de liderazgo y emprendimiento, asociatividad, recursos humanos y ventas. ◆ Establecer un programa de capacitación. ◆ Capacitar a los socios.

COMPETITIVIDAD	Examinar los elementos de competitividad mediante entrevista a los agricultores de la comuna Las Balsas.	Encuesta a los agricultores de la comuna Las Balsas	<p>Penetración en el mercado</p> <p>Este tipo de estrategia hace referencia a los medios publicitarios que se van a llevar a cabo en la asociación para difundir el producto en el mercado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Definir las estrategias adecuadas de difusión del producto tales como: tarjetas de presentación, páginas web, hojas volantes, catálogos y páginas amarillas. ◆ Ejecutar las estrategias mercadológicas
			<p>Estrategia de Distribución</p> <p>Indica el canal de distribución óptimo de la asociación y su intervención en la cadena productiva, siendo en este caso desde el productor al consumidor final.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Determinar el canal de distribución óptimo. ◆ Ejecutar el canal adecuado de comercialización para la asociación de maiceros peninsulares de la comuna Las Balsas.
Analizar los principios la competitividad comparando las opiniones de los participantes.	<p>Estrategia de competitividad</p> <p>Se basa en la manera en que la asociación va a competir frente al mercado, en este caso mediante la estrategia de diferenciación.</p>		<ul style="list-style-type: none"> ◆ Definir el tipo de estrategia de competitiva. ◆ Definir la marca del producto. ◆ Establecer el tipo de empaque para el producto. 	
TEMA:	Diseñar un plan de asociatividad dirigido al Gremio Agroproductivo Maicero de la comuna de Las Balsas.	Estudio Técnico	<p>Implementación de un plan de asociatividad para el gremio agroproductivo maicero de la comuna Las Balsas.</p> <p>Hace énfasis en la manera en que va a implementarse la asociatividad, mediante infraestructura y procesos de producción.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Diseñar el modelo de la infraestructura. ◆ Establecer los procesos de producción ◆ Elaborar el diagrama de flujo.

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga.

GRÁFICO # 45 Cronograma de actividades para el gremio agroproductivo maicero de la comuna Las Balsas



Fuente: Gremio de Maiceros de la Comuna las Balsas.

Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga.

4.10 CONCLUSIONES

La presente propuesta de plan de asociatividad dirigido al gremio agroproductivo de Maiceros de la Comuna Las Balsas, de acuerdo a los estudios realizados, determina las siguientes conclusiones:

- a) De las personas encuestadas el 57% está de acuerdo en formar parte de una asociación y el 43% restante totalmente de acuerdo en integrar la misma.
- b) El Gremio Agroproductivo de maiceros mantiene un bajo nivel de organización, en sus actividades administrativas y productivas, razón por la cual existe dificultad en la toma de decisiones.
- c) Los integrantes del Gremio Agroproductivo de maiceros no han recibido capacitaciones en el ámbito administrativo y comercial.
- d) En el Gremio de Agroproductores de maiceros no se encuentran correctamente establecidos los procesos de producción.
- e) Dicho Gremio de Agroproductores de maiceros no aplican estrategias de comercialización, razón por la cual los niveles de venta son bajos, mencionando de igual manera que no cuentan con una marca que identifique al producto en el mercado.
- f) Los agricultores de la Comuna Las Balsas, no cuentan con un lugar donde almacenar su producción (maíz), por lo cual se llegan a deteriorar y tienen que venderlo a un menor precio.

4.11 RECOMENDACIONES

De acuerdo a los estudios realizados y a las conclusiones anteriormente mencionadas, se estiman las siguientes recomendaciones:

- a) Realizar las gestiones para formalizar la vida jurídica de la nueva forma de asociatividad, en este caso la Asociación de Maiceros Peninsular de la Comuna Las Balsas.
- b) Ejecutar las políticas y el órgano funcional, anteriormente establecidos en el plan de asociatividad, para de esta manera mejorar la efectividad de las actividades productivas y administrativas.
- c) Llevar a cabo programas de capacitación que fortalezcan los conocimientos de los integrantes de la asociación en temas como: liderazgo, asociatividad, Ventas, Recursos Humanos, entre otros.
- d) Considerar el diagrama de flujo de la propuesta para establecer de una manera más idónea los procesos de producción.
- e) Aplicar las estrategias mercadológicas, tales como página web, tarjetas de presentación, la creación de una marca, eventos y ferias, para de esta manera aumentar el nivel de ventas de la futura asociación.
- f) Se sugiere que dentro de la distribución de la planta se cree un lugar adecuado para el almacenamiento del maíz, así garantizar la calidad del producto.

BIBLIOGRAFÍA

- AMAYA CORREA, JAILER. El método DOFA, un método muy utilizado para diagnóstico de vulnerabilidad y planeación estratégica. Neiva, 20 de Diciembre de 2004.
- ARANGO LUZ, MARTINEZ CARLOS (2007); Propuesta de un modelo de asociatividad aplicado a los restaurantes. de la zona aledaña a la pontificia universidad javeriana de Bogotá; [en línea] revisado el (14 de Agosto del 2013); disponible: www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis39.pdf.
- BELTRÁN, ALEJANDRO. ASOCIATIVIDAD LOCAL – Impacto Global. La Asociatividad Empresarial una estrategia de crecimiento y perdurabilidad de la Pequeña y Mediana Empresa. caso el madrugón, universidad externado de Colombia.
- CASTILLO R. MAGDALENA Y PERDONO M. LUIS FERNANDO. Pautas de asociatividad empresarial para el desarrollo alternativo. Dan social (2006).
- CHIAVENATO IDALBERTO, GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO. El nuevo papel de los recursos humanos en las organizaciones. mc graw hill. Colombia, 2002. Págs. 305, 306 y 309.
- CRUZ CARLOS, REYES JOSÉ (2006); Propuesta de un modelo de asociatividad para generar competitividad en las microempresas panificadoras de los municipios de Osicala, Meanguera y Joateca del depto de Morazan; [en línea] revisado el (14 de Agosto del 2013); disponible: http://www.univo.edu.sv:8081/tesis/015439/015439_Cap5.pdf

- GARCÍA, ANDRÉS (2009). Globalización – MERCOSUR: Estrategias para PyMes. Buenos Aires: Argentina.
- RICARDO G, gerente de programa de operaciones empresariales cooperativas de la asociación colombiana de medianas y pequeñas empresas (acopi), 2004
- GONZÁLEZ BERNAL, CAMILA ALEXANDRA (2011); Propuesta de asociativa y exportación para la comunidad cacaotera Boca del Río Sucio en Muisne Esmeraldas; [en línea] revisado el (14 de Agosto del 2013); disponible: <http://dspace.udla.edu.ec/handle/123456789/436>
- LEY DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA (2011)
- LEY DE ORGANIZACIÓN Y RÉGIMEN DE LAS COMUNAS (1973)
- MORALES JORGE ENRIQUE. La asociatividad Empresarial: Aspecto, Clave, Tendencias y casos exitosos. Documento en línea. www.acercar.org.co/industria/biblioteca/documentos/msay/asociatividad.pdf
- NARVÁEZ MERCY, FERNÁNDEZ GLADYS, SENIOR ALEXA (2008); El desarrollo local sobre la base de la asociatividad empresarial: una propuesta estratégica; [en línea] revisado el (14 de Agosto del 2013); disponible: http://dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo?codigo=2921135
- PALLARES, VILLAGAS zoilo. Asociatividad Empresarial, estrategia para la competitividad. Fondo Editorial. Nueva Empresa. Segunda Edición.

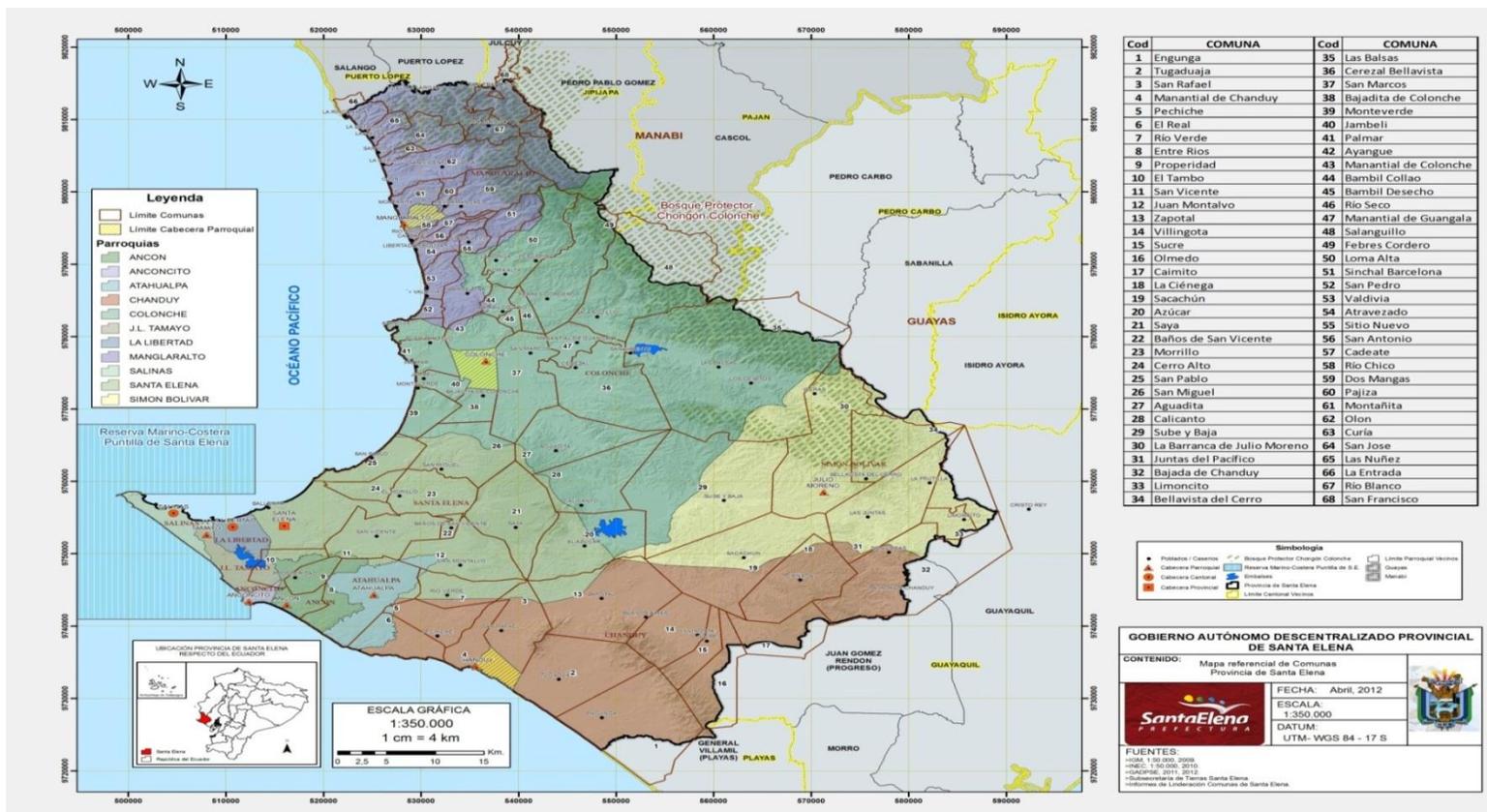
- PERALES, RAÚL (2003). Asociatividad: Cooperación y Competencia. [Documento en línea]. Lima: Perú. Disponible en: <http://www.prompyme.gob.pe/>
- PEREGO, LUIS HÉCTOR. Competitividad a partir de los Agrupamientos Industriales. Un Modelo Integrado y Replicable de Clusters Productivos. Argentina 2003.
- PORTER E MICHAEL. Competitividad, creación y sostenimiento de un desempeño superior. Compañía editorial continental. Primera edición. México 1997. Pág. 333.
- PORTER MICHAEL (2010); ; [en línea] revisado el (11 de Noviembre del 2011); disponible: <http://es.scribd.com/doc/30531418/Michael-Porter>
- RAMÍREZ VALENCIA, RICARDO Y MUÑOZ ERASO, JANETH PATRICIA. Asociatividad empresarial en Colombia. Departamento de publicaciones Cámara de Comercio de Bogotá. Septiembre de 2005.
- REYES SIMÓN (2012); Presidente de la Comuna Las Balsas, Observación.
- ROSALES RAMÓN. La Asociatividad como estrategia de fortalecimiento de las pymes. Universidad de Texas. Septiembre 1997.
- SOCIEDAD DE AGRICULTORES DE COLOMBIA (s/f); Producción Agropecuaria en Colombia 2012; [en línea] revisado el (14 de Agosto del 2013); disponible: www.sac.org.co/es/
- ZAMBRANO ALEXANDRA REVISTA EL AGRO (s/f); Acuerdo maicero ahorra 100 mil millones al país; [en línea] revisado el (11 de

Noviembre del 2011); disponible:
<http://www.revistaelagro.com/2011/11/24/esponjas-marinas-fuentes-de-silicio/>

- TARQUINO BARRETO Y MARTIN GARCIA, Modelo asociativo para el mejoramiento de la competitividad de la pequeña y mediana empresa del sector de confección, Venezuela 2005; [en línea] revisado el (4 de noviembre del 2013); www.edaly.org/articulo-oa?=62201007
- MARY MOSQUEDA, modelo de asociatividad enmarcado en el sistema de calidad basado en las normas ISO 9000, Puerto Ordaz 2005; [en línea] (revisado 4 de noviembre de 2013)
<http://www.monografia.com/trabajos91/diseño-modelo-sociatividad.shtml>

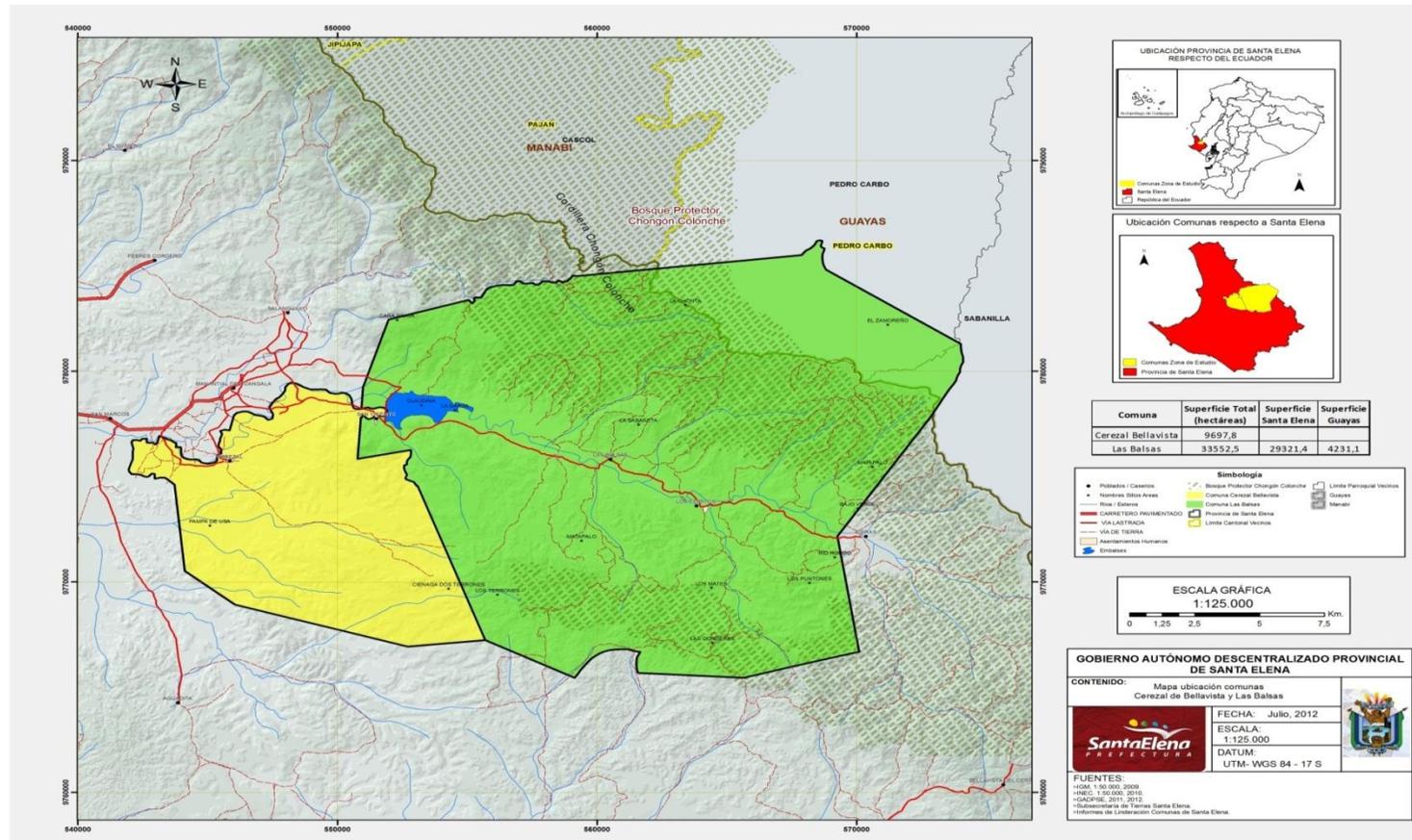
ANEXOS

ANEXO # 1 Mapa de las Comunas del Cantón Santa Elena



Fuente: Prefectura de Santa Elena

ANEXO # 2 MAPA DE LA COMUNA LAS BALSAS



Fuente: Prefectura de Santa Elena

ANEXO # 3 ACTIVIDAD AGROPRODUCTIVA 2011 DE LA COMUNA LAS BALSAS

Cantón	Parroquia	Sector, Caserío o Recinto	Nombre de la Organización	Cultivos Sembrados	Ha.	Variedad Sembrada	Sem. Certificada
SANTA ELENA	COLONCHE	COMUNA PALMAR	COMUNA PALMAR	MAIZ DURO	10	INIAP- 551	SI
SANTA ELENA	COLONCHE	COMUNA JAMBELI	COMUNA JAMBELI	MAIZ DURO	3	INIAP- 551	SI
SANTA ELENA	COLONCHE	COMUNA AYANGUE	COMUNA AYANGUE	MAIZ DURO	5	Reciclado	NO
SANTA ELENA	COLONCHE	COMUNA AGUADITA	COMUNA AGUADITA	MAIZ DURO	100	INIAP- 551	SI
SANTA ELENA	COLONCHE	COMUNA BAJADITA DE COLONCHE	COMUNA BAJADITA DE COLONCHE	MAIZ DURO	30	INIAP- 551	SI
SANTA ELENA	COLONCHE	COMUNA SAN MARCOS	COMUNA SAN MARCOS	MAIZ DURO	600	Reciclado	NO
SANTA ELENA	COLONCHE	COMUNA BAMBIL DESECHO	COMUNA BAMBIL DESECHO	MAIZ DURO	20	Reciclado	NO
SANTA ELENA	COLONCHE	COMUNA BAMBIL COLLAO	COMUNA BAMBIL COLLAO	MAIZ DURO	200	Reciclado	NO
SANTA ELENA	COLONCHE	COMUNA CEREZAL BELLAVISTA	COMUNA CEREZAL BELLAVISTA	MAIZ DURO	160	AGRI -104	SI
SANTA ELENA	COLONCHE	COMUNA MANANTIAL DE GUANGALA	COMUNA MANANTIAL DE GUANGALA	MAIZ DURO	300	INIAP-551	SI
SANTA ELENA	COLONCHE	COMUNA SALANGUILLO	COMUNA SALANGUILLO	MAIZ DURO	300	INIAP-551 / BRASILIA	SI
SANTA ELENA	COLONCHE	COMUNA SALANGUILLO	COMITÉ CAMPESINO 28 DE SEPTIEMBRE	MAIZ DURO	10	INIAP-551	SI
SANTA ELENA	COLONCHE	COMUNA LAS BALSAS	COMUNA LAS BALSAS	MAIZ DURO	650	TRUENO 601	SI
SANTA ELENA	COLONCHE	COMUNA CEREZAL BELLAVISTA	ASOC.PROD.AGRIC. Y GANADER. SAN JOSE	MAIZ DURO	150	INIAP- 551	SI
				Superficie de maíz sembrada	2538		

Fuente: MAGAP de la Provincia de Santa Elena

ANEXO # 4 FORMATO DE ENCUESTA



Señores agricultores

La Carrera de Ingeniería en desarrollo Empresarial de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, está muy interesada en identificar los indicadores y nivel de satisfacción que influyen en el desarrollo de los agricultores de la Comuna Las Balsas, con el objetivo de orientar a una mejor proceso de comercialización y en la búsqueda de transformación de la materia prima, para mejorar la economía y la calidad de vida de los involucrados de la comunidad general.

Objetivo: Levantar información técnica para poder determinar las principales variables de estudio.

a) DATOS PERSONALES:

1. Sexo:

Masculino Femenino

2. Edad :

De 18 a 25 años DE 25 a 35 años

De 35 a 45 años Mas de 45 años

3. Estado Civil:

Soltero Casado Unión libre

Viudo Divorciado

4. ¿Cuántos hijos tiene?

De 1 a 3 de 3 a 6 de 6 a 9 Ninguno

5. Lugar de Residencia:

Recinto San Vicente Recinto el Corozo

Recinto Las Balsas Recinto los Ceibitos

6. ¿Qué nivel de estudio tiene?

Primar secundaria Superior

Otro especifique: _____

b) Información de la Actividad

7. ¿A que actividad se dedica?

Agricultura Ganadería Apicultura

Otros Especifique: _____

Si contesto ganadería, apicultura y otros, pas e a la pregunta N° 13

8. ¿Indique, cuanto tiempo le dedica a la agricultura?

Solo en invierno cada 6 meses todo el año

Otros Especifique: _____

9. ¿Quiénes intervienen en la labor?

Familiares Contratación interna

Contratación externa Otros

Especifique: _____

10. ¿Cuántas hectáreas generalmente siembra?

3 a 6 hectáreas 6 a 9 hectáreas

9 a 12 hectáreas más de 12 hectáreas

11. ¿Que tipo de cultivos produce?

Sandía Pimiento Maíz Maracuyá

12. Recibe asesoría técnica para el cultivo?

Si No

a) Datos de comercialización

13. ¿A quién le realiza la venta del producto?

- Intermediarios locales Consumidores locales
Mayoristas Minoristas

14. ¿Como califica la comercialización del producto?

- Muy satisfactorio Satisfactorio
Poco satisfactorio Nada satisfactorio

15. ¿Quien realiza la comercialización?

- Personalmente Familiares
Intermediarios Otros

Especifique: _____

16. ¿En que transporta su producto?

- Carro Moto Bestias Otros

Especifique: _____

17. ¿Como realiza la transportación?

- Grupal Individual El intermediario Otros

Especifique: _____

18. ¿Como considera el precio del producto?

- Muy satisfactorio Satisfactorio
Poco satisfactorio Nada satisfactorio

20. ¿Como considera las ganancias que le deja la producción?

- Muy satisfactorio Satisfactorio
Poco satisfactorio Nada satisfactorio

d) Datos de Organización

21. ¿A participado en alguna organización?

- SI NO No esta seguro

La respuesta fue si especifique a que organización:

22. ¿Conoce lo que es una asociatividad?

- SI NO No esta seguro

Asociatividad es un mecanismo de cooperación entre personas, en donde cada uno decide participar en un esfuerzo conjunto, para la búsqueda de objetivos, oportunidades y metas comunes.

23. ¿Estaría de acuerdo en formar parte de una asociatividad?

- Totalmente de acuerdo De acuerdo
En desacuerdo Totalmente en desacuerdo

ANEXO # 5 BOLETÍN DE PRENSA

BOLETÍN DE PRENSA

CONTINÚA RECONFORMACIÓN DE VÍAS DESTRUIDAS POR EL INVIERNO

Santa Elena, Lunes 30 de abril del 2012

Boletín de Prensa RRPP. 155-2012



El fuerte temporal invernal que azotó a la zona norte y sur de nuestra provincia, durante casi cuatro meses, causó serios daños en algunas vías que enlazan a miles de habitantes que pertenecen a decenas de poblaciones asentadas en estos sitios.

Desde la semana anterior, el equipo caminero de la Prefectura de Santa Elena, trabaja en la reconformación de la vía que conecta a San Vicente, El Corozo, Las Balsas, Ceibitos e Íceras (de la parroquia Colonche); sectores que por su cercanía a la cordillera Chongón – Colonche, recibieron la mayor afectación por las fuertes lluvias registradas.

Las labores que realiza actualmente la entidad provincial consisten en la colocación de material pétreo y compactación del terreno, sumado a la reparación de alcantarillas y limpieza de pasos húmedos.

“Las lluvias dañaron la vía, en cierta ocasión los ríos casi acaban con este acceso, estuvimos preocupados. Gracias a los trabajos que está haciendo la Prefectura, ahora eso es solo historia”, refirió Salomón Reyes, habitante de la comuna El Corozo; mientras observaba el trabajo que efectuaba la maquinaria pesada, para reparar el camino que conduce a - la localidad vecina de- Las Balsas.

Estas obras permiten que se restablezca el normal ingreso a los sectores afectados por el invierno, trabajos que son considerados como prioritarios para el Prefecto, Ing. Patricio Cisneros. Seguimos creyendo en nuestra gente.

Fuente: www.santaelena.gob.ec

ANEXO F NOTICIA

 **Experiencias de producción** **Miel del bosque: una alternativa para mejorar nuestros ingresos**

Cooperativa de apicultores Chongón Colonche

Cuando una actividad productiva no brinda sustento económico a largo plazo es porque ésta amenaza la vida misma ya que termina con los recursos de la naturaleza, entonces es necesario desarrollar productos que estén acordes y en armonía con un ambiente sano.

Aunque para un comunero no es fácil dedicarse a otra actividad productiva, la realidad demuestra que sí es posible, cuando se pueden combinar varios elementos: una férrea voluntad por salir adelante, capacitación, crédito e inversión y asistencia técnica. Este es el caso de Melesio Ortega, hombre sencillo y paciente, comunero de Las Balsas; conoce que el bosque de su comuna disminuye día a día por la tala desmedida y con ello, la calidad de vida de la gente se deteriora. Con esta preocupación Melesio se motivó en buscar alternativas productivas sustentables que preserven los recursos para las generaciones futuras, así aprendió y se dedicó a la apicultura (cría de abejas), ahora organiza a los pequeños apicultores para mejorar su producción y comercialización.

¿Cuéntenos cómo se volvió apicultor?
Fue una iniciativa de un grupo de comuneros para aprovechar al máximo los recursos naturales. Vimos que la apicultura es una alternativa que nos beneficia en el aspecto económico y ambiental.

¿Cuánto tiempo lleva haciendo esta actividad?
Yo llevo 7 años haciendo apicultura y unos cuantos compañeros también empezaron por la misma época. También hay un segundo grupo que empezó hace 3 o 4 años. Y recientemente se han sumado otros más porque han visto que la apicultura puede beneficiar económicamente.

¿Por qué decidieron crear una cooperativa de apicultores?
Bueno, en cada recinto se había formado un comité de apicultores, pero nos dimos cuenta que estábamos trabajando individualmente y eso no nos permitía tener fuerza para comercializar nuestros productos, cada uno estaba por su lado. Entonces hicimos una reunión entre todos, vimos la necesidad de organizarnos mejor, unir nuestras fuerzas y allí decidimos crear primero una asociación de apicultores y hoy en día, estamos en el proceso de tramitación para legalizarnos como "Cooperativa de Apicultores Chongón Colonche", y vender bajo una misma marca. Al momento ya tenemos Acuerdo Ministerial y otros trámites avanzados, solo nos faltan unos pocos pasos para tener el reconocimiento legal como Cooperativa.

¿De qué comunas son los apicultores?
Somos apicultores comuneros de las Balsas, Salanguillo, Bellavista, Loma Alta, Sinchal. Agrupamos a comités de apicultores de las 2



4

Fuente: www.santaelena.gob.ec

ANEXO # 6 MATRIZ DE CONSISTENCIA DE PROBLEMA, OBJETIVOS, TEMA E HIPÓTESIS

TÍTULO: Propuesta de asociatividad para el gremio agroproductivo maicero en la comuna Las Balsas d, provincia Santa Elena, año 2013.			
<p><u>PROBLEMA:</u> ¿Cómo influye un plan de asociatividad en el desarrollo competitivo del Gremio Agroproductivo Maicero en la Comuna las Balsas, provincia de Santa Elena, año 2013?.</p>	<p><u>OBJETIVO GENERAL:</u> Elaborar una propuesta de Plan de Asociatividad, mediante un análisis de factores internos y externos para el desarrollo competitivo del Gremio Agroproductivo de maíz de la comuna las Balsas, provincia de Santa Elena, año 2013.</p>	<p><u>HIPÓTESIS:</u> El plan de asociatividad desarrollará la competitividad del Gremio Agroproductivo maicero de la comuna Las Balsas, provincia de Santa Elena, año 2013.</p>	<p><u>TEMA:</u> Cómo influye un plan de asociatividad en el desarrollo competitivo del Gremio Agroproductivo Maiceros en la Comuna las Balsas, mediante un análisis situacional de los involucrados. Propuesta de asociatividad para el gremio agroproductivo maicero en la comuna Las Balsas, provincia Santa Elena, año 2013.</p>
<p><u>SISTEMATIZACIÓN:</u> <u>PARA VARIABLE INDEPENDIENTE</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cómo influye el trabajo en grupo del Gremio Agroproductivo Maicero de la comuna Las Balsas? 2. ¿Cómo afecta el nivel de cooperación entre los miembros del Gremio Agroproductivo Maicero de la comuna Las Balsas? <p><u>PARA VARIABLE DEPENDIENTE</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 3. ¿Qué factores de competitividad influyen en el proceso productivo del Gremio Agroproductivo Maicero de la Comuna Las Balsas? 4. ¿Cómo influye la carencia de conocimientos de los elementos de la competitividad? <p><u>PARA PROPUESTA</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 5. ¿Cómo incide un plan de asociatividad en el Gremio Agroproductivo Maicero de la comuna Las Balsas? 		<p><u>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</u> <u>PARA VARIABLE INDEPENDIENTE</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Determinar las directrices del trabajo en grupo mediante la organización de los comuneros. 2. Identificar los beneficios del trabajo en grupo mediante acciones participantes entre los integrantes. <p><u>PARA VARIABLE DEPENDIENTE</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Examinar los elementos de competitividad mediante encuesta a los agricultores de la comuna Las Balsas. 4. Analizar los principios de competitividad comparando las opiniones de los participantes. <p><u>PARA PROPUESTA</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Diseñar un plan de asociatividad dirigido al Gremio Agroproductivo maicero de la comuna Las Balsas. 	

ANEXO # 7 BANER



Elaborado por: Gina Chicaiza Párraga

ANEXO # 8 GALERÍA DE FOTOS

Reunión en la Comuna las Balsas



Socialización de Formar la Asociatividad 17-10-2012



Visita a los maiceros de la Comuna Las Balsas



Reunión Las Balsas 05-07-2012



