



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**PROPUESTA DE ASOCIATIVIDAD PARA LOS GANADEROS
CAPRINOS EN LA COMUNA MANANTIAL DE
COLONCHE, PROVINCIA SANTA
ELENA, AÑO 2014**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTORA: DAYCY ESTELA FLORES RODRÍGUEZ

TUTORA: ING. JESSICA SORAYA LINZÁN RODRÍGUEZ. MSc.

LA LIBERTAD-ECUADOR

2014

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**PROPUESTA DE ASOCIATIVIDAD PARA LOS
GANADEROS CAPRINOS EN LA COMUNA
MANANTIAL DE COLONCHE,
PROVINCIA SANTA
ELENA-AÑO 2014**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERO EN DESARROLLO
EMPRESARIAL**

AUTORA: DAYCY ESTELA FLORES RODRÍGUEZ

**TUTORA: ING. JESSICA SORAYA LINZÁN
RODRÍGUEZ. MSc.**

LA LIBERTAD – ECUADOR

2014

La Libertad, 13 de enero 2014

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, “PROPUESTA DE ASOCIATIVIDAD PARA LOS GANADEROS CAPRINOS EN LA COMUNA MANANITAL DE COLONCHE, PARROQUIA COLONCHE, PROVINCIA SANTA ELENA”, AÑO 2014 elaborado por la Sra. FLORES RODRÍGUEZ DAYCY ESTELA, egresada de la Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la Apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....

Ing. Jessica Soraya Linzán Rodríguez MSc.

TUTORA

DEDICATORIA

El presente trabajo e está dedicado a toda mi familia en especial a mi padre Víctor Flores, madre Gregoria Rodríguez y a hermana Mónica Flores, y sobre todo a mi hijo Damián Pozo y a mi esposo Nelson Pozo; por el apoyo brindado en mi etapa universitaria, a la vez al presidente Carlos Flores y a todos los socios de la asociación LAS CABRITAS DE LAS CHACRAS por la información brindada.

Daycy Flores Rodríguez

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por brindarme la sabiduría y llegar con éxito a esta etapa de mi vida.

Agradezco muy especial a la ingeniera Jessica Soraya Linzán Rodríguez por la paciencia y por todos los conocimientos impartidos en nuestra vida universitaria.

Agradezco también a mis padres, hijo y esposo por su apoyo incondicional.

DAYCY FLORES RODRÍGUEZ

TRIBUNAL DE GRADO

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

Econ. Félix Tigrero González MSc.
DIRECTOR DE ESCUELA
INGENIERÍA COMERCIAL

Econ. William Caiche Rosales MSc.
PROFESOR DE ÁREA

Ing. Jessica Soraya Linzan Rodríguez MSc.
PROFESOR ASESOR

Abg. Milton Zambrano Coronado. MSc.
SECRETARIO GENERAL - PROCURADOR

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**PROPUESTA DE ASOCIATIVIDAD PARA LOS GANADEROS
CAPRINOS EN LA COMUNA MANANTIAL DE
COLONCHE, PARROQUIA COLONCHE,
PROVINCIA DE SANTA ELENA**

Autora: Flores Rodríguez Daycy Estela

Tutora: Ing. Jessica Soraya Linzán Rodríguez. MSc.

RESUMEN

El proyecto Asociativo propuesto para la Comuna Manantial de Colonche pretende desarrollar el trabajo en equipo para mejorar el desarrollo competitivo de los capricultores y con ello optimizar la producción y comercialización de sus productos; en el marco teórico consideramos temas referentes sobre el trabajo en equipo, asociatividad y competitividad dando énfasis a la información secundaria, a la vez se mencionan aspectos sobre la comuna en lo económico como social, y para obtener mayor conocimiento se realizó investigación de campo mediante las encuestas a los habitantes y las entrevistas a los ganaderos capricultores, intermediario, y directiva comunal con la finalidad de conocer el grado de aceptación al momento de formar una Asociatividad obteniendo resultados favorables; en el desarrollo de la propuesta se identifica y se realiza la sensibilización de los actores en donde los socios realizaron reuniones para formalizar y estructurar la asociación se explicó los beneficios que conlleva al momento de involucrarse; asimismo se expone las principales fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que tienen los capricultores en el mercado actual; estableciendo la matriz estratégica, luego se determinó la visión, misión, filosofía y valores para la organización; formalizando la estructura orgánica con las respectivas funciones de la directiva; a la vez en el reglamento interno se establecen las obligaciones, derechos de los socios, sobre el ingreso de un nuevo miembro, a la vez sobre la conformación de la junta directiva, de la asamblea general, se determinó con que modalidad se trabajará en este caso a través de redes horizontales y con la formalización de la asociación; en conclusión se puede decir que existen personas interesadas en trabajar a través la asociatividad debido que es una herramienta necesaria para mejorar los lazos productivos en nuestra comunidad fomentando el desarrollo productivo local, mejorando la calidad de vida de las familias de la comuna.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
TRIBUNAL DE GRADO	v
RESUMEN	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE CUADROS	xii
ÍNDICE DE TABLAS	xv
ÍNDICE DE GRÁFICO	xvi
ÍNDICE DE ANEXOS	xvii
INTRODUCCIÓN	1
Marco Contextual	3
Planteamiento del problema	3
Síntomas	4
Causas	5
Efectos	5
Ubicación del problema	5
Sistematización	9
Justificación del tema	9
Objetivos	10
Objetivo General	10
Objetivos específicos	10
Hipótesis	11
Operacionalización de las variables	12
CAPÍTULO I	14
MARCO TEÓRICO	14
1.1. Antecedentes del tema	14

1.2.	Fundamentación teórica	20
1.2.1.	Trabajo en equipo.....	20
1.3.	¿Por qué trabajar en equipo?	21
1.4.	Bases del Trabajo en equipo.....	23
1.5.	¿Qué facilita el trabajo en equipo?	24
1.6.	Ventajas del trabajo en equipo	24
1.6.1.	Ventajas personales	25
1.6.2.	Ventajas para la organización.....	25
1.6.3.	Desventajas del trabajo en equipo	25
1.7.	Etapas en el desarrollo de un equipo	27
1.7.1.	Formación e integración.....	27
1.7.2.	Conflicto.....	27
1.7.3.	Madurez.....	27
1.7.4.	Equipo de alto rendimiento	28
1.8.	El trabajo cooperativo	28
1.9.	Esfuerzo conjunto	29
1.10.	Asociatividad.....	30
1.10.1.	Origen de la Asociatividad.....	30
1.11.	Definiciones de la Asociatividad	30
1.12.	Características	34
1.13.	Objetivos de la asociatividad.....	34
1.14.	Asociatividad nuevas herramientas para la competitividad.	35
1.16.	Etapas para asociarse	39
1.17.	Ganadería caprina.....	40
1.17.1.	Origen y domesticación del ganado caprino	40
1.17.2.	Alimentación de la cabra	41
1.17.3.	Razas	43
1.18.	Competitividad	44
1.19.	Niveles de competitividad.....	47

1.19.1.	Principios de competitividad.....	48
1.20.1.	Cinco fuerzas competitivas según (Michael Porter, 2006).....	49
1.20.2.	Objetivos estratégicos.....	50
1.20.3.	Estrategias empresariales	52
1.20.6.	Programas	55
1.20.7.	Proyectos	56
1.20.8.	Seguimiento y Control.....	57
1.21.	Marketing Mix.....	57
1.22.	Análisis situacional o del entorno.....	61
1.22.1.	Análisis FODA.....	62
1.22.2.	Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI)	64
1.22.3.	Matriz de evaluación de los factores externos (MEFE).	66
1.22.4.	FODA Estratégico	68
1.22.5.	Matriz de Perfil Competitivo (MPC).....	70
1.22.6.	Matriz Del Boston Consulting Group (MBCG)	72
1.22.7.	Cadena de valor	74
1.23.	Estrategias competitivas más habituales	76
1.24.	Marco legal.....	78
1.24.1.	Constitución del Ecuador (2008).....	78
1.24.2.	Ley de Economía Popular y Solidaria (LEPS)	79
1.24.3.	Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017 (PNBV)	79
1.24.4.	Ley Orgánica de Educación Superior (LOES)	81
	CAPÍTULO II	83
	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	83
2.1.	Diseño de la investigación	83
2.2.	Modalidad de investigación.....	84
2.3.	Tipos de investigación.....	84
2.4.	Técnicas e instrumentos de investigación	85
2.5.	Población y muestra	85

2.5.1.	Población.....	85
2.5.2.	Muestra.....	86
CAPÍTULO III.....		89
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....		89
CAPÍTULO IV		123
PROPUESTA DE ASOCIATIVIDAD PARA GANADEROS CAPRINOS DE LA COMUNA MANANTIAL DE COONCHE, PARROQUIA COLONCHE, PROVINCIA SANTA ELENA		123
4.1.	Descripción del Plan de Asociatividad	123
4.2.	La asociatividad: alianza voluntaria para la competitividad de los ganaderos caprinos de la comuna manantial de colonche.....	124
4.3.	Características de la asociatividad para los ganaderos de la comuna manantial de colonche.....	125
4.4.	Ganancias de la asociatividad para los ganaderos caprinos de la comuna manantial de colonche.....	125
4.5.	Beneficio de la asociatividad para los ganaderos caprinos	126
4.6.	Ventajas de la asociatividad.	126
4.7.	Perfil del líder de la asociación de ganaderos caprinos.....	127
4.8.	Cualidades básicas del líder de la asociación	128
4.9.	Etapas para la asociatividad de los ganaderos caprinos de la comuna manantial de colonche.....	128
4.10.	Formas de asociarse.....	131
4.12.	La asociatividad como estrategia competitiva de los ganaderos caprinos de la comuna manantial de colonche	133
4.13.	Proceso de constitución de las asociaciones según la EPS	134
4.14.	Estructura organizativa.....	135
4.14.1.	Modelo propuesto por la economía popular y solidaria.....	135
4.15.	Estructura organizativa	136
4.16.	Objetivo general	142
4.16.1.	Objetivos específicos	142
4.17.	Políticas del proyecto	143
4.17.1.	Políticas de la asociatividad	143

4.18.	Elementos estratégicos	143
4.18.1.	Filosofía empresarial	143
4.18.2.	Misión.....	143
4.18.3.	Visión	144
4.18.4.	Valores corporativos.....	144
4.19.	Niveles que presenta la estructura organizativa propuesta en la asociatividad.....	145
4.20.	Análisis FODA	146
4.20.1.	Ambiente interno: Fortalezas y Debilidades	146
4.20.1.1.	Fortalezas	146
4.20.1.2.	Debilidades.....	147
4.20.2.	Ambiente externo: Amenazas y Oportunidades.....	147
4.20.2.1.	Amenazas.....	147
4.20.2.2.	Oportunidades.....	148
4.21.	Matriz de evaluación de factores internos (M.E.F.I).....	149
4.22.	Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)	151
4.23.	Matriz Boston Consulting Group (BCG)	155
4.24.	Cadena de Valor	157
4.25.	Objetivos estratégicos.....	160
4.26.	Estrategias	161
4.28.	Modelo de Michael Porter.....	169
4.29.	Gestión de proyectos asociativos	172
4.30.	Plan de acción.....	173
4.31.	Acuerdos de cooperación para la capacitación del talento humano.....	175
4.32.	Canales de distribución	180
4.32.1.	Canales de distribución propuestos.....	181
4.33.	Presupuesto.....	182
5.	CRONOGRAMA	201
	CONCLUSIONES.....	202
	RECOMENDACIONES.....	204
	BIBLIOGRAFÍA.....	206

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1 Interesados en formar asociación	6
CUADRO N° 2 ¿Por qué trabajar en equipo?	22
CUADRO N° 3 Bases del trabajo en equipo	23
CUADRO N° 4 Desventajas del trabajo en equipo	26
CUADRO N° 5 Factores que hacen un equipo exitoso.....	28
CUADRO N° 6 Asociatividad	32
CUADRO N° 7 Objetivos de la asociatividad	35
CUADRO N° 8 Mejoramiento productivo.....	36
CUADRO N° 9 Proceso de asociatividad	36
CUADRO N° 10 Etapas de la asociatividad	40
CUADRO N° 11 Productos generado por la cabra	41
CUADRO N° 12 Razas	43
CUADRO N° 13 Determinantes de la competitividad según Porter.....	44
CUADRO N° 14 Niveles de competitividad.....	47
CUADRO N° 15 Principios de la competitividad.....	48
CUADRO N° 16 cinco fuerzas de Michael Porter.....	49
CUADRO N° 17 Factores que influyen en la estrategia del marketing.....	58
CUADRO N° 18 Estrategia por ciclo de vida del producto.....	59
CUADRO N° 19 Determinación del precio	59
CUADRO N° 20 Estrategia de precio	60
CUADRO N° 21 Estrategia de plaza	60
CUADRO N° 22 Estrategia de promoción.....	61
CUADRO N° 23 Ejemplo de Matriz FODA.....	63
CUADRO N° 24 Ejemplo de matriz MEFI.....	65
CUADRO N° 25 Ejemplo de Matriz MEFE	67
CUADRO N° 26 Formato de FODA ESTRATÉGICO	69
CUADRO N° 27 Ejemplo Matriz Foda De Hershey Food Corporation	70
CUADRO N° 28 Ejemplo de una matriz de perfil competitivo.....	71
CUADRO N° 29 Matriz BCG.....	73
CUADRO N° 30 Ejemplo de Cadena de valor	76
CUADRO N° 31 Estrategias según Michael Porter.....	77
CUADRO N° 32 Ventajas de la asociatividad	126
CUADRO N° 33 Perfil del líder de la asociación	127
CUADRO N° 34 Etapas de la asociatividad	128
CUADRO N° 35 Proceso de asociatividad	134
CUADRO N° 36 Proceso EPS	134
CUADRO N° 37 Organigrama de la asociatividad Según EPS	135

CUADRO N° 38 Asociación De Ganaderos Caprinos De La Comuna Manantial De Colonche.....	136
CUADRO N° 39 Modelo de asociatividad	139
CUADRO N° 40 Indicadores De Gestión – Factores Críticos De Éxito	141
CUADRO N° 41 M.E.F.I Asociación De Ganaderos Caprinos	149
CUADRO N° 42 Matriz De Evaluación De Factores Internos	150
CUADRO N° 43 MEFE Asociación de ganado caprino.....	151
CUADRO N° 44 Matriz de estrategias (F.O.D.A).....	153
CUADRO N° 45 Matriz Del Perfil Competitivo en la Asociación de Manantial de Colonche	155
CUADRO N° 46 (Matriz BCG) Asociación de ganaderos caprinos.....	156
CUADRO N° 47 Cadena de valor de la Asociación de ganaderos caprinos.....	159
CUADRO N° 48 Modelo De Comercialización Asociativa	164
CUADRO N° 49 Diseño de objetivos por aéreas estratégicas	166
CUADRO N° 50 Estrategia de producto.....	167
CUADRO N° 51 Estrategia de precio	167
CUADRO N° 52 Estrategia de marketing precio.....	168
CUADRO N° 53 Estrategia de promoción de asociación	168
CUADRO N° 54 Estrategia de publicidad	168
CUADRO N° 55 Cinco fuerzas competitivas de Michael Porter	169
CUADRO N° 56 Esquema de interrelaciones.....	174
CUADRO N° 57 Programa de capacitación N° 1	176
CUADRO N° 58 Programa de capacitación n° 2	177
CUADRO N° 59 Diagrama del canal de distribución.....	181
CUADRO N° 60 Mejoras territoriales. Dólares.....	184
CUADRO N° 61 Costos de corrales para cría y engorde.....	185
CUADRO N° 62 Equipo de proceso cárnico	186
CUADRO N° 63 Equipo de riego	187
CUADRO N° 64 Instalaciones eléctricas.....	188
CUADRO N° 65 Materiales de oficina.....	189
CUADRO N° 66 Costo de mantenimiento de cabras y machos por año	191
CUADRO N° 67 Costo de mantenimiento de cabritos	192
CUADRO N° 68 Gastos administrativos	193
CUADRO N° 69 Beneficios sociales	193
CUADRO N° 70 Costos fijos.....	194
CUADRO N° 71 Gastos operacionales.....	195
CUADRO N° 72 Inversión.....	196
CUADRO N° 73 Fuente de financiamiento	197
CUADRO N° 74 Ponderación del costo de capital	197
CUADRO N° 75 Ingreso por el proyecto.....	198

CUADRO N° 76 Amortización de la deuda.....	198
CUADRO N° 77 Flujo de cajas	199
CUADRO N° 78 Flujo de efectivo.....	199
CUADRO N° 79 Determinación Del Van.....	200
CUADRO N° 80 Determinación de la Tasa interna de retorno	200

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1 Población	86
TABLA N° 2 Muestra	88
TABLA N° 3 Edad	89
TABLA N° 4 Unión entre los habitantes	90
TABLA N° 5 Trabajo en equipo	91
TABLA N° 6 Existe organización a impulsar la crianza de cabras.....	92
TABLA N° 7 Personas dedicadas a la crianza de ganado caprino	93
TABLA N° 8 Ganaderos caprinos dedicados a criar cabras sin esperar ganancias.....	94
TABLA N° 9 Aprendizaje con el manejo de sus crías	95
TABLA N° 10 Apoyo y participación al sector caprino	96
TABLA N° 11 Ministerios deben fomentar producción caprina	97
TABLA N° 12 Una asociación es una oportunidad	98
TABLA N° 13 Los habitantes estarían de acuerdo en formar asociación de cabras	99
TABLA N° 14 Edad de entrevistados	100
TABLA N° 15 Frase.....	101
TABLA N° 16 Alternativa sobre trabajo en equipo	102
TABLA N° 17 ¿Qué es un plan?.....	103
TABLA N° 18 ¿Ha participado en la elaboración de un plan?	104
TABLA N° 19 Se debe participar de acuerdo a una planificación.....	105
TABLA N° 20 ¿Ha participado en asociaciones?	106
TABLA N° 21 Beneficios de las asociaciones	107
TABLA N° 22 ¿Costos de productos bajan al formar parte de una asociatividad?	108
TABLA N° 23 Conocimiento del apoyo del gobierno hacia las asociaciones	109
TABLA N° 24 ¿Trabajar en conjunto mejorará la capacidad de negociación?	110
TABLA N° 25 ¿Competir?.....	111
TABLA N° 26 ¿Los moradores compiten en sus negocios?	112
TABLA N° 27 La competencia incrementa los negocios	113
TABLA N° 28 ¿Si el producto es de calidad se puede competir?.....	114
TABLA N° 29 Las personas pueden ofrecer productos excelentes al mercado.....	115
TABLA N° 30 Es necesario conocer las necesidades del cliente.....	116
TABLA N° 31 Es conveniente conocer procesos tecnológicos	117
TABLA N° 32 Todos deben conocer los problemas del equipo	118

ÍNDICE DE GRÁFICO

GRÁFICO N° 1 Edad.....	89
GRÁFICO N° 2 Unión entre los habitantes	90
GRÁFICO N° 3 Trabajo en equipo.....	91
GRÁFICO N° 4 Existe organización a impulsar la crianza de cabras	92
GRÁFICO N° 5 Personas dedicadas a la crianza de ganado caprino.....	93
GRÁFICO N° 6 Ganaderos caprinos dedicados a criar cabras sin esperar ganancias	94
GRÁFICO N° 7 Aprendizaje con el manejo de sus crías.....	95
GRÁFICO N° 8 Apoyo y participación al sector caprino	96
GRÁFICO N° 9 Ministerios debe fomentar la producción caprina	97
GRÁFICO N° 10 Una asociación es una oportunidad	98
GRÁFICO N° 11 Los habitantes estarían de acuerdo a formar asociación de cabras.....	99
GRÁFICO N° 12 Edad de entrevistados.....	100
GRÁFICO N° 13 Frase	101
GRÁFICO N° 14 Alternativas sobre trabajo en equipo	102
GRÁFICO N° 15 ¿Qué es un plan?.....	103
GRÁFICO N° 16 ¿Ha participado en la elaboración de un plan?	104
GRÁFICO N° 17 Se debe participar de acuerdo a una planificación	105
GRÁFICO N° 18 ¿Ha participado en asociaciones?.....	106
GRÁFICO N° 19 Beneficios de las asociaciones.....	107
GRÁFICO N° 20 ¿Costos de productos baja al formar parte de una asociación?	108
GRÁFICO N° 21 Conocimientos del apoyo del gobierno hacia las asociaciones	109
GRÁFICO N° 22 ¿Trabajar en conjunto mejorará la capacidad de negociación?	110
GRÁFICO N° 23 ¿Competir?	111
GRÁFICO N° 24 ¿Los moradores compiten en sus negocios?.....	112
GRÁFICO N° 25 La competencia incrementa los negocios	113
GRÁFICO N° 26 ¿Si el producto es de calidad se puede competir?	114
GRÁFICO N° 27 Las personas pueden ofrecer productos excelentes al mercado.....	115
GRÁFICO N° 28 Es necesario conocer las necesidades del cliente	116
GRÁFICO N° 29 Es necesario conocer procesos tecnológicos	117
GRÁFICO N° 30 Todos deben conocer los problemas del equipo.....	118

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1 Formato de socios fundadores en EPS	211
ANEXO N° 2 Solicitud de constitución	212
ANEXO N° 3 Certificación Del Secretario Provisional De La Asociación.....	213
ANEXO N° 4 Estatutos Según EPS	214
ANEXO N° 5 Plan De Acción	223
Anexo N° 6 Formato de encuesta.....	225
ANEXO N° 7 Formato de entrevistas	229
ANEXO N° 8 Entrevista en Manantial de Colonche	233
ANEXO N° 9 Cabras criollas en la comuna	234
ANEXO N° 10 Raza que se desea obtener ANGLO NUBIAN	235
ANEXO N° 11 Logotipo y Slogan.....	236
ANEXO N° 12 Carta del gramatólogo.....	237
ANEXO N° 13 Carta Aval	238

INTRODUCCIÓN

La presente tesis es un tema a desarrollarse a beneficio de la Comuna Manantial de Colonche lo cual dará a conocer la importancia y explotación de cabras que puede mejorar la economía campesina y convertirse en el eje fundamental de una asociatividad mediante la producción y comercialización de la carne de cabra, el desarrollo del siguiente proyecto se fundamenta en marco contextual y cuatro capítulos los mismos que servirán de guía a la agrupación para el avance de la organización.

En el marco contextual de la investigación se presenta el tema, planteamiento del problema, formulación, sistematización, objetivo general y específico, justificación, hipótesis y la debida Operacionalización.

En el capítulo I, establece el marco teórico el que consistió en argumentar la investigación con información de varios autores tanto con la variable independiente y dependiente; a la vez el fundamento legal con el que debe sustentarse el proyecto asociativo.

El capítulo II, hace referencia a la metodología utilizada con sus respectivos diseños, métodos, modalidad, tipos de investigación, enfoque, población y muestra la que determinó la cantidad de personas a encuestar, tanto directivos comunales, dueños de cabras (chivos), comerciantes y comuneros en general.

En el capítulo III, se realizó el análisis e interpretación de resultados de las encuestas y entrevistas, para lo cual se trabajó en Microsoft Excel para la debida tabulación, utilizando gráficos de barras, luego de aquello se fundamenta con un pequeño análisis, y con ello demostrar los objetivos de la investigación.

En el capítulo IV, se desarrolló la propuesta asociativa a los ganaderos caprino de la comuna Manantial de Colonche con la finalidad de que al ser aplica reúnan las capacidades y fortalezas que les permita ser más competitivos y mejorar su productividad dentro de la comunidad y al transcurrir los años las asociatividad habrá generados ingresos que les va a ayudar a seguir creciendo y mejorando su calidad de vida de sus familias.

Porque este capítulo reúne elementos estratégicos que servirán de apoyo para el crecimiento constante de la organización.

Marco Contextual

Planteamiento del problema

El Ecuador es un país que posee biodiversidad enriqueciendo sus hermosas tierras, sin embargo el desarrollo económico crece poco a poco, y en esta época la globalización exige a grandes y pequeños productores a prepararse para ser competitivos; es por ello que sus habitantes con esfuerzo diario enfrentan las diversas situaciones que trae consigo esta era, a través de la historia se conoce que los ingresos han sido generados por los sectores como el comercio con sus exportaciones e importaciones de productos primarios, servicios, petróleo, minas; seguida de la agricultura, ganadería, pesca y caza, y en estos últimos años su economía ha crecido considerablemente a pesar de la crisis económica global en el año 2009; aunque no posee moneda propia ha podido conseguir varios logros, sin embargo muchos de sus habitantes enfrentan día a día grandes desafíos como ser más competidores ante mercados globales, y de tal manera se encuentra la provincia de Santa Elena la misma que lleva pocos años creada y a pesar de aquello sus habitantes buscan varias formas de obtener recursos para solventar sus necesidades, desde la perspectiva productiva, económica y social.

En la provincia y cantón Santa Elena es el que cuenta con mayores comunas por ende sus pobladores viven en sectores rurales siendo estos los más necesitados debido a que son pocos ayudados por las entidades gubernamentales y es nuestro deber brindar apoyo para que ellos puedan ser parte activa en el desarrollo de su pueblo dejando atrás la desigualdad y la pobreza económica y sobre todo la del conocimiento ya que en la parroquia Colonche sus habitantes en especial los más alejados sobre todo los adultos mayores son pocos los que han terminado los estudios primarios aunque en los últimos años ha incrementado el nivel de escolaridad en los jóvenes quienes muchos estudian en diversos colegios del cantón siendo esta una base para el desarrollo de los pueblos.

La comuna Manantial de Colonche fue creada el 12 de mayo de 1936 mediante acuerdo Ministerial N° 185 del 22 de Febrero de 1938, pertenece a la parroquia Colonche, cantón y provincia de Santa Elena. Cuenta con cuatros sectores, Manantial Zona I, Manantial Zona II, Las Palmitas y las Lomas teniendo aproximadamente un total de 3840 habitantes y con aproximadamente 2480 hectáreas. Posee 635 comuneros calificados correspondientes a los cuatros sectores, pero de aquello 400 comuneros se dedican a la agricultura en épocas de lluvia y en época de verano se reduce totalmente a un 20%, mientras otros habitantes se dedican a diferentes actividades entre ellas crianza de pollos para la venta al por mayor y menor, crianza de cerdos y cabras criollas que son vendidos solamente para obtener un ingreso extra, asimismo existen habitantes tantos hombres y mujeres que migran a otras provincias.

Cabe recalcar que los comuneros poseen tierras que por lo general son muy fértiles y son utilizadas no solo para la agricultura sino para encerrar a sus animales hasta que dure su pasto prácticamente las cabras y vacas, es por eso que no solo los hombres se dedican a criar animales sino que las mujeres también son parte activa del proceso. Es por ende que hace cinco años atrás existió un grupo de mujeres y hombres de los cuatros sectores que recibieron algunas crías de diferentes razas de cabras por parte del Centro de Promoción Rural ya que este sector es apto para fomentar al sector de los capricultores, sin embargo el no seguimiento por los encargados hizo que muchas familias no siguieran el proceso, pero en la actualidad existen pocas personas del proyectos que se dedican a criar y vender sus crías.

Síntomas

- Hombres y mujeres pastorean sus cabras
- Crianza de cabras de forma empírica
- Tierras aptas para la crianza de ganado caprino

- No existe alguna entidad preocupada directamente en este tema
- Proceso de alimentación inapropiada

Causas

- Escaso desarrollo de la actividad caprina en la comuna Manantial de Colonche.
- Baja conciencia del consumo de productos caprinos y no vacunos.
- Bajo nivel de recursos económicos de los capricultores.
- Incipiente infraestructura para el descanso del ganado caprino
- Limitada capacitación sobre implementos tecnológicos.

Efectos

- Migración de sus habitantes a otras ciudades en busca de cualquier actividad que genere ingresos.
- Descontento social
- Disminución de números de productores
- Disminución de la productividad del ganado caprino
- Falta de motivación

Ubicación del problema

La comuna Manantial de Colonche cuenta con personas trabajadoras, entre ellas hombres y mujeres dedicadas a la crianza de cabras criollas (chivos) y con datos propios se conoció que la mayoría de los habitantes poseen este tipo de ganado; sin embargo la forma de crianza es empírica y sus dueños solo las tienen para obtener un ingreso extra y por ende no existe ningún proceso productivo; las personas que poseen ganado caprino por lo general poseen entre 10 y más animales y son personas adultas entre las edades de 40 años en adelante y son pocas las personas jóvenes que se dedican a esta actividad. El nivel bajo de motivación y la falta de recursos económicos han impedido que sus dueños mejoren la productividad y con ello la competitividad; sin embargo los que se

dedican con mayor impulso mantienen a sus animales en sus chacras o fincas con mayores cuidados; y es por este motivo que se está formando una Asociación de ganaderos Caprinos denominados “LAS CABRITAS DE LAS CHACRAS”; las mismas que hasta el momento solo se han dedicado a tener chivos criollos que los venden según su necesidad.

En la actualidad existen alrededor de 10 personas interesadas en formar una Asociación de Ganaderos caprinos los mismos que piensan en mejorar la producción de sus ganados en este caso mejorando el hato de sus crías; todos oriundos de la comunidad y comuneros llenos de experiencia empírica dedicados desde hace algunos años a esta actividad, pero sin una proyección futura de negociación de sus productos; sin embargo todo esta problemática la piensan de dejar en el pasado debido a los cambios que esta nueva era llamada globalización hace que las personas comiencen a formar equipos de trabajo para con ello conseguir bienestar colectivo y de esta manera fortalecer sus conocimientos en el futuro a continuación se detallan los nombres de los socios de que por el momento se han interesado en el proyecto asociativo.

Socios de la asociación de ganaderos capricultores de la comuna manantial de colonche.

CUADRO N° 1 Interesados en formar asociación

N°	NOMBRES Y APELLIDOS	CÉDULA DE IDENTIDAD
1.	CACAO JULIO ANTONIO	0901573196
2.	CACAO RAMÍREZ FÉLIX IGNACIO	0900484139
3.	CARLOS CACAO BERTHA	0916149347
4.	FLORES FLORES ELÍAS JAVIER	0921495157
5.	FLORES RODRÍGUEZ VILMA	0913642914
6.	FLORES FLORES VÍCTOR PASCUAL	0901233502
7.	FLORES RODRÍGUEZ CARLOS HONORIO	0913642625
8.	FLORES RODRÍGUEZ JOSÉ ANTONIO	0920937257
9.	GONZABAY AURELIO BERNARDO	0912987244
10.	MAGALLÁN RODRÍGUEZ MARCIA	0922157565
11.	MAGALLÁN TOMALÁ ROXANA INÉS	0926126749
12.	POZO TOMALÁ NELSON MELBIN	0921241527

Fuente: Asociación Las Cabritas de las Chacras
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Por el momento esas son algunas de personas mencionadas de la comunidad solo han trabajado con sus animales para la obtención de dinero extra para sus familias; y si no se trabaja con ello y cambiar la mentalidad de la comunidad seguirá con poco progreso y sus habitantes siempre migraran a otras provincias en busca de su sustento; teniendo tierras y animales con que producir y sacar adelante su pueblo; es por ello que debemos trabajar en conjunto y formar un equipo que trabaje para el progreso y bienestar contribuyendo con el desarrollo de las capacidades y destrezas de los ganaderos caprinos, y de esta forma ser ente activa y comprometida con el mercado competitivo a nivel provincial.

Delimitación de la problemática

La provincia de Santa Elena cuenta aproximadamente con 42000 hectáreas, es por tal razón que en varios comunidades del Azúcar, Zapotal, Buenos Aires y Villingota la actividad caprina cada vez crece a escala considerable ya que los ganaderos buscar conquistar el mercado interno por tal razón en el año 2009 se creó el Comité Nacional de Capricultor impulsado por el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca (MAGAP), ya que existen 66 comunidades en el cantón Santa Elena dedicados a esta labor; sin embargo los habitantes de la Parroquia Colonche como Manantial de Colonche, Bambil Deshecho, Bambil Collao no han logrado una actividad productiva por falta de información adecuada; por ende la mayoría de estas personas son de bajos recursos económicos a pesar de que la explotación de la cabra puede mejorar sus ingresos debido que la actividad caprina es una opción emprendedora en esta zona rural.

Aunque en la actualidad los directivos comunales no han tomado en consideración al sector caprino y poco impulso en desarrollarlo, las personas que poseen este tipo de ganado tienen experiencia pero la forma de criarlos es empírica, no poseen galpones adecuados, campañas antiparasitarias y muy pocos reproductores. Por

ende la presente propuesta de Asociatividad caprina se realizará en la comuna Manantial de Colonche la misma que cuenta con familias dedicadas a la crianza de cabras criollas mejorando su mantenimiento corporal y la producción caprina y con ello generar ingresos directos a sus familias y comunidad en general, ya que las cabras pueden mantenerse en zonas desérticas y en este caso la comunidad posee estas cualidades, además con capacitaciones y tecnificación los productores mejorarán su producto y más ahora que el mercado de cabras se encuentra establecida durante todo el año.

Formulación del problema

Los habitantes de la comunidad que poseen cabras criollas y los interesados en formar una Asociación de cabras solo han llevado un sistema tradicional en la región manteniéndolos solo con los recursos vegetales naturales como única fuente de alimentación siendo ésta las menos apropiadas; por ende con la unión pretenden mejorar el sistema y de esta manera proporcionar un producto de mejor calidad en el mercado.

La motivación y el querer ser un ente productivo son los factores que permiten que un grupo de persona considere necesario en formar parte activa del desarrollo de la comunidad en caso de no tomar en consideración a este grupo sus moradores y familias tendrán que migrar a otras comunidades para obtener un ingreso para sus sustentos.

Con lo expuesto anteriormente se llega a la siguiente pregunta:

¿Cómo incide el trabajo en equipo en el desarrollo de la competitividad de los ganaderos caprinos en la Comuna Manantial de Colonche-Parroquia Colonche-Provincia Santa Elena? Año 2013.

Sistematización

1. ¿Cuáles son las formas de trabajo en equipo de los ganaderos caprino de la comuna Manantial de Colonche?
2. ¿Cuáles serían los beneficios que obtendrían los ganaderos caprinos al trabajar de forma colectiva?
3. ¿Cuáles son los factores principales que impiden el desarrollo productivo y comercial en los ganaderos caprinos en la comuna Manantial de Colonche?
4. ¿Cuáles son los factores que permitirían generar competitividad en los ganaderos caprinos en la comuna manantial de colonche?
5. ¿Cuáles serían las estrategias de competitividad que deben aplicar los ganaderos caprinos en la comuna Manantial de Colonche?
6. ¿Cuál es el nivel de aceptación de la propuesta de asociatividad de los ganaderos caprinos en la comuna Manantial de Colonche?

Justificación del tema

En la parroquia Colonche existe producción de cabras y llegando a conclusión la Comuna Manantial de Colonche tiene este tipo de ganado y con capacitaciones adecuadas y tecnificación se puede mejorar la productividad; con la asociatividad se generará unión y a seguir con el fin de lograr los objetivos, con ello se puede generar ingresos de mejor manera; y así ser parte activa del desarrollo socioeconómico de sus familias y contribuir al desarrollo de la comunidad,

parroquial, cantonal y a nivel del país. Fomentando el emprendimiento por oportunidad promoviendo la cultura emprendedora.

Sin duda la asociatividad mejorará los sistemas de crianza de las cabras, incrementará el desarrollo de competencias productivas y emprendedoras generando buena producción y comercialización de la carne y con ello se obtendrá un mercado específico eliminando los intermediarios y con ello aumentando la actividad caprina en sus habitantes reduciendo la migración de los más jóvenes.

Al no existir la asociatividad las personas jóvenes seguirán sin progreso y por ende no se mejorará la producción de este tipo de ganado, debido que con el grupo se pretende mejorar las razas, adecuar galpones con materiales de la zona y sobre todo generar fuentes de empleos a las familias.

Objetivos

Objetivo General

Determinar cómo incide el trabajo en equipo para el desarrollo de la competitividad mediante estudio situacional de los ganaderos caprinos de la comuna Manantial de Colonche, parroquia Colonche, provincia Santa Elena.

Objetivos específicos

1. Determinar cuáles son las formas de trabajo en equipo que aplican los ganaderos caprinos en la comuna Manantial de Colonche.
2. Establecer los beneficios que obtendrían al trabajar en equipo con los ganaderos caprinos de la comuna Manantial de colonche

3. Diagnosticar cuales son los factores que impiden el desarrollo productivo y comercial de los ganaderos caprinos de la comuna Manantial de Colonche
4. Determinar cuáles son los factores que permitirán generar competitividad en los ganaderos caprinos en la comuna Manantial de Colonche.
5. Evaluar las estrategias competitivas que pueden aplicar los ganaderos caprinos en la comuna manantial de colonche.
6. Diseñar el plan de asociatividad en función al diagnóstico situacional que permita el mejoramiento de la productividad y comercialización de los ganaderos caprinos de la comuna Manantial de Colonche.

Hipótesis

El trabajo en equipo incide en el mejoramiento de la competitividad de los ganaderos caprinos en la comuna Manantial de Colonche, parroquia Colonche, provincia Santa Elena.

Operacionalización de las variables

HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
<p>El trabajo en equipo mejorará el desarrollo competitivo de los ganaderos caprinos de la Comuna Manantial de Colonche-parroquia Colonche-Provincia Santa Elena</p>	<p>INDEPENDIENTE TRABAJO EN EQUIPO</p> <p>Asociatividad es un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común.</p>	Mecanismo de cooperación	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nivel de cooperación entre los involucrados ➤ Tipos de estrategias de trabajo ➤ Resultados esperados 	¿Cómo es el mecanismo de cooperación que aplican los ganaderos caprinos en la Comuna Manantial de Colonche?	<p>Observación</p> <p>Entrevista</p> <p>Encuesta</p>
		Esfuerzo Conjunto	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nivel de motivación y comunicación ➤ Capacidad de liderazgo ➤ Nivel de cultura organizacional ➤ Resultados del trabajo en equipo 	¿Cómo es el esfuerzo en conjunto de los ganaderos caprinos en la comuna Manantial de Colonche?	
		Objetivo Común	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Número de objetivos alcanzados ➤ Nivel de colaboración ➤ Números de problemas comunes 	¿Cuáles son los objetivos comunes entre los ganaderos caprinos de la comuna Manantial de Colonche?	
		Estrategias colectivas	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tipos de estrategias ➤ Estrategias competitivas Vs. Estrategias comparativas 	¿Qué estrategias colectivas ayudarán a los ganaderos caprinos en la comuna Manantial de Colonche?	

Fuente: Investigación
 Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

VARIABLES	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
<p>DEPENDIENTE</p> <p>Desarrollo de la competitividad de ganaderos caprinos</p> <p>La competitividad es la forma de mejorar la productividad de las empresas a través de la calidad y mejorando todo el proceso productivo de alguna región o comunidad.</p>	Competitividad	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nivel de crecimiento del mercado ➤ Nivel de competencia con los competidores ➤ Uso eficiente de los recursos disponibles 	¿Cómo es la competitividad de los ganaderos caprinos de la comuna Manantial de Colonche?	<p>Observación</p> <p>Encuesta</p> <p>Entrevista</p>
	Calidad	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nivel de calidad de los productos ofertados ➤ Grado de satisfacción de los clientes 	¿Cómo es la calidad de los productos caprinos de los ganaderos de la comuna Manantial de Colonche?	
	Proceso productivo	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Inspección y pruebas de los productos. ➤ Expectativas del producto ➤ Nivel de producción 	¿Cómo es el proceso productivo que aplican los ganaderos caprinos?	

Fuente: Investigación
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes del tema

A nivel mundial la cría de las cabras históricamente ha estado asociada a sectores marginales y a los países más pobres; donde la producción de carne y leche es destinada principalmente al autoconsumo.

Según (GALLEGOS Sánchez, 2005) menciona lo siguiente sobre sus orígenes:

“Por su antigüedad y distribución actual la cabra fue uno de los primeros animales domesticados por el hombre para la obtención de carne, leche, piel y fibra; por ende la cabra fue el primer rumiante en ser domesticado desde aproximadamente 10.000 años en las laderas de las regiones del Suroeste de Asia; en las zonas montañosas de Zargos, a pesar de aquello su evolución no ha sido tan notoria como la de otras especies”

El proceso de domesticación fue un fenómeno de selección inconsciente por parte del hombre ancestral, en donde observaron que las cabras eran mansas y dóciles que ofrecían menos dificultades de manejo y fueron las que empezaron a compartir la vida doméstica y a reproducirse entre sí, proceso que dio origen a una gran diversidad de cabras. Se estima que a nivel mundial que existe una población de 700 millones de cabezas de las cuales sólo el 35 millones (5%) se encuentra en América.

La baja productividad de la especie caprina se debe a que la mayoría de las explotaciones son extensivas, con baja tecnología y mínima organización de producción, transformación y comercialización. Asimismo (FRACANZANI, 2004) menciona que en los continentes: Asia posee el 63% del consumo mundial de carne de cabra. África el 23%, Europa el 3,1%, América del Sur el 2,2% y el norte y centro de América el 1,4% del total.

En Ecuador según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, se menciona que el ganado vacuno es la especie que mayor cantidad de ejemplares concentra, seguida del ganado porcino; mientras que el ganado caprino se encuentra en séptimo lugar; a pesar de aquello existen muchas personas que se dedican a esta actividad en diferentes ciudades del país ya que desde el año 2008 Según el INEC (ARELLANO, 2012) este sector presenta un incremento.

GÓMEZ I (2010, en línea) relata que la crianza de cabras para leche y carne crece poco a poco, no dan tanta leche y carne como las vacas, pero las más productivas pueden rendir hasta 4 litros diarios, son pequeños grupos que pueden adaptarse fácilmente especialmente en Pichincha, Ibarra, Manabí y Loja, excepto donde existe humedad y corrientes de viento. Sin embargo no son la competencia de las vacas según Mario Laverde quien procesa 130 litros cada día en Puenbo (Quito), donde vende leche pasteurizada, yogurt con fruta natural, quesos maduros y carne.

ERAZO J. (2010), gerente de la empresa Floralp, manifiesta que otro productor saca 30 litros al día y 900 kg de carne en Calacalí, donde tiene 120 cabras de las cuales 30 están en producción, y una parte de su leche es para fabricar leche de dos sabores.

(FREDDY, 2010), menciona que la crianza de caprinos en nuestro país es a nivel de pequeños productores en sistema extensivos en la Sierra y Costa con una alimentación a base de malezas, sin embargo el caprino es un animal explotado en otros países de manera intensiva con un manejo tecnológico aceptable y rebaños de mayor tamaño que les permite tener mejores ingresos a los productores.

Los pequeños productores son a nivel familiar y en muchos casos son dependientes de esta actividad por lo que ha surgido el gran interés por la

explotación caprina debido a los bajos costos que represente su crianza y la facilidad de manejo, haciéndolas favorito en las clases sociales más pobres del Ecuador.

(VIDAL, 2009), indica que la crianza de caprinos en los diferentes sectores de la provincia de Santa Elena se ha desarrollado ancestralmente con un manejo inadecuado y los sistemas de producción no han sido evaluados técnicamente; de acuerdo con el catastro realizado en el año 2009 por la dirección provincial agropecuaria de Santa Elena, donde indica que la población caprina es de 10000 animales.

Según el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (Magap, 2009), El mayor valor agregado de la carne se da en cuento al número de cortes. En el Ecuador en estas especies aún no se realiza este proceso en cantidades grandes que cubran la demanda de la población. La libra de la carne caprina está considerada en \$2,00. El 93% de los animales son considerados criollos, el 6% mestizos y el 1% pura sangre y más del 70% de la producción es láctea y el 30% es cárnica en todo el territorio ecuatoriano y se comercializa en Pichincha, Ibarra, Manabí, Loja y Santa Elena.

(VIDAL, 2009) Manifiesta que la oferta de faenamiento de ganado caprino que registra en la provincia de Loja es alrededor de 570,23 toneladas año, mientras que en Santa Elena se registran un total de 20 animales/mensuales en centros de faenamiento formales mientras que 30 animales/mensuales en centro informales; esto da un total de 50 animales/mes en esta provincia.

(CASTELLANO, 2002), manifiesta que las cabras son capaces de conseguir su alimentación pastoreando, (sistema extensivo en agostaderos). Sin embargo, para

tener cabras productivas, se les debe suministrar un complemento alimenticio que cubra sus necesidades nutricionales, principalmente cuando hay escasez en el campo. Cuando la cabra está estabulada es importante una buena formulación en base a su producción y etapa fisiológica.

Según la Biblioteca del Campo (2002) las cabras fuertes, sanas y productivas son el resultado de un buen manejo y una excelente alimentación que generan resultados satisfactorios, debido que una buena nutrición garantiza en un 60-70% del éxito de la explotación

Para que las personas o empresas puedan sobrevivir a través de los tiempos se ha visto ante la necesidad de organizarse y con ello realizar múltiples tareas en beneficio común es por ello que nos acogemos a las palabras de los siguientes autores:

Según (CODINA, 2006)

“El éxito o el fracaso en los negocios es resultado de si las personas pueden trabajar conjuntamente en forma eficaz en equipo”

Se puede decir que la mayoría de los emprendimientos surgieron con la unión de varias personas hace varias décadas con el objetivo de servir a los más necesitados y según (WEIRICH, 2004)

“No existen reglas precisas para la formación de equipos eficaces. No obstante, se ha comprobado la utilidad de determinadas disposiciones”

Según (LEÓN, 2008)

“Un grupo no es bueno ni malo sino el reflejo de sus capacidades humanas. El trabajo consiste en el esfuerzo humano, físico e intelectual aplicado a la transformación de la

naturalezas generalmente ayudado por aparatos e instrumentos, con la finalidad de satisfacer las necesidades del individuo y de la sociedad.”

A la vez manifiesta que un equipo es un conjunto de personas que unen sus esfuerzos en forma coordinada para alcanzar un objetivo común, dentro de un clima de trabajo que todos enriquecen y del cual disfruten.

Ministerio de industrias apoya la asociatividad de las mipymes

En el documento publicado por el Ministerio de Industria y Productividad el 9 de noviembre del (2012): Deja en claro que es necesario que las personas se agrupen y conformen grupos asociativos con la finalidad de construir un mejor país, basado en la siguiente premisa; la unión hace la fuerza, por tal razón el Gobierno Nacional promueve la asociatividad, con el fin de que las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) ecuatorianas sean más competitivas y que sus productos puedan llegar al mercado local e internacional.

El objetivo de la conformación de este tipo de consorcios es promover y comercializar sus productos, principalmente, en el mercado extranjero, pero también cubrir las necesidades locales, así como lograr la sustitución estratégica de importaciones, aumentar la oferta exportable, impulsar el desarrollo económico territorial y fortalecer las capacidades colectivas de grupos asociativos, como parte de la política industrial ecuatoriana.

Asesoría Jurídica para Asociaciones de la Provincia de Santa Elena

Con datos del diario el Universo y con fecha del 23 de mayo de 2012 El Ministerio de Industrias y Productividad de la provincia de Santa Elena, brindó asesoramiento Jurídico, con el Abg. Diego Romero Osegura, funcionario de la Subsecretaria Regional del MIPRO en el Litoral, el día miércoles 23 y jueves 24

de mayo del presente año, por lo que se hizo un llamado a todas las asociaciones artesanales de la Provincia de Santa Elena, que se acerquen a recibir asesoría Jurídica en temas relacionados a:

- Aprobación y el análisis de los Estatutos
- Registro de directivas
- Aprobación, inclusión y exclusión de socios
- Reforma de Estatutos

Nombres de algunas asociaciones debidamente legalizadas en el Ecuador

- 001 Club Social “Jocar”
- 002 Asociación de Ayuda Humanitaria Hombre Nuevo - AHN
- 003 Asociación de Comerciantes Mayoristas del Terminal de Transferencia de Víveres de Guayaquil (T.T.V.) “Montebello”
- 004 Asociación de Pequeños Agropecuarios “10 de Agosto”
- 005 Fundación de Asistencia Social “Amistades de RSA”
- 006 Asociación de Personas con Capacidades Especiales “Arco Iris de Esperanza”
- 007 Comité de Desarrollo Comunitario Integral “Manos Solidarias Comprometidas”
- 008 Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Don Juve”
- 009 Asociación de Personas con Discapacidad Emprendedores “ADEM”
- 010 Comité Pro-Mejoras “Bendición de Dios”
- 011 Comité Promejoras “Los Tulipanes”
- 012 Asociación de Comerciantes Minoristas de Legumbres y Anexos del Mercado Central, Humberto Centanaro Gando de Bucay
- 013 Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “Limón de Manizales”
- 014 Asociación de Emigrantes Residentes en el Cantón Balzar
- 015 Asociación de Trabajadores Agrícolas Autónomos “El Zapallo”
- 016 Asociación de Propietarios de la Urbanización “Puerto Seymour”

Algunas asociaciones en la provincia de Santa Elena

- Asociación de Agricultores y Citricultores de la comuna Sinchal
- Asociación Solidaria “Unión y Progreso” de la comuna Monteverde
- Asociación “ Paraíso Azul” de la comuna San Pablo
- Asociación “Ruta del Spondylus” comuna San Pablo
- Asociación de Chef peninsulares
- Asociación solidaria y confraternidad “San Antonio de Padua” Santa Elena

1.2.Fundamentación teórica

1.2.1. Trabajo en equipo

“Si trabajamos con un objetivo común, elevándonos por encima de nuestras individualidades, unificamos criterios y superamos diferencias, habremos aprendido a trabajar en equipo”. Gastón Arriagada Rodríguez

En este mundo cada día más competitivo no se puede surgir sin la colaboración de todos los miembros de alguna organización o institución, debido a que cada uno del personal posee cualidades innatas que ayudan a las empresas a crecer, debido a que los equipos de trabajo deben hacer habitual sus labores y no de forma individual y con ello alcanzar el éxito en la organización; por ello nos acogemos a las palabras de (Colombo, 2003).

“Trabajar en equipo implica muchas más que reunir un grupo de personas y asignarles una tarea. Por ende la definición que dice es un conjunto de empleados que trabajen con una meta específica, interactuando para compartir información sobre los mejores procedimientos o prácticas para rendir hasta el máximo de su potencial”

Podemos determinar que el individuo como ser social, ha necesitado de los demás para la satisfacción de las necesidades básicas desde hace mucho tiempo, es por ello se va creando cultura para comenzar a experimentar nuevas formas de trabajo colectivo.

Con ello se puede decir que el trabajo en equipo es una modalidad que pretende que las personas trabajen en torno a sus fines y metas obteniendo como resultado el éxito, a la vez se caracteriza por la comunicación fluida entre sus miembros

teniendo como base la confianza y el apoyo mutuo creando responsabilidades entre los miembros de la organización y de esta forma aumentar la creatividad mejorando la productividad y adaptación a cambios por esto se puede decir que un equipo de trabajo es un grupo de individuos que voluntariamente interactúan, comparten actividades de trabajo y fundamentalmente por los resultados (Colombo, 2003).

Asimismo para mantener al equipo es necesario considerar las siguientes características:

- Priorizar objetivo común
- Capacidad de escucha
- Reconocer y valorizar el aporte de todos
- Resolver por consenso

1.3. ¿Por qué trabajar en equipo?

Hoy en día es más conveniente realizar las tareas de forma conjunta y es por ello que en las organizaciones se está tomando en consideración las experiencias y habilidades del personal lo cual permite aumentar la creatividad mejorando la aptitud y adaptación a los cambios superando las individualidades manteniendo siempre en claro las metas y los objetivos debido que es primordial constituir un equipo por los miembros por eso nos acogemos a las palabras (MIÑO, 2013);

“El trabajo en equipo es una oportunidad de verdadero crecimiento personal, en tanto es indispensable la participación de muchas personas, lo que a su vez requiere de compartir habilidades y conocimientos particulares o colectivos y donde se establece una relación de confianza tan fuerte que permita incluso delegar en los compañeros de trabajo parte del propio trabajo”

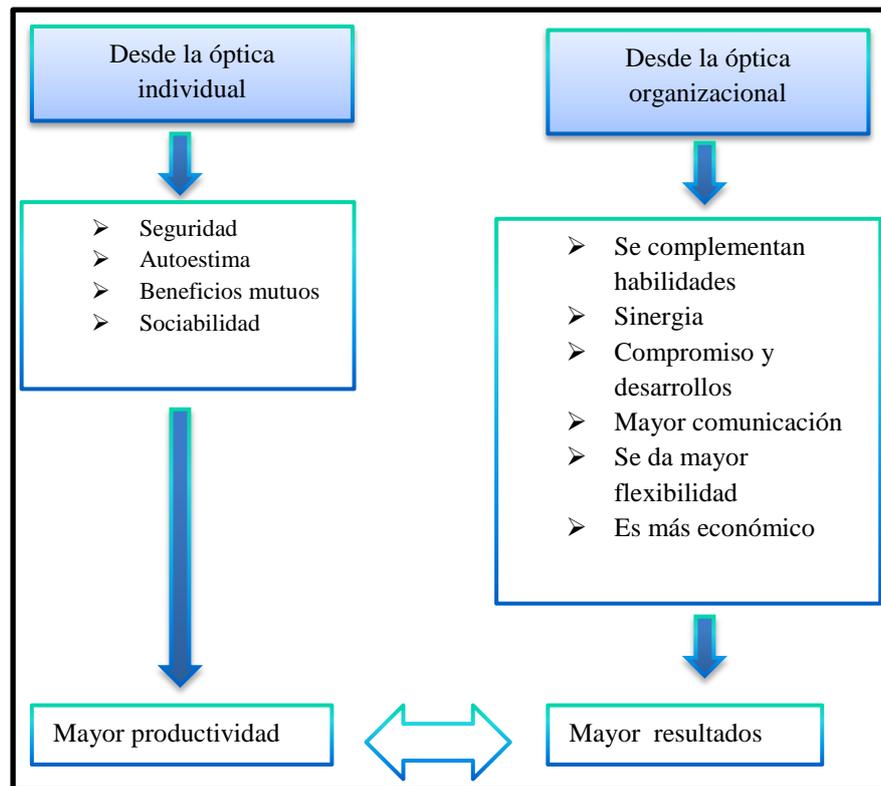
Katzenbach y K. Smith (2006): define que el trabajo en equipo es:

“Número reducido de personas con capacidades complementarias, comprometidas con un propósito, un objetivo de trabajo y un planeamiento comunes y con responsabilidad mutua compartida”

Fainstein Héctor (2007)

“Un equipo es un conjunto de personas que realiza una tarea para alcanzar resultados”

CUADRO N° 2 ¿Por qué trabajar en equipo?



Fuente: Michael Jordán
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Según (MARTÍNEZ, 2009)

“Un equipo de trabajo no funcionará si todos sus miembros no son positivos y colaborativos, dispuestos a animar a los demás miembros del equipo cuando sea preciso”

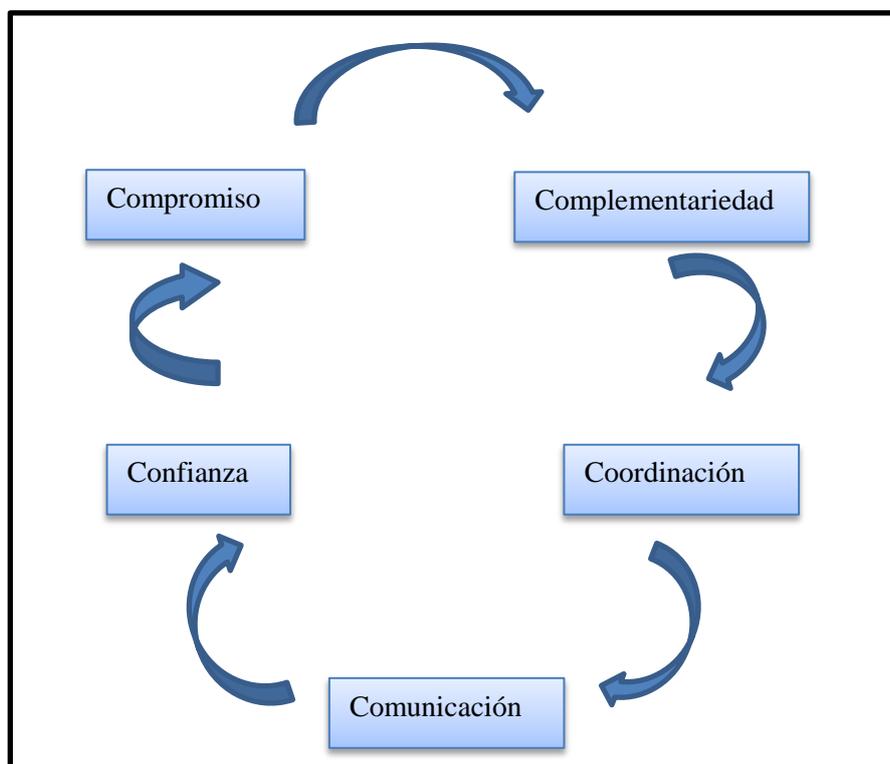
Para que las organizaciones puedan surgir debe estar constituido por miembros comprometidos para alcanzar los resultados y por ello nos acogemos a las palabras (ACUÑA, 2006) quien relata lo siguiente:

“El trabajo en equipo es un método de trabajo colectivo coordinado en el que los participantes intercambian sus experiencias, respetan sus roles y funciones, para lograr objetivos comunes al realizar una tarea conjunta”

Al mismo tiempo Acuña manifiesta algunas bases que ayudaran a mantener una estructura interna adecuada con la finalidad de obtener resultados favorables para las cuales las reflejamos a continuación:

1.4.Bases del Trabajo en equipo.

CUADRO N° 3 Bases del trabajo en equipo



FUENTE: (ACUÑA, 2006)
ELABORADO POR: Daycy Flores Rodríguez

Toda organización necesita que sus miembros estén involucrados con los proyectos que se inician, interesarse por las metas y por las personas del grupo y por tal motivo acogemos las palabras de Enrique Roldan en donde manifiesta lo siguiente:

Complementariedad.- Cada miembro domina una acción específica dentro de un proyecto; todos estos conocimientos son necesarios para sacar el trabajo adelante.

Coordinación.- El grupo con un líder a la cabeza, debe actuar de forma organizada para sacar el trabajo adelante.

Comunicación.- La comunicación es abierta fundamental para coordinar las acciones individuales. Todas deben funcionar a la perfección. Si uno falla el equipo fracasará.

Confianza.- Cada persona confía en el buen hacer del resto de sus compañeros, cada quien aporta con lo mejor de sí mismo.

Compromiso.- Cada miembro se compromete a aportar lo mejor de sí mismo, a poner todo su empeño en sacar todo el trabajo adelante, no queriendo destacar, esta confianza lleva a priorizar el éxito del equipo y no lucirse personalmente.

1.5. ¿Qué facilita el trabajo en equipo?

- Tener clara la misión, visión, propósitos, objetivos y metas comunes.
- Conocer la etapa de desarrollo del equipo
- Organización interna
- Buen liderazgo
- Buen clima
- Participación

1.6. Ventajas del trabajo en equipo

Cuando se trabaja en equipo se puede lograr sinergia en donde los miembros de la organización contribuyen no de forma individual sino que se evalúan de forma conjunta minimizando errores trascendentes y el apoyo es recíproco entre compañeros reflejando mayor satisfacción en su trabajo mejorando la autoestima y la realización personal. (ACUÑA, 2006), menciona las siguientes:

1.6.1. Ventajas personales

- Oportunidad de aprendizaje mutuo
- identidad de las personas con su organización
- agiliza planes y programas
- Permite acciones más asertivas, eficaces, creativas (visión desde distintos ángulos)
- Conduce a mejores ideas y decisiones
- Provee un sentido de seguridad
- Desarrolla relaciones interpersonales
- Se ensancha el círculo de la comunicación
- Aumenta la posibilidad de mostrar las fortalezas individuales

1.6.2. Ventajas para la organización

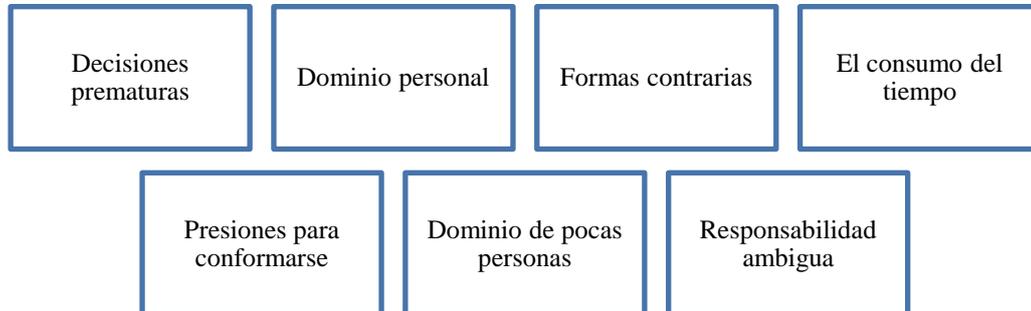
Al formar un buen equipo de trabajo, genera grandes beneficios organizacionales los mismos que ayudan a enriquecer la parte interna de la empresa es por ello que tomamos como referencias algunas ventajas:

- Se fortalece el espíritu emprendedor y el compromiso
- Crece el trabajo acompañado de la calidad
- Se proporciona mayor información
- Existe mayor comprensión sobre decisiones
- Se reducen los gastos institucionales
- Se generan nuevas formas de solucionar los problemas
- Se forman mayores puntos de vistas por parte del equipo
- Disminuyen los períodos de investigaciones en procesos de competencia.

1.6.3. Desventajas del trabajo en equipo

El trabajo en equipo también presenta algunas desventajas que se deben tener en consideración, por lo general estas se defectos hasta cuando sus miembros llegan hasta la etapa de madurez.

CUADRO N° 4 Desventajas del trabajo en equipo



Fuente: (ACUÑA, 2006)
Elaborado por Daycy Flores Rodríguez

Según (FERNÁNDEZ, 2009), describe lo siguiente

- Dominio personal.- Un líder puede dominar la discusión de un equipo e influir profundamente en el resultado.
- Formas contrarias.- Los miembros pueden considerar y defender su solución desde su punto de vista en un lugar de juzgar objetivamente la pertinencia de cada alternativa.
- El consumo del tiempo.- Los equipos tardan más tiempo en llegar a una solución que cuando un solo individuo toma la decisión.
- Presiones para conformarse.- Se puede cualquier desacuerdo y estimular la conformidad ante ciertos puntos de vista.
- El dominio de pocas personas.- las discusiones del equipo pueden ser dominadas por uno o pocos miembros.
- Responsabilidad ambigua.- ¿Quién es responsable del resultado final en una decisión individual?, el responsable es el equipo, en una decisión de grupo, se diluye la responsabilidad de cada miembro.

1.7. Etapas en el desarrollo de un equipo

Según (CORNEJO, 2012), el desarrollo de un equipo es un proceso dinámico y como tal atraviesa 4 etapas.

1.7.1. Formación e integración

“Es una etapa de gran incertidumbre respecto a la finalidad, estructura y liderazgo del equipo. Los miembros sondean el terreno para averiguar qué tipos de comportamientos son aceptables. Esta fase termina cuando los miembros comienzan a pensar en sí mismos como parte de un equipo.”

- Optimismo
- Buena disposición
- Motivación
- Entusiasmo

1.7.2. Conflicto

“Es la que se caracteriza por el conflicto dentro del grupo. Los miembros aceptan la existencia del equipo, pero hay resistencia al control que el equipo impone al individuo y también respecto a quien liderará al equipo. Esta etapa se completa cuando existe un liderazgo bastante claro dentro del equipo”

- Primeras dificultades
- Tensiones y roces
- Aparecen las diferencias de carácter y personalidad

1.7.3. Madurez

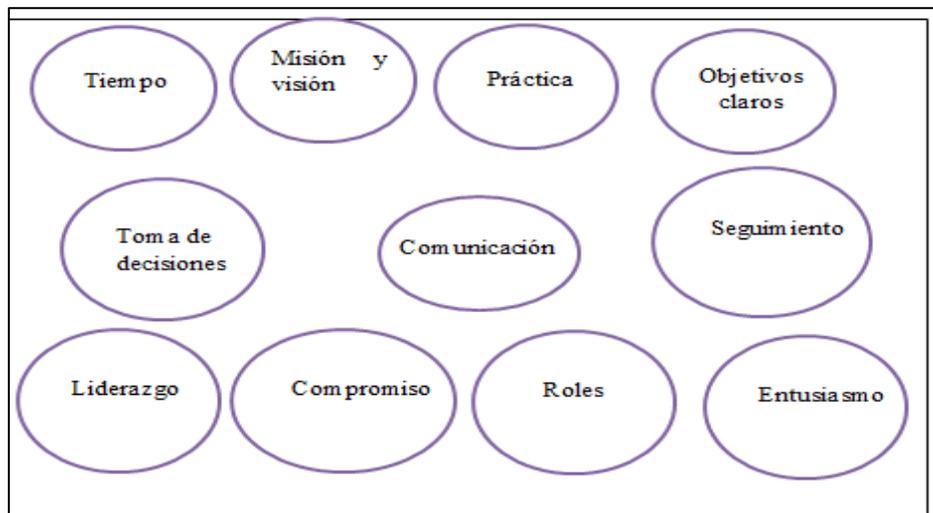
- Superan dificultades
- Se observan avances
- Mayor claridad en los roles
- Se desarrollan habilidades

1.7.4. Equipo de alto rendimiento

- Equipo acoplado
- Han aprendido a trabajar juntos

“El trabajo en equipo es la habilidad de trabajar juntos hacia una visión común. Es el combustible que le permite a la gente común obtener resultados poco comunes.” Andrew Carnegie

CUADRO N° 5 Factores que hacen un equipo exitoso



Fuente: Michael Jordan
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

1.8. El trabajo cooperativo

En las organizaciones debe existir el trabajo colaborativo, pero antes de ellos las personas deben participar de un buen clima organizacional compartiendo ideas y sobre todo trabajar juntos, acompañados del incentivo no hay que olvidar que no se puede imponer a los trabajadores, ya que se debe crear una dinámica participativa y colaborativa en donde las personas no sólo sean capaces de realizar el trabajo que le fue asignado sino que adquiera un entrenamiento avanzado, compartiendo talentos y fortalezas con los menos motivados induciendo al resto del personal a trabajar con esmero, es por ello que tomamos las palabras de Gary Olson de la Universidad de Michigan en el 2010, en donde se refiere que:

“El trabajo moderno es ampliamente colaborativo, muchos mandos pasan gran parte de su tiempo en reuniones. Cada vez más el trabajo es organizado en equipos; los grupos tienen menos de diez personas y trabajan en un mismo proyecto durante semanas o meses; la colaboración requiere de interacciones cara a cara”

Una manera de interrelacionarse con las personas es crear espacios de grupo coordinando los procesos de trabajos, la cultura organizacional, las tecnologías de la información y los espacios físicos para poder mejorar el desempeño en las empresas.

Según Tammy Etickson en investigaciones se han identificado las características de las organizaciones que tienen éxito en su objetivo de promover la colaboración las cuales las mencionaremos a continuación:

- 1.- sentido del compromiso entre los miembros de la organización
- 2.- Relaciones basadas en la confianza
- 3.- prevalencia de un conjunto de oportunidades
- 4.- El desarrollo y prácticas de promoción para suscitar la colaboración
- 5.- Una filosofía en la organización de apoyo a la comunidad de los adultos
- 6.- Líderes con dos cualidades: Capacidad de relación y gestión de las capacidades
- 7.- Modelos con roles ejecutivos para la colaboración
- 8.- Comportamiento y procesos productivos eficientes
- 9.- Una buena definición de las funciones y responsabilidades individuales
- 10.- Tareas y funciones estimulantes

Estos factores permiten a las empresas u organizaciones incentivar esquemas de colaboración basados en la capacidad y voluntad de compartir información, ideas y puntos de vista de manera productiva.

1.9. Esfuerzo conjunto

"La duda es un enemigo silencioso, para eso está el trabajo en equipo". Engelberth Freites. Para que las organizaciones puedan ser más competentes deben unirse con todos sus miembros para lograr lo planteado debido que la fuerza del equipo siempre logra mayores

cosas; para que esto se pueda dar es necesario que exista la motivación y la comunicación.

1.10. Asociatividad

1.10.1. Origen de la Asociatividad

La asociatividad como todos los procesos tuvieron un origen, es por ello que desde la época primitiva el hombre sintió la necesidad de organizarse para poder sobrevivir; por ello nos referimos con el siguiente argumento:

Según (Universidad Tecnológica de El Salvador , 2006)

“La asociatividad tiene sus orígenes desde que el hombre creó la necesidad; y se ha desarrollado enormemente; creando diferentes modelos sociales que permiten en la actualidad el buen funcionamiento operacional y organizativo de los grupos que se unen para fines comunes”

Con lo expuesto anteriormente hacemos referencia que los grupos deben trabajar de forma organizada para cumplir con los objetivos planteados por la empresa o pequeños grupos.

1.11. Definiciones de la Asociatividad

Trabajar de forma conjunta hace que los negocios mejoren diversos factores como la productividad, competitividad y aprovechamiento de oportunidades y una forma de ser competentes es unir los esfuerzos a través de una asociación entre pequeñas, medianas empresas o a su vez con un grupo de personas interesadas en surgir en un mercado en donde cada día es más exigente tanto nacional e internacional, con la unión se pueden resolver diversas necesidades o problemas y con ello conseguir resultados exitosos, a continuación nos acogemos a las palabras de (Rosales, 2007)

“La asociatividad es un mecanismo de cooperación entre pequeñas y medianas empresas, en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común”

Asimismo podemos decir que la asociatividad es un instrumento de participación social caracterizada por surgir del común acuerdo, en que un grupo humano en concordancia con las voluntades individuales que lo componen consideran tener intereses similares y un mismo objetivo a realizar, formando así una asociación en particular teniendo como principio de convivencia voluntaria e igualitaria con respecto al poder. Según el diccionario de la Real Academia Española.2012, define lo siguiente sobre asociatividad:

- **Asociativo**, adj. Que asocia o que resulta de una asociación o tiende a ella.
- **Asociar**. Del latín *Associare*, que hace referencia a unir a una persona a otra para que colabore en el desempeño de algún cargo, comisión o trabajo.

Es por ello que al referirnos sobre este tema es necesario considerar varias opiniones de diferentes autores por tomamos las palabras de: (FRANCO, 2009) manifiesta:

“Asociatividad es comprender mediante la identificación de objetivos y metas comunes en empresas de igual o similar actividad económica, esfuerzos individuales dispersos, en propósitos de mejoramiento de los niveles de desempeño empresarial, que facilite la sostenibilidad y crecimiento de las empresas en áreas de la competitividad de los negocios, que les permita enfrentar en mejores condiciones la competencia globalizada”

ENRIQUE (2002), Asociatividad empresarial y apropiación de la cadena productiva como factores que impulsan la competitividad, manifiesta:

“Puede definirse como una estrategia orientada a potenciar el logro de una ventaja competitiva por parte de una empresa mediante la cooperación o el establecimiento de acuerdos con otras empresas, para la realización de una serie de actividades dentro de la cadena de valor del producto o servicio, que conduzcan a una mayor presencia de la empresa en uno o más mercados”

LOZANO M. (2010), Modelos de asociatividad: Estrategias efectivas para el desarrollo de las pymes, expresa lo siguiente:

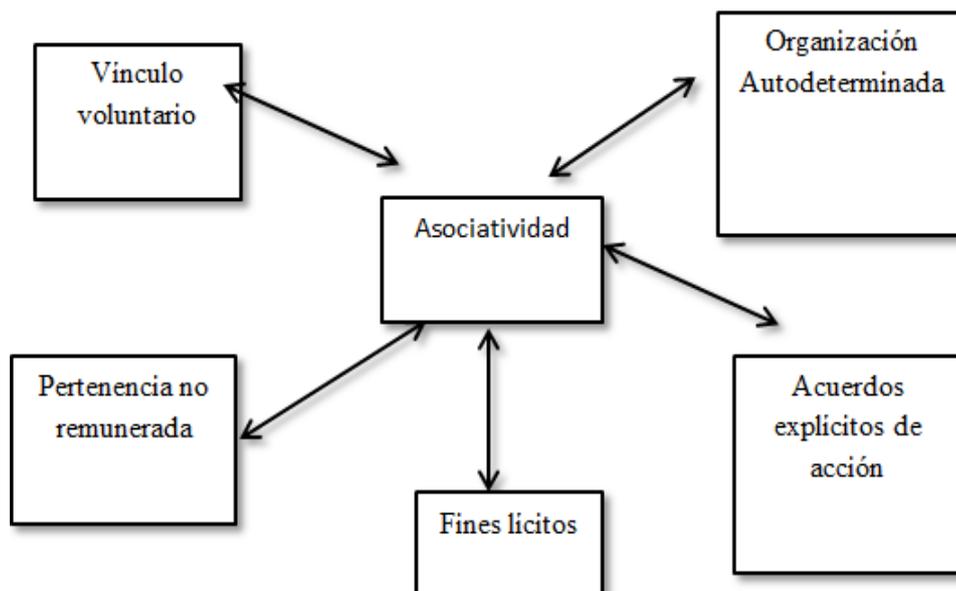
“Es una estrategia de colaboración colectiva que persigue la creación de valor a través de la concreción de objetivos comunes que contribuyen a superar la escasez de escalas individuales y a incrementar la competitividad, herramienta que es necesaria para la supervivencia de las pequeñas y medianas empresas”

Y en este mundo que cada día se está envolviendo en la era de la globalización, las personas o grupos de personas optan por asociarse sea en pequeño grupo de personas o empresas existentes ya en el mercado con el fin de ser competitivos y encontrar un espacio en él.

Por tal razón nos acogemos a las palabras del Ing. Juan Carlos Vegas Rodríguez – Consorcio Asecal Mercurio Consultores que menciona lo siguiente:

“La Asociatividad, es tanto una facultad social de los individuos, como un medio de sumar esfuerzos y compartir ideales a través de la asociación de personas para dar respuestas colectivas”. (2008). A la vez en el siguiente cuadro se refleja lo importante de la asociación.

CUADRO N° 6 Asociatividad



Fuente: Libro Desarrollo Humano De Chile
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Vínculo voluntario.- Con ello se apunta a que la integración de un miembro no es una obligación, por lo que al aceptar el vínculo se pueden desprender compromisos internos y obligaciones externas.

Pertenencia no remunerada.- El miembro corriente no es remunerada, se excluye a la empresa productiva; en cambio se incluyen organizaciones que dispongan de algunos cargos funcionales, siempre y cuando los participantes no se incorporen a ella con de fin de obtener remuneración.

Autogobierno.- Se han registrado sólo aquella asociación que tenga facultades para determinar todas sus acciones de autoridades, el autogobierno no implica desconocer muchas formas asociativas deben ajustar sus conducta a las normativas legales que rigen en el campo asociativo.

Acuerdos explícitos de acción.- Ello distingue la asociatividad registrada de formas de agrupamiento meramente aleatorias o circunstanciales.

Fines lícitos.- Abarca aquella asociatividad que orienta a los objetivos de bien público o por lo menos no ilícitos, se exigen elementos básicos de compromiso cívico tales como el respeto por las normas de convivencia social y por la dignidad de otras personas ajenas al mismo vínculo de asociativo. Y acogiendo a la Real Academia Española indica que asociar es “Unir una persona a otra que colabore en el desempeño de algún trabajo, comisión o encargo”.

Al referirnos de asociatividad nos enfocamos a una nueva forma de trabajar y ser mejores dentro de un mercado, tener objetivos, compromiso, responsabilidad y riesgos compartidos; ya que la necesidad de asociarse da respuestas colectivas a un grupo determinado de personas que trata de sumar esfuerzos a través de una asociación y con ello ser partícipe de lograr un mismo fin. Es por que al asociarse

se convierte en una estrategia, no un fin en sí mismo ya que genera un valor agregado en algunos proyectos productivos y de comercialización, minimizando debilidades y potencializando las fortalezas, a la vez a disminuir barreras de entradas a posibles mercados.

Como resultado de la asociatividad se obtienen muchas más fortalezas con los integrantes, generando proyectos eficientes con menos riesgos individuales; y sobre todo ser más participes dentro de un mercado, con mejores estrategias para lograr mejor posicionamiento. Se puede mencionar que los modelos de asociatividad generan mecanismos de cooperación entre mipymes, pequeñas o grandes empresas para ser competitivos y llegar a los consumidores.

1.12. Características

Según (Iguera, 2010)

Algunas de las principales características de los modelos asociativos son:

- La incorporación es voluntaria
- Las empresas no pierden su autonomía gerencial
- Se pueden unir empresas que operen en otros mercados
- La modalidad de organización puede ser organizacional o jurídica

1.13. Objetivos de la asociatividad

En este mundo cada vez más competitivos los micros, pequeñas, medianas y grandes empresas buscar la forma para asociarse para lograr algún objetivo en común, buscando socios que tengan valores comunes y cuyas habilidades y destrezas se complementen entre sí, de tal forma que todos tengan algo para contribuir; es por ello a continuación en el siguiente cuadro reflejamos algunas objetivos en diversos ámbitos. A continuación se mencionan en el siguiente cuadro.

CUADRO N° 7 Objetivos de la asociatividad

FINANACIERAS	ORGANIZACIONALES	DE COMERCIALIZACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a financiamiento • Compras conjuntas • Inversión conjunta 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora en los procesos productivos • Aplicación de nuevas formas de administración • Intercambio de información productiva o tecnológica • Capacitación conjunta • Acceso a recursos o habilidades críticas • Generar economías de escala • Acceso a tecnologías de productos o procesos • Aumento del poder de negociación • Investigación y desarrollo 	<ul style="list-style-type: none"> • Lanzamiento de nuevos productos al mercado • Apertura de nuevos mercados • Intercambio de información comercial • Investigación de mercados • Alianzas para poder vender • Servicio post venta conjuntos • Inversión conjunta • Logística y distribución de exportación • Consorcios de exportación

Fuente: Asociatividad en Pymes
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

1.14. Asociatividad nuevas herramientas para la competitividad.

En esta era en donde cada vez los mercados son competitivos es necesario que las organizaciones tanto grandes como pequeñas e incluso las pymes deban buscar nuevas formas de competir en estos tiempos de globalización, para que puedan concretar estrategias que conlleven al éxito conglomerados de los actores involucrados, teniendo en consideración la innovación y aprendizaje, la integración de las partes para poder conseguir un beneficio común, por eso nos acogemos a la teoría de la autora Lysette Henríquez Amestoy (2006):

“Las organizaciones sin importar el tamaño deben asociarse para establecer estrategias de competitividad para insertarse en la globalización, considerando la innovación-aprendizaje, la integración de más que la suma de sus partes (sinergia), desarrollando factores competitivos estableciendo conectividad a través de la tecnología de comunicaciones favoreciendo a la asociatividad”

Por tal motivo hace referencia que las empresas o asociaciones para competir ser más competitivas deben estar unidas, para mejorar el proceso productivo sin importar el tamaño especialmente en el caso de las pymes y con ello se logrará desarrollar los siguientes factores:

- Poder de negociación
- Economía de escala
- Ser señal en el mercado

Además de funcionar en temas como promoción, mercadeo, ingeniería y desarrollo, enfrentar temas tecnológicos y desarrollando los recursos humanos; considerando la capacidad de innovación; y con ello facilitar el proceso:

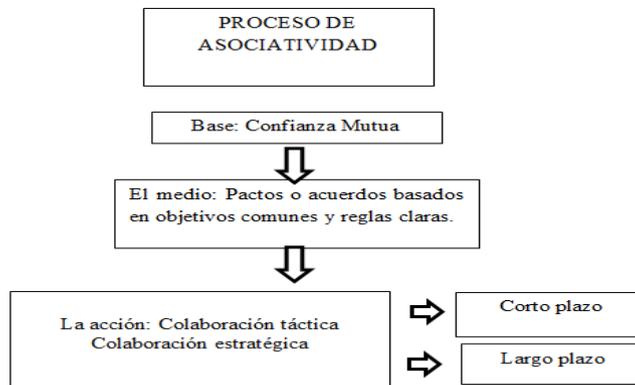


Fuente: Lysette Henríquez Amestoy
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Es por ello que las empresas se integran para mejorar la competitividad ya que esta posibilita lo siguiente:

- La optimización de la rentabilidad en la cadena productiva más allá de una empresa individual.
- Reducción de costos
- El aumento de ventas
- Mejor inserción el mercado de productos y de factores de producción.

CUADRO N° 9 Proceso de asociatividad



Fuente: Proyecto de Cooperación UE-Perú-PENX 2008
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Los Objetivos comunes pueden ser coyunturales, como la adquisición conjunta de materias primas, o generar una relación más estable en el tiempo, como puede ser la investigación y desarrollo de tecnologías para el beneficio común. La asociatividad empresarial es forma o manera organizada de trabajar en equipo porque fundamenta el éxito de los negocios, procura la supervivencia empresarial especialmente en las Mipymes, en el nuevo entorno global, ya que enfoca y dirige las organizaciones desarrollando la competencia y mejora los niveles de desarrollo tecnológico y se abre a nuevos mercados, a la vez disminuye costes, aumenta la productividad y competitividad; y oportunidad al acceso de nuevos mercados aplicando nuevas formas de realizar negocios.

1.15. Tipos de asociatividad

Existen varios tipos de asociatividad y por tal razón nos acogemos a la teoría del autor Ing. Juan Carlos Vegas Rodríguez en su documental Proyecto de cooperación UE-PERÚ (2008), quien clasifica de la siguiente manera:

Redes de Cooperación

- Estas empresas comparten información
- No renuncian a funcionar de forma independiente
- Conservan diversos vínculos cooperativos para realizar acciones conjuntas coordinadas.

Articulación Comercial

- Relación sostenida entre empresas ofertantes y demandantes la cual puede ser mediada o animada por un agente intermediario.
- Para el correcto funcionamiento de las asociaciones estas deben estar estructuradas y legalizadas con el fin de llevar el correcto orden de sus actividades.

- Los socios integrantes deben seguir un fin común y de esta manera asociarse para luchar por sus intereses organizacionales, en donde su principal característica es que todos los socios poseen derechos y deberes igualitarios y su adhesión a dicha asociación es voluntaria.

Alianza en Cadenas Productivas

En base a acuerdos entre actores que cubren una serie de etapas y operaciones de producción, transformación, distribución y comercialización de un producto o línea de productos (bienes o servicios). Implica división de trabajo en la que cada agente o conjunto de agentes realiza etapas distintas del proceso productivo.

Alianza en clústeres

De manera similar a las cadenas de valor, pero los actores están concentrados geográficamente y están interconectados en una actividad productiva particular. Comprende no sólo empresas sino también instituciones que proveen servicios de soporte empresarial.

Joint Venture

Se constituye una nueva sociedad creada por dos o más empresas con personalidad jurídica independiente pero realiza una actividad empresarial supeditada a las estrategias competitivas de las empresas propietarias. Esta forma de cooperación implica la aportación de fondos, tecnología, personal, bienes industriales, capacidad productiva o servicios.

Redes horizontales

Son empresas de similar tamaño, sector, localización, etapa de procesos productivos, en relación de colaboración entre empresas y con entorno institucional.

Roles

- Complementar
- Completar
- Especializar
- Coordinar

Redes verticales

Es la relación entre empresas, clientes-empresas; proveedora o proveedora-distribuidora, por lo tanto constituyen relaciones de carácter estratégico de largo plazo, por cual permite crear ventajas competitivas difícilmente alcanzables en forma aislada.

Funciones

- Reducir costos de proveedurías
- Solución de problemas de proveeduría (precio, tiempo, calidad, asistencia técnica, servicio al cliente)
- Solución de problemas de inadecuadas políticas y prácticas de compra (plazo y formas de pago.
- Aumenta ventas en la cadena
- Reducción del costo de distribución
- Mejorar la rentabilidad
- Aumenta calidad del servicio y satisfacción del cliente

1.16. Etapas para asociarse

El proceso asociativo también se debe basar a diferentes etapas que direccionaran el propósito del proyecto; por ello se debe conocer en que consiste cada una de las ellas, las mismas que se constituyen en cinco pasos; que a continuación se presentan:

CUADRO N° 10 Etapas de la asociatividad

Etapas	Definiciones
Gestación	<ul style="list-style-type: none">➤ Despierta el interés de los participantes.➤ Se realiza el análisis del potencial del grupo
Estructuración	<ul style="list-style-type: none">➤ Definición de rol del grupo➤ Definición de estrategias
Madurez	<ul style="list-style-type: none">➤ Adquisición de identidad como grupo➤ Legalización de vida jurídica
Productiva o de gestión	<ul style="list-style-type: none">➤ Llevar a cabo los objetivos planteados➤ Llevar gestión empresarial
Declinación	<ul style="list-style-type: none">➤ Tomar acciones de las fallas➤ Comparar el rendimiento de producción con los meses anteriores.

Fuente: (Mónica G. Lindo, Adriana M. Martínez, 2001)

Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

1.17. Ganadería caprina

La ganadería caprina es el conjunto de actividades orientadas a reproducir los animales de la especie *Capra Aegagrus Hircus* (ganado caprino) en beneficio de la actividad humana.

1.17.1. Origen y domesticación del ganado caprino

La cría de las cabras domésticas se remonta a la época prehistórica, donde gozaba de una alta estima, ya que proporcionaba productos diversos como leche, piel y carne.

Según (Parrini, 2009)

La cabra doméstica es una subespecie domesticada de la cabra salvaje (*Capra Aegagrus*), hace 9000 años, durante el Neolítico, aparecieron en Mesopotamia las primeras, cuya distribución actual, crece lentamente, y es uno de los principales animales en Oriente Medio, norte y este de África y la Europa Mediterránea.

Asimismo dice lo siguiente:

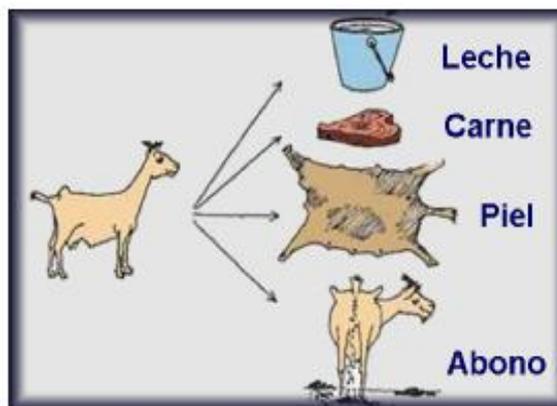
“Las cabras son animales gregarios que viven en manadas pero al contrario a sus pariente las ovejas, son animales adaptados a comer arbustos y matas correosas propias de medios secos o montañosos, suelen ser ágiles, capaces de trepar con facilidad por pendientes sumamente empinadas y saltar de un risco alejado a otro”

Podemos definir que la cabra es un animal adaptable para el tipo de suelo que posee la comuna Manantial de Colonche, en donde es posible la producción del ganado caprino.

Según (GALLEGOS Sánchez, GERMÁN Alarcón, & CAMACHO Ronquillo , 2005)

La cabra es un animal doméstico muy rústico que puede adaptarse fácilmente a una gran variedad de ambientes desde las regiones áridas hasta las regiones cálidas. A la vez menciona que genera gran cantidad de productos y subproductos útiles de alto valor nutricional y económico tales como se muestra a continuación:

CUADRO N° 11 Productos generado por la cabra



Fuente: (GALLEGOS Sánchez, 2005)
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

1.17.2. Alimentación de la cabra

Según el (Botanical-Online.com)

La cabra es un animal pequeño, pero fuerte y robustos con unas patas cortas y finas; tiene 2 cuernos huecos y pertenece al grupo de los cavicornios, como la

oveja y la vaca, a la vez menciona algunas características con relación a otros tipos de ganado, lo cual se menciona a continuación:

- La cabra es un bóvido como lo es la vaca o la oveja
- Es un animal rustico resistente a las enfermedades
- Es una excelente escaladora, pues originariamente vivía en las montañas.
- Se trata de un animal dócil y de fácil manejo, que no exige grandes inversiones.
- El macho de la cabra se llama macho cabrío y las crías cabritos.
- Tienen crías con facilidad, puede tener entre 1 a 3 por parto en dos años.
- Pueden comer alimentos que otros animales no utilizan, en este caso plantas arbustivas.

Según varios autores como (GALLEGOS Sánchez, GERMÁN Alarcón, & CAMACHO Ronquillo , 2005) existen varios sistemas de producción caprina:

- a) **Sistema extensivo.-** Se encuentra en los terrenos menos productivos, no aptos para actividades agrícolas ni forestales y generalmente no disponen de otras fuentes de alimentación por lo que emplean grandes extensiones de terreno. La tecnificación es escasa o nula y es común encontrar sobrepastoreo.

- b) **Sistema semi-intensivo.-** Se localizan en regiones con mayor productividad, en donde se combina el pastoreo y ramoneo de agostaderos en parte del año con el aprovechamiento de residuos de cosecha y de vegetación de áreas marginales. Es frecuente que los recursos económicos que generan estos sistemas permita que se tecnifiquen e integren en forma apreciable, lo cual concentrado a la calidad de la nutrición permite una productividad por animal más elevada que los sistemas extensivos y programar la actividad reproductiva a través del año.

- c) **Sistema intensivo.-** Emplean mucho capital y poco terreno, con una administración eficiente y alta tecnificación. Es común que estén bien integrados en la transformación de sus productos, teniendo generalmente tamaños de rebaños que excedan el mínimo para mantener los gastos familiares básicos.

1.17.3. Razas

Para el siguiente estudio se deben considerar las razas existentes en el mundo (en la actualidad existen 60 razas) con características similares entre ellas: cuernos, pelaje, color (cuerpo, extremidades, orejas y cara) y tamaño; a continuación se mencionan algunas razas:

CUADRO N° 12 Razas

Razas	Características
La mancha	Es de pelo fino, corto y no tiene combinación de color Son cabras lecheras Originarias de Oregón
Saanen	Son de origen de valle de Saanen y Simental. Son excelentes productoras de leche Su pelaje es blanco o crema corto y fino Se desarrollan mejor en clima frío Su peso corporal rodea los 800-900 kilos.
Toggenburg	Originaria de Suiza Son lecheras Su peso es de 55 kg con pelaje fino y corto Productora de leche
Boer	Se da por el cruce con cabras europeas, Angora e India Productora de carne La producción de leche es solo para la cría.
Española	Es pequeña, tiene similitud con las ovejas Es buena la venta de carne
Anglo-Nubián	Es el resultado del cruce de cabras inglesas con orientales (India, Egipto, Nubia y Abisina). Produce leche y buena carne Se adapta a zonas de calor Son de orejas largas.
Cabras criollas o chivos	Es el resultado de la mezcla de razas traídas a México desde la época de la conquista de diferentes provincias de la península y las Islas Canarias. Son rústicas, su pelaje delgado y corto y el color es café o negro La producción de leche y carne es poca.

Fuente: (Rmindiola, 2012)

Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

1.18. Competitividad

Según (Michael Porter, 2006), la competitividad está determinada por la productividad, definida como el valor del producto generado por una unidad de trabajo o de capital. Asimismo la productividad es función de la calidad de los productos (depende del precio).

“La competitividad debe ser entendida como la capacidad que tiene una organización de obtener y mantener ventajas competitivas que permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico.

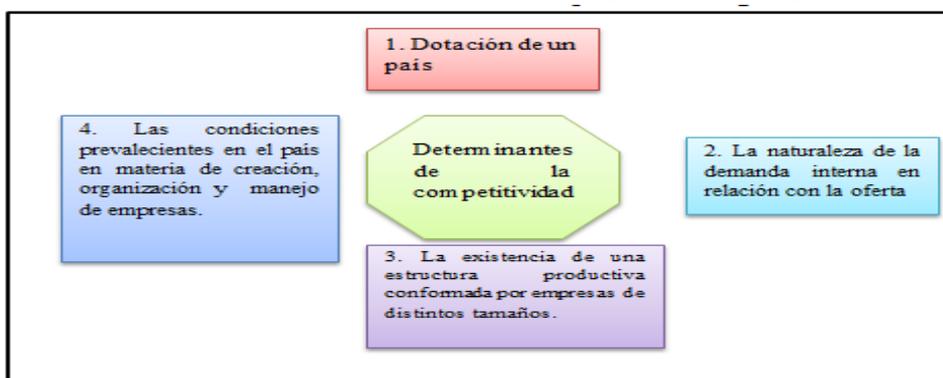
Según (Porter, 2006)

“El ser competitivo significa tener características especiales que nos hacen ser escogidos dentro de un grupo de empresas que se encuentra en un mismo mercado buscando ser los seleccionados” entre ellas están las siguientes:

- Diferenciación por calidad
- Diferenciación por habilidades y cualidades.
- Capacidad de cautivar, seducir, atender y asombrar a los clientes (refiriéndose a lo interno y externo) con los bienes y servicios generando riquezas.

A la vez Porter establece cuatro factores que pueden ser determinantes en la competitividad

CUADRO N° 13 Determinantes de la competitividad según Porter



Fuente: Michael Porter
Elaborado por: Daycy Flores

Por ende determinamos que la competitividad es un tema muy amplio que ayuda a diversos factores. En donde el concepto de la competitividad se puede definir desde distintos enfoques teóricos. A través del tiempo este concepto ha evolucionado acorde a las distintas necesidades, es decir, a naciones, industrias y a sus respectivas épocas. Por lo general no hay un concepto aceptado sobre este tema, sin embargo la Real Academia (2001) define bien como “Capacidad para competir” y a la vez como “Rivalidad para la consecución de un fin”

En el ámbito económico, la competitividad suele referirse a las empresas, regiones o países como sujetos económicos por ende la competitividad significa la capacidad de una persona, empresa, región, país, etc., para actuar ante la rivalidad que surge para relacionarse con otras personas, empresas, región, país, y así conseguir algo que se ofrece entre sí con competidores y la competitividad representa tanto la capacidad para rivalizar como para indicar la posición relativa de un agente frente a sus competidores. Además la competitividad puede medirse a dos niveles:

- Microeconómico
- Macroeconómico

Microeconómico.- Se refiere al ámbito empresarial, en otras palabras la capacidad que tienen las empresas para competir.

Macroeconómico.- Es la capacidad para competir de un país o de una economía nacional respecto al resto.

Es por eso que se puede decir que los factores que determinan la competitividad empresarial no se encuentran en el contexto macroeconómico y a la acción gubernamental, sino en la capacidad de las empresas para adaptarse al mercado y

desarrollar sus ventajas competitivas, por tal razón las empresas son quienes determinaran la participación rentable y su permanencia en él.

Según (ROJAS & SEPÚLVEDA, 2005) La competitividad no es más que la forma de competencia en un entorno más interconectado a nivel internacional y tecnológicamente más competido.

Según (HERNÁNDEZ, 2000)

“La competitividad es la capacidad de las empresas de vender más productos/servicios y de mantener o aumentar su participación en el mercado, sin necesidad de sacrificar utilidades. Para que realmente sea competitiva una empresa en el mercado que se mantiene o fortalece su posición tiene que ser abierto y razonablemente competitivo”

“La competitividad es la capacidad que tiene un país para lograr altas tasas de crecimiento por lo que es necesario desarrollar un clima económico, político y social que le permita incrementar la productividad de sus factores de producción”
(Plan Nacional de Competitividad)

Metcalf (2002), “Asociatividad empresarial y apropiación de la cadena productiva como factores que impulsan la competitividad “, menciona:

“La competitividad se ha convertido en una de las preocupaciones centrales de los gobiernos y los sectores productivos porque se ha relacionado con el ingreso, empleo, inversión y comercio. También ha sido considerada una estrategia para hacer frente a los cambios ocasionados por la apertura comercial, los ajustes estructurales y la reconversión productiva”

Según (CEPAL, 2006)

La competitividad es un estado final que resulta de la capacidad de las empresas para ser rentables en sus actividades productivas en mercados competitivos y se asocian de forma muy cercana con:

- Productividad de las empresas
- Métodos de producción eficientes

- Calidad de los productos y su mejora a través del tiempo
- Innovación en tecnología y gerencia empresarial

1.19. Niveles de competitividad

Las empresas desarrollan diversas actividades en entornos no tan claros donde la incertidumbre, la complejidad y el cambio están a cada momento, lo cual hace que las empresas se adapten rápidamente sino deberán enfrentarse al fracaso. La competitividad establece tres niveles que se plantean a continuación:

CUADRO N° 14 Niveles de competitividad



Fuente: Wendy Manzano Polio
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

En el ámbito empresarial la competitividad es la capacidad de tener ventajas competitivas que ayudan a sostener y mejorar el posicionamiento, es por ello que su principal característica es permitir sobrevivir dentro de un mercado saturado, por tales motivos las empresas deben trabajar de acuerdo a los cambios de la globalización para evitar ser derribados, en muchos casos la competitividad se relaciona con la eficiencia; por lo cual permite que todos los involucrados trabajen con la finalidad de alcanzar lo propuesto en la organización.

1.19.1. Principios de competitividad

Para que las organizaciones estén mejor guiadas deben considerar los siguientes principios que a continuación se describen en el siguiente cuadro en donde varios autores coinciden:

CUADRO N° 15 Principios de la competitividad

N°	Principios	Definición
1.	Mantenerse en la cima de las tendencias.	La empresa debe mantenerse sobre el pulso del cambio.
2.	Llegar a ser campeón del cambio	Se debe preparar físicamente y psicológicamente para la realidad del cambio.
3.	Contratar, gratificar y promocionar a los mejores y más brillantes trabajadores.	Los mejores empleados llevaran a la empresa hacia el éxito futuro; por ello debe existir un sistema de recursos humanos que genere capacitaciones, promocióne y premie al mejor personal.
4.	Pensar globalmente, actuar localmente	En este punto se debe estar a la par con la tecnología de la información, la misma que está reduciendo al mundo, creando nichos en los mercado y pensando como ofrecer productos o servicios que satisfagan al cliente en alguna otra parte.
5.	Innovación	En este principio se recalca que se debe hacer mejor (productos o servicios), más barato y más rápido para llegar al consumidor.
6.	Inversión tecnológica, gente y capacitación	En la actualidad se habla de inversión al desarrollo de las potencialidades del talento humano.

Fuente: (DIÓMENES, 2010)

Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

1.20. Ventaja competitiva

Según (Michael Porter, 2006)

“La ventaja competitiva se da entre empresas competitivas con la nación competitiva en donde la especialización de los recursos, el desarrollo de la innovación trae consigo mayor innovación y mayor competitividad, implementado estrategias para lograr una mejor posición y esto lo hace sostenible en el tiempo”

Según (PORTER, CLAVES PARA UNA VERDADERA COMPETITIVIDAD, 2005) para que las empresas puedan ser más competentes deben poseer

características únicas con respecto a los competidores, las mismas que pueden manifestarse de diversas maneras como:

- Buena imagen,
- Prestación adicional de un producto,
- Ubicación privilegiada o
- Simplemente de un precio mínimo que el de los rivales

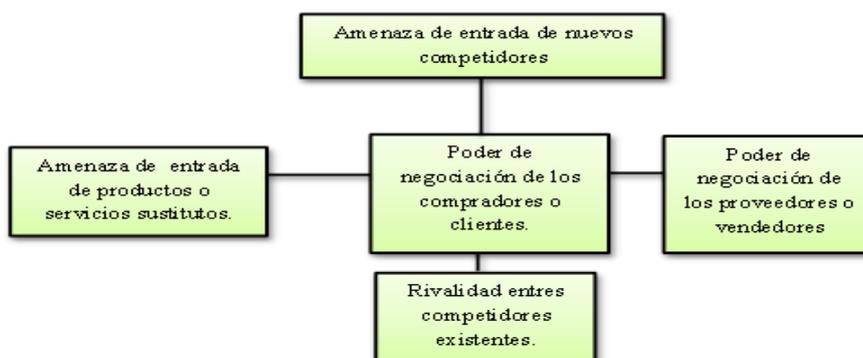
Por eso se puede decir que una empresa posee ventaja competitiva cuando tiene alguna característica diferencial respecto a sus competidores, que le confiere la capacidad para alcanzar unos rendimientos superiores a ellos, y de esta manera ser sostenible en el tiempo.

1.20.1. Cinco fuerzas competitivas según (Michael Porter, 2006)

Para que las organizaciones puedan surgir a través del tiempo es necesario considerar varios factores que les permita generar estrategias para ser fuertes en el mercado es por ello que nos acogemos a las palabras de (PORTER, FUERZAS COMPETITIVAS, 2006), menciona lo siguiente:

“Es un modelo estratégico que permite profundizar el análisis de la estrategia competitiva de una organización. La finalidad de la estrategia competitiva, es encontrar una posición desde la cual la empresa pueda defenderse asimismo de estas fuerzas competitiva o bien puede influir en ellas a su favor”

CUADRO N° 16 cinco fuerzas de Michael Porter



Fuente: Administración 2006. Michael Porter
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

La rivalidad con competidores existentes.- El mercado cada vez se vuelve más exigente y las empresas se preparan para poder sobrevivir, en donde se preocupan por la satisfacción de los clientes y lograr posicionamiento, es por ello que cada vez existen campañas publicitarias, guerras de precios, promociones y entrada de nuevos productos.

La amenaza de productos o servicios sustitutos.- En esta fuerza se establecen que el mercado o el segmento en muchas ocasiones no son tan atractivos; existe la posibilidad de que las nuevas empresas o las ya existentes desaparezcan si no encuentran el camino para satisfacer a los consumidores.

El poder de negociación de los clientes.- En esta etapa se puede definir que un mercado o un segmento existen diversos productos en donde los clientes pueden llegar a ser bajar los precios, debido a que amenazan con dejar de comprar sino se cumplen con sus expectativas de compras y pueden elegir a otros vendedores.

El poder de negociación de los proveedores.- En el mercado también existen proveedores que pueden determinar el precio de acuerdo el tamaño del pedido, ya que muchas pueden poseer insumos claves para la determinación de compra.

1.20.2. Objetivos estratégicos

Según (DAVID, 2008)

Se denomina objetivos estratégicos a las metas y estrategias planteadas por una organización para reforzar, a largo plazo, la posición de la organización en un mercado específico, es decir, son los resultados que la empresa espera alcanzar en un tiempo mayor a un año, realizando acciones que le permitan cumplir con su misión, inspirados en la visión.

Según este autor los objetivos estratégicos son considerados esenciales para alcanzar el éxito futuros de una organización.

En donde los objetivos a largo plazo representan resultados del seguimiento de ciertas estrategias; en donde éstas son las acciones que se emprenderán para alcanzarlos en un determinado tiempo que abarca entre 2 a 5 años.

Según (STRICKLAND, 2009):

Los objetivos se podrán definir como los resultados específicos que pretende alcanzar una organización por medio del cumplimiento de su misión básica, porque son esenciales para el éxito de la organización porque ayudaran a evaluar, planificar, organizar, motivar y controlar con eficiencia.

Es importante mencionar que un objetivo estratégico representa la evolución que se desea en la organización. De acuerdo con Antonio Francés:

Los objetivos estratégicos permiten expresar los cambios que se desean introducir en la empresa, así como los vínculos causales entre ellos.

Características

Los objetivos deben ser posibles de alcanzar; prácticos, realistas y comunicados con claridad para garantizar el éxito, ya que ayudan a las partes que están interesadas en su logro a comprender su papel dentro del futuro de la organización, estableciendo las prioridades de esta. Además, en gran parte representan el sentido y fin de la misma, sientan una base para una toma de decisiones consistente por parte de gerentes con valores y actitudes dispares, diseñar puestos y organizar las actividades que se realizaran en la empresa. En resumen, los objetivos deben poseer las siguientes características:

- Alcanzables.
- Comprensibles.
- Deben ser cuantificados o expresados en cifras.
- Están ubicados en un horizonte temporal.
- Deben derivarse de las estrategias de la institución.
- No deben ser abstractos.
- Deben tener la capacidad de transformarse en tareas específicas.
- Deben posibilitar la concentración de recursos y esfuerzo.

- Deben ser múltiples.

1.20.3. Estrategias empresariales

La palabra estrategia se ha usado de diferentes maneras a través de los diferentes contextos y épocas, Tradicionalmente utilizadas en el terreno de las operaciones de guerra, solo en una época bastante reciente este término se ha aplicado a otras actividades humanas y en particular a la actividades de negocios.

Estrategia.

(SCHEINSOHN, 2011) La estrategia se ha convertido definitivamente en una herramienta imprescindible de las actividades directivas.

- La estrategia como planeamiento se basa en lo proyectado, es decir se la asume como una guía y modo de acción futuro, un camino para trasladarse desde un punto a otro.
- La estrategia como modelo se basa en lo realizado, es decir puede ser considerado como un modelo de actuación que permite mantener una conducta corporativa coherente a través del tiempo.
- La estrategia como posicionamiento consiste en la posición que se elige para los productos en mercados determinados.
- La estrategia como perspectiva se concentra hacia el interior de la organización y hacia lo alto (su visión).

Para ello mientras más rápido cambie el ambiente de negocios para una compañía, esta despertara un espíritu crítico hacia los administradores en el sentido de realizar pronósticos y ajustes estratégicos oportunos para el bien de la organización.

Definición.

Existen otros estudiosos como Cuero O. Junior, Espinosa O. (2007). Los mismos que señalan el siguiente concepto de estrategia:

Estrategia proviene de la palabra griega estrategos, jefes del ejército. Verbo griego estrategos Tradicionalmente utilizada en el terreno de las operaciones guerreras, solo en una época bastante reciente este término se ha aplicado a otras actividades humanas y en particular a las actividades de diseñar los procedimientos para tomar decisiones. Determinar los tipos y cantidades de recursos necesarios, alcanzar los objetivos. Especificar metas y objetivos elegir políticas, programas, procedimientos y prácticas para alcanzar los objetivos. Fines, medios, recursos, realización, control. Diseñar un proceso para prever y detectar los errores o fallas del plan de negocios. "planificar la destrucción de los enemigos en razón eficaz de los recursos".

Por lo tanto se considera a la estrategia como el medio para lograr los objetivos, el camino que la organización debe seguir, se la utiliza mucho en el área administrativa haciendo referencia al cómo lograr los resultados propuestos, en vista de la situación; De manera particular se podría mencionar que la estrategia es un curso de acción general o alternativa, que muestra la dirección y el empleo general de los recursos y esfuerzos, para lograr los objetivos en las condiciones favorables.

1.20.4. Clasificación de las Estrategias.

Siendo las estrategias el conjunto de decisiones y criterios por los cuales una organización se orienta hacia el logro de sus objetivos estas se clasifican en: estrategias tácticas, estrategias operacionales, estrategias organizacionales.

Estrategias Tácticas: Las estrategias tácticas se definen como una acción o método empleado para lograr enfrentarse con éxito y conseguir un objetivo

establecido, siendo el conjunto de componentes que se integran para satisfacer toda una serie de situaciones durante los desafíos, pueden describir acciones específicas y están dirigidas al aprovechamiento total de las deficiencias y errores del contrario.

Estrategias Operacionales: Comprenden a la forma de administrar las unidades organizacionales de primera línea, aquellas decisiones respecto a las capacidades de largo plazo de la operación de la organización, y su contribución a la estrategia de negocios, reconciliando los requerimientos del mercado con los recursos de las operaciones en la que se consideran aspectos como: productos y servicios, procesos y tecnología productiva, capacidad de entrega, estructura organizacional y factor humano, calidad, abastecimiento y sistemas informáticos.

Estrategias Organizacionales: Es la creación, implementación y evaluación de las decisiones dentro de una organización, en base a la cual se alcanzarán los objetivos a largo plazo. Esta a su vez, especifica la misión, la visión y los objetivos de la institución, y con frecuencia desarrolla políticas y planes de acción relacionados a los proyectos y programas creados para lograr esos objetivos. También asigna los recursos para implementarlos.

1.20.5. Tipos de Estrategias

Las estrategias representan la respuesta de cómo alcanzar objetivos y cómo perseguir la misión y la visión estratégica de la organización. Esto exige a las personas que están al frente de las instituciones elaborar estrategias y mantener una ventaja competitiva. Para ello existen varios tipos o niveles de estrategias que una institución puede seguir, Rojas L. Miguel D. (2012) señala cuatro tipos de estrategias:

Intensivas: Penetración en el mercado, desarrollo del mercado y desarrollo del producto.

Integrativas: Integración hacia delante, integración hacia atrás e integración horizontal.

Diversificadas: Diversificación concéntrica, diversificación de conglomerado y diversificación horizontal.

Otras: Asociaciones, reducción, desposeimiento, liquidación y combinación.

1.20.6. Programas

Los programas se conforman de un conjunto de proyectos que persiguen los mismos objetivos, siendo los responsables de establecer prioridades de la intervención permitiendo identificar y organizar los proyectos y asignar los recursos necesarios, Sainz de Vicuña A. José María, (2012), menciona que los programas sirven para:

Constituir una secuencia paso por paso de las acciones necesarias para alcanzar los objetivos. Un programa describe cómo se alcanzarán los objetivos y se asignarán los recursos previstos en función del tiempo además ofrece una señal, que debe ser monitoreada y medida de los avances logrados.

Los programas son un conjunto de instrucciones ordenadas de manera correcta que permiten realizar una tarea o trabajo específico en la organización. Toda secuencia de instrucciones o indicaciones destinadas a ser utilizadas, directa o indirectamente, en un sistema informático para realizar una función o una tarea o para obtener un resultado determinado, cualquiera que fuere su forma de expresión y fijación.

Cada programa tiene una estructura propia y puede ser un fin en sí mismo, o bien, puede ser parte de una serie de actividades dentro de un programa más general.

Para la elaboración de la técnica de un programa se consideran los siguientes puntos:

- a) Identificar y determinar las actividades comprendidas.
- b) Ordenar cronológicamente la realización de las actividades.
- c) Interrelacionar las actividades, es decir, determinar qué actividad debe realizarse antes de otra, que actividades se dan simultáneamente, y por último, que actividades deben efectuarse posteriormente.
- d) Asignar a cada actividad la unidad de tiempo de su duración.
- e) Materializan las estrategias.

Un programa es el escalón inmediato superior a los proyectos en la planeación del desarrollo, el mismo que se encarga de unirlos y darles coherencia en relación a uno o varios objetivos de desarrollo económico social; El éxito de un programa es directamente proporcional a la habilidad de jerarquizar las actividades de acuerdo con su grado de importancia y a su ejecución en cuanto a la fecha de inicio y terminación de cada actividad.

1.20.7. Proyectos

Los proyectos pueden ser definidos como la unidad mínima de asignación de recursos para el logro de uno o más objetivos específicos. De forma agregada, constituyen el punto de partida más adecuado para formular apreciaciones sobre los programas. Los proyectos deben tener una población objetivo definido en función de la necesidad que se pretende satisfacer, una localización espacial y tiempos de inicio y finalización predefinidos. Los proyectos presentan ciertas características básicas, que se detallan a continuación;

- Tiene complejas y numerosas actividades, que sólo se presentan una vez.
- No es repetitivo, por tanto cuenta con una fecha inicial y una final.
- Tiene recursos y presupuesto limitado.
- Produce cambios notables y trascendentes obteniendo un resultado útil en el ámbito interno y externo.
- Es irreversible, de no serlo ocasiona fuertes perjuicios.

1.20.8. Seguimiento y Control

En todo proyecto se debe hacer un seguimiento y un control, analizando sus resultados o las causas que los provocan. Por ende hay que hacerse un seguimiento del mismo por los diversos cambios que existen en la actualidad, o por otras circunstancias distintas a las que se han contemplado, por lo tanto hay que observar a que parte del plan afectan:

El control que se realiza no va de la mano con la inspección, verificación o investigación de lo ocurrido. Muy al contrario, se realiza para comparar periódicamente lo realizado respectivamente con los objetivos fijados, analizar las desviaciones, y corregirlas mediante la adopción de nuevas acciones, tratando de aplicar los criterios de control, para ello se hace uso del cuadro de mando integral; considerando que la elaboración de este se realizará una vez seleccionadas e identificadas las áreas de resultado clave, es decir aquellos aspectos que mayoritariamente contribuyan rendimiento a la gestión que realice la organización.

1.21. Marketing Mix

Para que organizaciones puedan obtener mayores ventas es necesario que realicen estrategias del marketing, las mismas que ayudaran a mejorar el posicionamiento dentro de un mercado cada vez más competitiva, es por ello que nos acogemos a las palabras de varios autores para conocer sobre el tema.

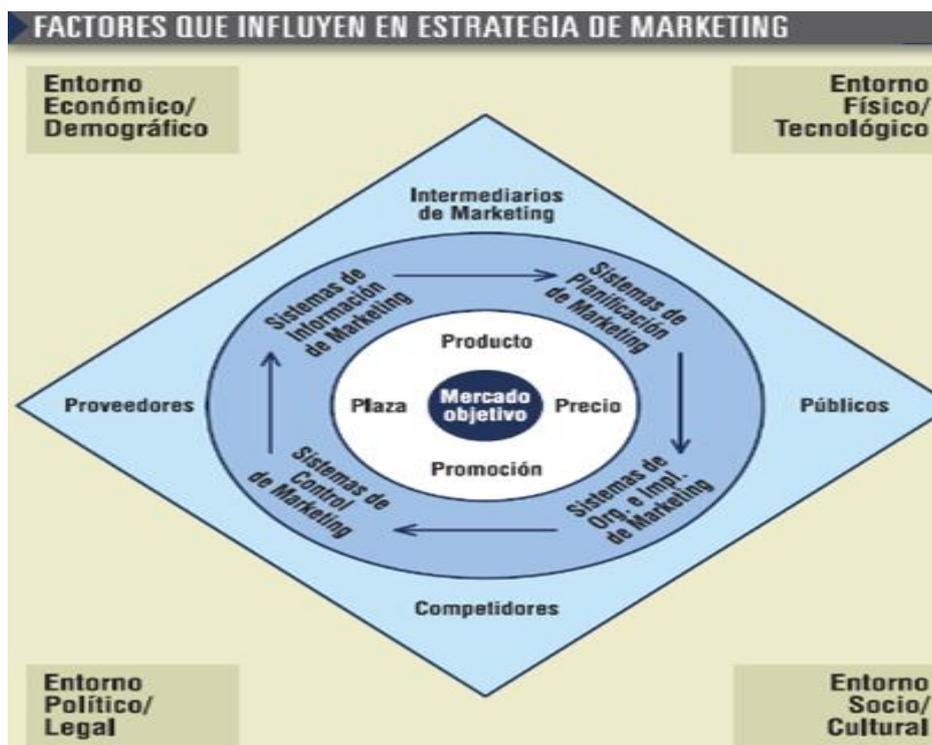
Por eso según e-conomic.es define lo siguiente:

El marketing mix es un análisis de estrategia de aspectos internos, desarrollada por las empresas para analizar cuatros variables básicas de su actividad: producto, precio, distribución y promoción conocida como las “4Ps”

Según Pixel-creativo.com

El marketing es una disciplina que busca fidelizar y mantener a los clientes de un producto o servicio, mediante la satisfacción de sus necesidades, es por eso que analiza constantemente el comportamiento de los mercados y de los consumidores.

CUADRO N° 17 Factores que influyen en la estrategia del marketing



Fuente: MBA, ING. David Freire Sierra
Elaborado por: MBA, ING. David Freire Sierra

Producto.- En el marketing producto será todo lo tangible (bienes muebles u objetos) como intangibles (servicios) que se ofrece en el mercado para satisfacer

necesidades o deseos. El producto es un paquete de características y beneficios que el cliente recibe al adquirir el producto. Este debe tener características bien establecidas como son colores, tamaño y duración.

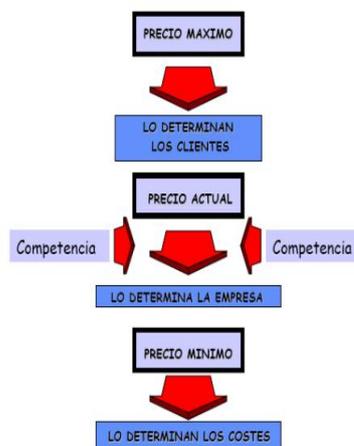
CUADRO N° 18 Estrategia por ciclo de vida del producto

Fases del ciclo	Competencia	Ventas y beneficios	Estrategia producto
Introducción o lanzamiento	Pocos	Pocas Beneficios negativos	Única versión
Crecimiento	Entran muchos	Aumentan con rapidez	Mejorarlo
		Beneficios positivos	Ampliar la gama Crear marca
Madurez	Gran competencia	Ventas máximas y se estabilizan beneficios al máximo	Diferenciarlo
			Nuevos usos Segmentos nuevos
Declive	Disminuye	Ventas y beneficios disminuyen	Modificarlo
			Eliminarlo Sustituirlo

Fuente: MBA, ING. David Freire Sierra
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

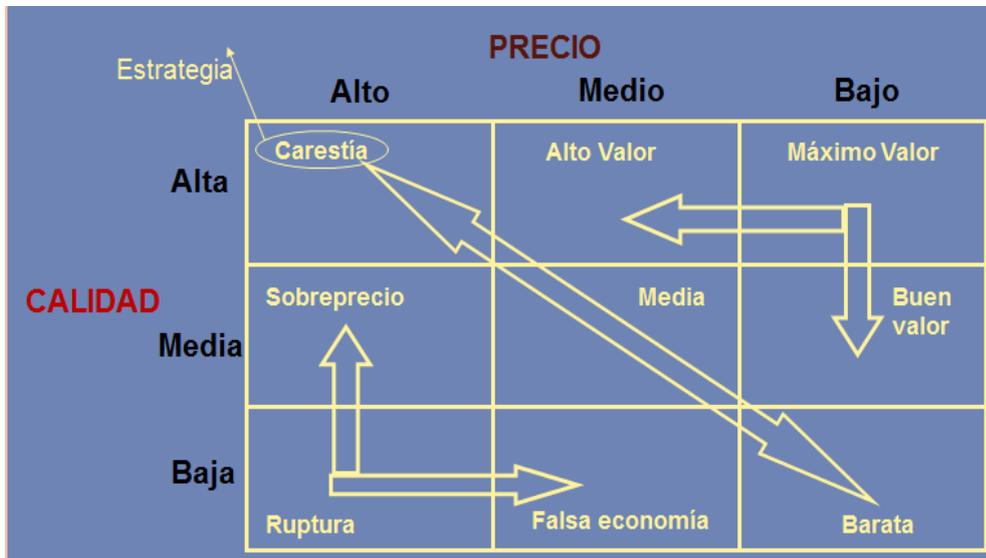
Precio.- En esta variable se establece la información sobre el precio del producto al que la empresa lo ofrece en el mercado; para elaborar el precio se debe determinar el costo total que el producto representa para el cliente incluida la distribución, descuentos, garantías, rebajas, lo que permitirá realizar las estrategias adecuadas.

CUADRO N° 19 Determinación del precio



Fuente: MBA, ING. David Freire Sierra
Elaborado por: MBA, ING. David Freire Sierra

CUADRO N° 20 Estrategia de precio



Fuente: MBA, ING. David Freire Sierra
 Elaborado por: MBA, ING. David Freire Sierra

Plaza o distribución.- La distribución es también importante porque permitirá conocer las condiciones en las que llegará el producto a manos del cliente, este es un factor muy importante de la venta de un producto.

CUADRO N° 21 Estrategia de plaza

ESTRATEGIA	CONCEPTO	VENTAJAS	DESVENTAJAS
extensiva	el fabricante busca vender sus productos en todos los establecimientos posibles sean o no de la misma rama comercial	el producto esta en la mayoría de los PDV, tiene alto nivel de recordacion, alta disponibilidad para ser adquirido	alto costo de distribución, perdida del control de la política comercial, perdida de imagen de marca
selectiva	el fabricante selecciona algunos PDV o distribuidores por el estilo del negocio	se acortan distancias entre el fabricante y el PDV, mayor dedicación al canal, menor costo de distribución, mejor control de la política comercial	no se podrá acceder fácilmente al producto, vulnerabilidad de cobertura que puede ser aprovechada por la competencia, menor posicionamiento del producto y de la marca
exclusiva	por medio de un acuerdo contractual fabri-distr la empresa otorga la exclusividad al distribuidor de vender el producto en una zona geografica determinada	simplificación de las operaciones se puede aprovechar la buena imagen del distribuidor, mejor control de la política comercial	no se podrá acceder fácilmente al producto, vulnerabilidad de cobertura que puede ser aprovechada por la competencia, menor posicionamiento del producto y de la marca
intensiva	el fabricante busca vender sus productos en todos los establecimientos posibles de la misma rama comercial	se puede lograr en menor tiempo una mayor cobertura, permite obtener mayores volumenes de ventas, permite realizar una promoción mas efectiva	costos de distribución elevados, puede perjudicar la imagen de marca si el PDV no es bien seleccionado

Fuente: MBA, ING. David Freire Sierra
 Elaborado por: MBA, ING. David Freire Sierra

Promoción.- Con el fin de dar a conocer los productos que las empresas o asociaciones ofrecen es necesario comunicar, informar y persuadir al cliente sobre las ofertas.

CUADRO N° 22 Estrategia de promoción



Fuente: MBA, ING. David Freire Sierra
Elaborado por: MBA, ING. David Freire Sierra

1.22. Análisis situacional o del entorno

Podemos decir que el análisis situacional sirve para diagnosticar el entorno donde se desempeña, en otras palabras es como la radiografía empresarial que provee información sobre aquellos factores internos y externos que favorecen o perjudican a la institución.

Es así que las organizaciones se relacionan con las tendencias sociales, culturales, demográficas, ambientales, económicas, políticas, jurídicas y gubernamentales. A la vez considerar quienes son los actores más significativos del micro ambiente organizacional, cliente, competidores, canales de distribución.

1.22.1. Análisis FODA.

Según (TALACÓN, 2006)

El análisis FODA radica en realizar evaluaciones de factores internos y externos para determinar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. A la vez es una herramienta que puede considerarse sencilla y permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. En ella se determina el equilibrio entre la capacidad interna y la situación externa.

¿Cómo se puede identificar las fortalezas y debilidades en una organización?

Las fortalezas de las organizaciones están con relación a las habilidades y cualidades que posee el personal internamente en la empresa, ya sea con atributos innatos considerados valiosos para la competitividad organizacional.

Las debilidades también son internas y son vulnerables, debido a que el personal no cuenta con actividades de acuerdo a sus habilidades, lo cual disminuye el nivel de productividad organizacional.

(TALACÓN Ponce, 2007), menciona las palabras de Michael Porter en donde establece lo siguiente:

“Las fortalezas y las oportunidades son en su conjunto, las capacidades, tanto fuertes como débiles de la organización o empresas competidoras tanto en productos, distribución, comercialización y ventas, costos generales”

La matriz FODA

Para alcanzar el éxito en las estrategias lo importante es conocer mediante un cuadro analítico los puntos fuertes y débiles de la organización tanto interno como externo.

Según (TALACÓN Ponce, 2007)

Es necesario identificar las oportunidades y amenazas

Las oportunidades son aquellas fuerzas de carácter externo que representan factores potenciales de crecimiento o mejoría. En donde se puede definir que estas son las que generan estrategias organizacionales.

CUADRO N° 23 Ejemplo de Matriz FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
1. Capacidades fundamentales en áreas claves	1. No hay una dirección estratégica clara
2. Recursos financieros adecuados	2. Instalaciones obsoletas
3. Buena imagen de los compradores	3. Rentabilidad inferior al promedio
4. Un reconocido líder en el mercado	4. Falta de oportunidad y talento gerencial
5. Estrategias en las áreas funcionales bien ideadas	5. Seguimiento deficiente al implementar la estrategia
6. Acceso a economías de escala	6. Abundancia de problemas operativas internos
7. Aisladas (por lo menos hasta cierto grado) de las fuertes presiones competitivas	7. Atraso de investigación y desarrollo
8. Propiedad de la tecnología	8. Línea de productos demasiado limitada
9. Ventajas en costos	9. Débil red de distribución
10. Mejores campañas de publicidad	10. Habilidades de mercadotecnia por debajo del promedio
11. Habilidades para la innovación de productos	11. Incapacidad de financiar los cambios necesarios en la estrategias
12. Dirección capaz	12. Costos unitarios generales más altos en relación con los competidores clave.
13. Posición ventajosa en la curva de experiencia	
14. Habilidades tecnológicas superiores	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1. Atender a grupos adicionales de clientes	1. Entrada de competidores foráneos con costos menores
2. Ingresar en nuevos mercados o segmentos	2. Incremento en las ventas y productos sustitutos.
3. Expandir la línea de productos para satisfacer una gama mayor de necesidades de los clientes.	3. Crecimiento más lento en el mercado
4. Diversificarse en productos relacionados	4. Cambios adversos en los tipos de cambio y las políticas comerciales de gobiernos extranjeros.
5. Integración vertical (hacia adelante o hacia atrás)	5. Requisitos reglamentarios costosos
6. Eliminación de barreras comerciales en mercados foráneos atractivos	6. Vulnerabilidad a la recesión y ciclo empresarial
7. Complacencia entre las compañías rivales	7. Creciente poder de negociación de clientes o proveedores
8. Crecimiento en el mercado más rápido.	8. Cambios en las necesidades y gustos de los competidores
	9. Cambios demográficos adversos.

Fuente: (TALACÓN Ponce, 2007)

Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

1.22.2. Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI).

Con esta matriz se pretende conocer todos los factores relacionados con lo interno de la organización para determinar las debilidades más fuertes.

Según (DIAZ, 2007)

“Es una herramienta que resume las fortalezas y las debilidades de una organización en los aspectos claves de gerencia, mercadeo, finanzas, producción, investigación y desarrollo”

La matriz de evaluación de los factores internos es un cuadro donde se atribuye una calificación a los factores internos de la organización:

(TALACÓN Ponce, 2007)

“El procedimiento para la elaboración de una MEFI se constituye por cinco etapas y la diferencia se tomara solamente para realizar la evaluación de las fortalezas y debilidades de la organización y los valores de las calificaciones son distintos”

Por ello es necesario realizar una lista de las fortalezas y debilidades para su posterior análisis, por ello se debe tomar en cuenta lo siguiente:

1. Realizar una lista de criterios o determinantes, estableciendo un límite de diez y veinte factores, lo cual incluyen las fortalezas y debilidades que afecten a la empresa y su industria.
2. Otorgar un peso entre 0.0 (no importante) hasta 1.0 (muy importante), el peso expresa la importancia relativa del mismo, y el total de todos los pesos debe tener la suma de 1.
3. Asignar una calificación entre 1 y 4 dando importancia al 4 y 1 como menos importante.

4. Realizar la multiplicación del peso de cada factor para obtener la calificación correspondiente, tanto de fortalezas como debilidades.

5. Realizar la suma de las calificaciones ponderadas para conocer el total ponderado de la organización en su conjunto.

A continuación se da un ejemplo de la matriz MEFI que nos ayudara a entender de manera precisa:

CUADRO N° 24 Ejemplo de matriz MEFI

FACTOR A ANALIZAS	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
FORTALEZAS			
1. Adquisición de maquinaria moderna	0,06	4	0,24
2. El margen de utilidad subió a 6,94%	0,16	4	0,64
3. La moral del personal es alta	0,18	4	0,72
4. Hay un sistema nuevo de informática	0,08	3	0,24
5. La participación en el mercado se incrementó en 24%	0,12	3	0,36
DEBILIDADES			
1. Demandas legales sin resolver	0,05	2	0,1
2. La capacidad de la planta ha disminuido en 74%	0,15	2	0,3
3. Falta un sistema para la administración estratégica	0,06	1	0,06
4. El gasto para la investigación y desarrollo se ha incrementado en 31%	0,08	1	0,08
5. Los incentivos para distribución no han sido eficaces	0,06	1	0,06
TOTAL	1		2,8

Fuente: (TALACÓN Ponce, 2007)
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

La suma total de la matriz anterior da como resultado 2.80, lo cual está por encima del promedio de 2.5, indicando que posee fuerzas internas favorables. Sin importar la cantidad de fortalezas y debilidades que se haya incluido en esta matriz el total ponderado más alto que puede alcanzar una organización es de 4.0 y el más bajo 1, en donde el valor más alto indica que se está respondiendo favorablemente a las oportunidades y amenazas, por lo cual las estrategias se están aprovechando satisfactoriamente; y el 1 demuestra que no se están realizando las cosas debidamente.

Por tales motivos con esta matriz se pretende explorar con profundidad, debido a que es parte para realizar el marco analítico en función con las estrategias.

Según (DIAZ, 2007)

1. ¿Cuáles son las debilidades y fortalezas básicas de la organización?
2. ¿Cuál es la importancia relativa de cada fortaleza y debilidad en relación con el desempeño global de la firma?
3. ¿Representa cada factor una debilidad importantes (clasificación =1), una debilidad menor (clasificación=2), una fortaleza menor (clasificación =3) o una fortaleza importante (clasificación =4)
4. ¿Cuál es el resultado total ponderado para la firma que surge del análisis de la matriz de evaluación de factor externo? ¿Es el resultado mayor o menor que el promedio de 2,50

1.22.3. Matriz de evaluación de los factores externos (MEFE).

Podemos definir que esta matriz es la segunda herramienta en el marco analítico de formulación de estrategias, debido que es una técnica similar al EFI, con la diferencia es que se enfoca a las oportunidades y amenazas económicas, sociales, jurídicas, tecnológicas y competitivas, en otras palabras todo la parte externa de la organización.

Según (TALACÓN Ponce, 2007) menciona lo siguiente:

1. Enlistar las amenazas y oportunidades que se presentan en la organización para el posterior análisis.
2. Establecer un peso de cero (no importante) a 1 (muy importante), donde el peso indica la importancia de cada factor; en esta matriz las oportunidades deben tener mayor puntuación, y la suma entre los dos factores debe ser 1.

3. Dar una ponderación entre 1 y 4 para cada factor considerados como criterios para el éxito, con el fin de evaluar la eficacia de las, en donde la ponderación 4 es superior a la media y 2 está en un promedio medio y 1 por debajo de la media estableciendo respuesta negativa.
4. Multiplicar el peso de los factores para obtener la calificación ponderada.
5. Realizar la respectiva suma de calificaciones ponderadas para conocer el total con relación a la organización.

CUADRO N° 25 Ejemplo de Matriz MEFE

FACTOR A ANALIZAR	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
OPORTUNIDADES			
1. El tratado de libre comercio entre Estados Unidos, Canadá y México fomenta el crecimiento	0,08	3	0,24
2. Los valores del capital son saludables	0,06	2	0,12
3. El ingreso disponible está creciendo en un promedio de 3%	0,11	1	0,11
4. Los consumidores están más dispuestos a pagar por empaques biodegradables	0,09	4	0,36
5. El software nuevo puede aumentar el ciclo de vida del producto	0,09	4	0,36
AMENAZAS			
1. Los mercados japoneses están cerrados para muchos productos norteamericanos	0,1	2	0,2
2. El dólar ha ido perdiendo terreno frente al euro	0,12	4	0,48
3. La República de Rusia no es políticamente estable	0,07	3	0,21
4. El apoyo federal y estatal para las empresas está disminuyendo	0,13	2	0,26
5. Las tasas de desempleo en el mundo ha ido aumentando	0,1	1	0,1
TOTAL	1,0		2,44

Fuente: (TALACÓN Ponce, 2007)
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

En el ejemplo podemos observar que la suma total ponderada indica que tiene un 2.44, en donde la organización está por debajo con relación con la media y al esfuerzo por alcanzar las estrategias que permitan aprovechar las oportunidades; en este caso siempre es favorable que la ponderación de las oportunidades sean mayor a la ponderación de las amenazas.

1.22.4. FODA Estratégico

Al momento de elaborar la matriz FODA se debe establecer un programa de acciones específicas y reorientar las estrategias anteriormente formuladas por la institución, puesto que cualquier organización debe conseguir y crear ajustes con su entorno.

Para ello el análisis FODA, permitirá determinar las posibilidades reales que tiene la organización, para lograr los objetivos que se había fijado inicialmente, logrando hacer conciencia sobre los obstáculos que esta deberá afrontar en el transcurso del tiempo, sacando el mayor provecho posible y de manera eficaz a los factores positivos y eliminando los factores negativos, permitiendo el progreso de la institución.

Según DAVID Con adaptación de PONCE TALANCON, esas se denominan como MAFE (Amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas) con ello se puede establecer cuatro tipos de estrategias que ayudaran al crecimiento de la organización.

Estrategias FO: Se relaciona con las fortalezas de la organización y de las oportunidades con el fin de lograr el rendimiento organizacional.

Estrategias DO: Con este tipo de estrategia se trataran de supera las debilidades tratando de aprovechar las oportunidades.

Estrategias FA: Se pretende aprovechar las fuerzas de la empresa para evitar la presencia de posibles amenazas.

Estrategias DA: Son formas de defensa que tratan reducir debilidades internas y evadir las amenazas del entorno. En muchos casos cuando las empresas luchan por sobrevivir, se fusionan, o se declaran en quiebra al no encontrar las estrategias debidas que les permita luchar en esta era competitiva.

CUADRO N° 26 Formato de FODA ESTRATÉGICO

MATRIZ FODA	FORTALEZAS F1.- F2.- F3.- F4.- Fn.-	DEBILIDADES D1.- D2.- D3.- D4.- Dn.-
OPORTUNIDADES O1.- O2.- O3.- O4.- On.-	ESTRATÉGIAS (FO) (Maxi - Maxi) Estrategia para maximizar F y O.	ESTRATÉGIAS (DO) (Mini - Maxi) Estrategia para minimizar D y maximizar O.
AMENAZAS A1.- A2.- A3.- A4.- An.-	ESTRATÉGIAS (FA) (Maxi - Mini) Estrategia para maximizar F y minimizar A.	ESTRATÉGIAS (DA) (Mini - Mini) Estrategia para minimizar D y A.

Fuente: (IDALBERTO, PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA, 2011)
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

CUADRO N° 27 Ejemplo Matriz Foda De Hershay Food Corporation

MATRIZ MAFE	Fortalezas Incremento de ingresos en 10% anual. Incremento en publicidad. Calidad de primera. Incremento en investigación y desarrollo. Reducción de pasivo a largo plazo. Amplia variedad de productos.	Debilidades Baja moral de los empleados. Importaciones mayores a exportaciones. Demanda estacional. Costo del transporte. Reglamentos locales para la importación de insumos.
Oportunidades Mercados emergentes en búsqueda de inversionistas. Mercados emergentes cuentan con mano de obra barata. Beneficio del tipo de cambio. Pérdida de la competencia local de participación de mercado. Especialización en confitería y chocolates.	Estrategias FO Adquisición de productores de la industria en México (F1, F5, F6, O1, O2, O3, O5). Desarrollo de nuevos productos (F1, F3, F4, O4, O5).	Estrategias DO Formación de unidades celulares de producción. Adquisición de canales de distribución (integración hacia adelante). Intensificación de publicidad y promociones en temporadas bajas de venta (D3, O4).
Amenazas Incremento de precio del cacao. Formación de bloques económicos. Variación de clima en áreas productoras de cacao. Crecimiento de la competencia.	Estrategias FA Adquisición de valores futuros de cacao (F1, A1, A3). Desarrollo de nuevos productos (F1, F4, A1, A4). Almacenamiento de materias primas (F1, A1, A2, A3).	Estrategias DA 1. Incremento de la participación de mercado internacional. (D2, D5, A2).

Fuente: David (1997)
 Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Para que las empresas puedan conocer diversos factores referentes a lo interno y externo de la organización se debe considerar varias matrices que ayudaran a conseguir las estrategias correspondientes

1.22.5. Matriz de Perfil Competitivo (MPC)

Para que las empresas conozcan cuáles son sus puntos fuertes y débiles en comparación con la competencia es necesario realizar una matriz en donde se debe ponderarlas para de esta forma conocerlas y conseguir una ventaja considerable.

Según (TALACÓN Ponce, 2007)

“Esta matriz permite identificar plenamente a los competidores de una organización determinada a través de determinados aspectos o factores internos, que pueden constituir fortalezas y debilidades”;

Procedimiento

1. Obtener información de empresas competidoras
2. Realizar lista sobre factores, estos a su vez pueden ser fuertes o débiles según la organización o empresa.
3. Asignar peso a cada uno de los factores
4. A cada una de las organizaciones se debe asignar una calificación, y los valores de la calificación son las siguientes:
 - 1=debilidad
 - 2=menor debilidad
 - 3= menor fuerza
 - 4=mayor fuerza
5. Multiplicar el peso de la segunda columna por cada uno de las calificaciones de las organizaciones o empresas competidoras, obteniendo el peso ponderado correspondiente. Con ello el más alto indicará al competidor más amenazador y el menor el más débil.

CUADRO N° 28 Ejemplo de una matriz de perfil competitivo

Factor clave de éxito	Ponderación	CEDRIS S.A		VIDEO JET		DOMINO PRINT	
1. Gama de productos	0,2	3	0,6	4	0,8	2	0,4
2. Calidad de los productos	0,2	3	0,6	3	0,6	3	0,6
3. Tecnología	0,3	3	0,9	4	1,2	2	0,6
4. Experiencia	0,15	2	0,3	3	0,45	2	0,3
5. Competitividad	0,15	2	0,3	2	0,3	3	0,45
TOTAL	1		2,7		3,35		2,35

Fuente: (TALACÓN Ponce, 2007)
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Como se observa en el cuadro anterior VIDEO JET es el competidor más amenazador para CEDRIS, la matriz del perfil competitivo da como resultado información muy valiosas en varios sentidos, en donde Cedris da 2.70 por arriba de Domino Print que le resulta 2,35, sin embargo Video Je tiene un total de 3,35 esto quiere decir que con Video Jet están así las cosas:

Calidad del producto y en competitividad empatan por lo tanto Cedris tiene que fortalecer estos renglones y además en Gama de productos y tecnología, Video Jer nos supera así que es necesario fortalecer nuestra posición en el mercado y concretamente en los factores que marca la M.P.C, entonces Cedris se encuentra en desventajas.

1.22.6. Matriz Del Boston Consulting Group (MBCG)

Esta matriz permite dividir en dos factores los productos o líneas de productos las cuales son:

- Participación de mercado en relación con la competencia
- La tasa de crecimiento de mercado con relación al producto.

Según (TALACÓN Ponce, 2007)

La Matriz del Grupo Consultivo de Boston, se divide en cuatro cuadrantes que se dividen de la forma siguiente:

Cuadrante 1. Las interrogantes. Por lo general se caracterizan por una baja participación de mercado; pero con altas tasas de crecimiento en el mercado, por ejemplo cuando los productos no han conseguido una ventaja segura en el mercado en expansión no pueden ser competitivos, por ello este tipo de producto podrá generar una participación de manera adecuada y lucrativa.

Cuadrante 2. Las estrellas.- En este cuadrante los productos se caracterizan por tener una alta participación y altas tasas de crecimiento en el mercado. En este caso los productos representan un desafío para las organizaciones debido a que exigen contar con mucho dinero para poder seguir siendo más competitivos.

Cuadrante 3. Las vacas. En este caso los productos se caracterizan por tener una alta participación de mercado, y están pasando por la etapa de la madurez (con bajas tasas de crecimiento, este tipo de estrategia tratan de defender la participación en el mercado con la lealtad del consumidor.

Cuadrante 4. Perros.- En este cuadrante se consideran los productos que tienen bajas participaciones en el mercado y operan en sectores con bajas tasas de crecimiento; por lo general las organizaciones tienen a equivocarse invirtiendo en este tipo de categoría.

CUADRO N° 29 Matriz BCG



Fuente: (TALACÓN Ponce, 2007)
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

1.22.7. Cadena de valor

La cadena de valor es una herramienta propuesta por Michael Porter en su libro “La ventaja competitiva” en donde define lo siguiente:

Según (ARIMANY, 2010)

“La cadena de valor es esencialmente una forma de análisis de la actividad empresarial mediante la cual se descompone una empresa en sus partes constitutivas, buscando identificar fuentes de ventaja competitiva en actividades generadoras de valor. Esta ventaja competitiva se logra cuando la empresa desarrolla e integra las actividades de forma menos costosas o mejor diferencia que sus rivales”

Asimismo asegura que la cadena de valor de una empresa está conformada por todas sus actividades generadoras de valor agregado y por los márgenes que éstas aportan, a la vez se puede dividir en dos partes las cuales son primarias y secundarias.

Según (Porter, 2006)

Se divide en dos grupos:

- Actividades Primarias
- Actividades Secundarias

Actividades primarias, se refiere a la creación física del producto, venta y servicio postventa, puede a su vez diferenciarse en sub-actividades, en donde distingue cinco actividades primarias:

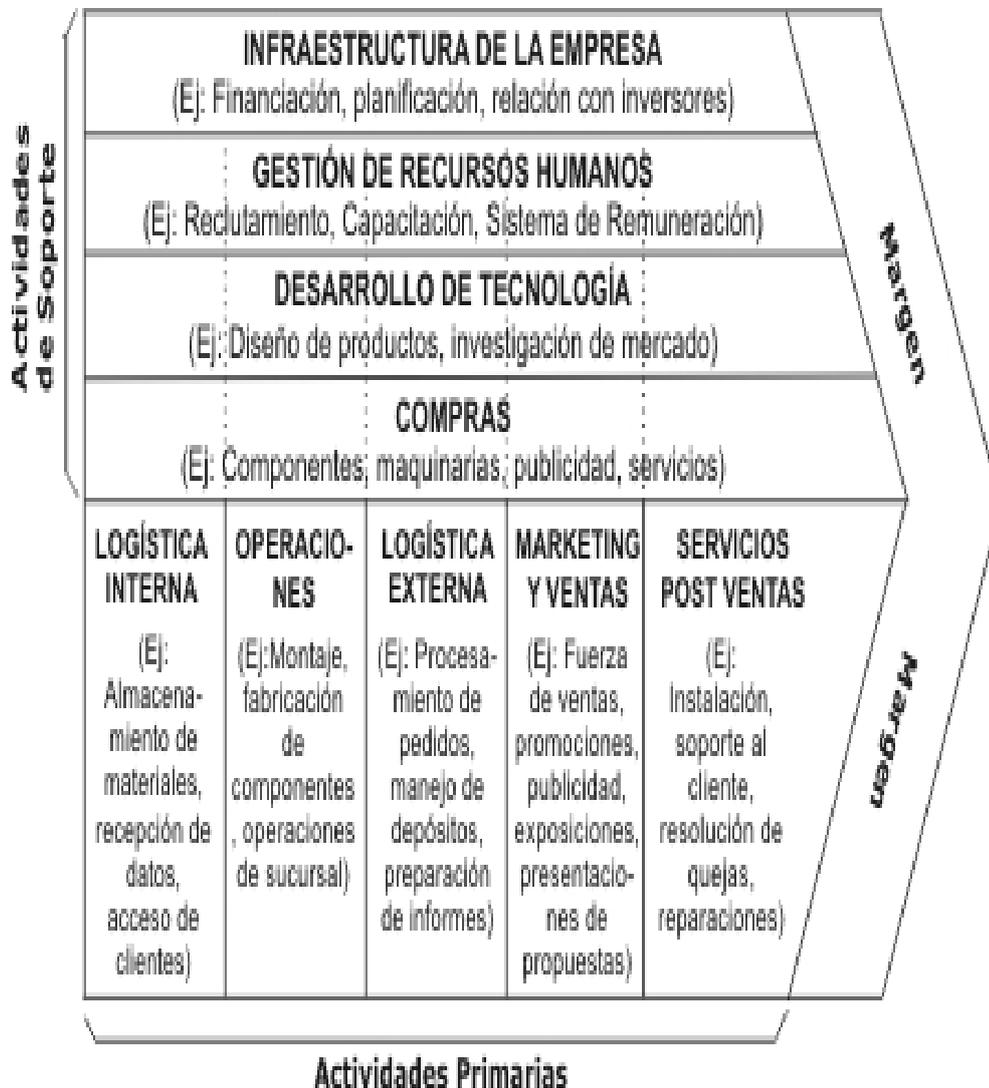
- **Logística interna.-** Comprende operaciones de recepción, almacenamiento y distribución de las materias primas.
- **Operaciones (producción).-** Procesamiento de las materias primas para transformarlas en el producto final.

- **Logística externa.-** Almacenamiento de los productos terminados y distribución del producto al consumidor.
- **Servicio post-venta o mantenimiento.-** Agrupa actividades destinadas a mantener, realzar el valor del producto mediante la aplicación de garantías.

Actividades secundarias.- Están apoyadas o auxiliadas por las también denominadas actividades secundarias, entre ellas las que se mencionan a continuación:

- **Infraestructura de la organización.-** Actividades que prestan apoyo a toda la empresa, como la planificación y las finanzas.
- **Dirección de recursos humanos.-** Búsqueda, contratación y motivación del personal.
- **Desarrollo de la tecnología, investigación y desarrollo.-** Generadores de costes y valor.
- **Compras.**

CUADRO N° 30 Ejemplo de Cadena de valor

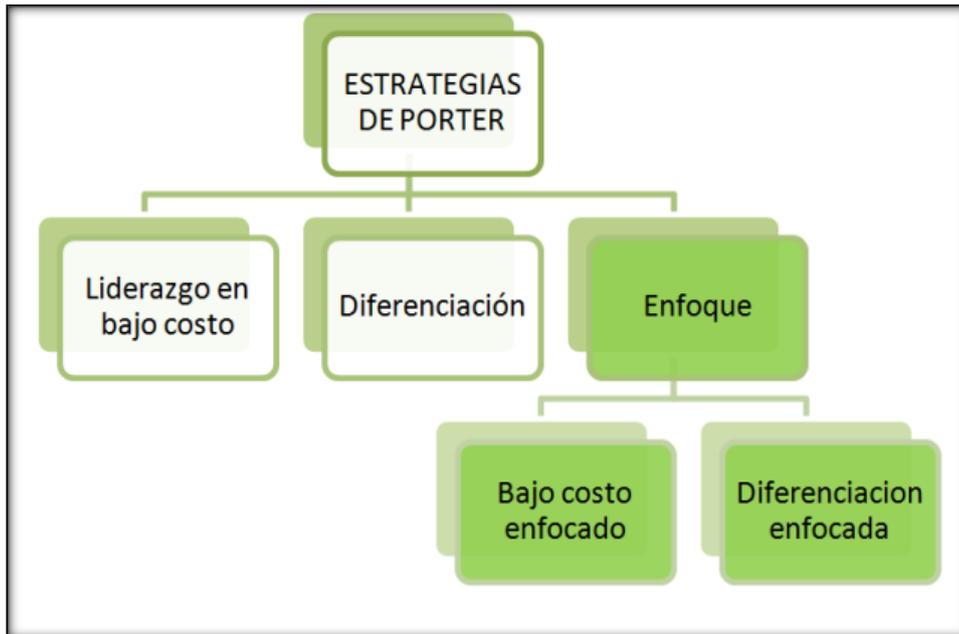


Fuente: (Porter, 2006)
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

1.23. Estrategias competitivas más habituales

Las empresas a través del tiempo han descubierto muchos métodos distintos para crear una posición defendible en un sector, sin embargo se puede identificar tres estrategias competitivas genéricas, que pueden ser usadas una a una o en combinación, para crear dicha posición defendible a largo plazo y sobresalir por encima de los competidores en el sector y son:

CUADRO N° 31 Estrategias según Michael Porter



Fuente: (Michael Porter, 2006)
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Liderazgo en Costo.- Este consiste en que sean los más bajos posibles, se consigue a través de una eficiente asignación de recursos apoyado en una adecuada división de trabajo, unos costos reducidos con respecto a la competencia conllevan una ventaja competitiva muy importante para poder fijar bajos precios, una buena política en costos nos acercará hacia la “optimización” de los costos, en otras palabras es (Eficiencia operacional/ menores costos unitarios)

Diferenciación del producto.- Si la demanda considera que un producto es igual que otro puede dejar de consumir el nuestro por diversos motivos: Mejor precio del otro, producto de la zona, etc., si nuestro producto se considera diferente al resto, ofrece ventajas que otros no ofrecen y la demanda no considera sustitutivo a ningún otro producto, seremos competitivos porque la demanda no consumirá otros productos que considera diferentes al nuestro, en esta estrategia predomina la actuación de los departamentos de marketing. (Posicionamiento estratégico, realización de actividades diferentes a sus competidores o actividades similares en forma directa. Se orienta a obtener un mayor precio unitario.

Enfoque, especialización o alta segmentación, La economía mundial actual se caracteriza por la saturación de los mercados, es difícil encontrar mercado que no esté saturados o muy desarrollados, por esa misma razón las empresas ya no buscan mercados que ocupar, sino que tienden a la segmentación; es necesario concentrarse en algún segmento del mercado para competir mejor sin tener que andar diversificando esfuerzos, la empresa debe asentarse en el nicho empresarial donde existe mercado que satisfacer y pueda especializarse en él. (Posicionamiento basado en un subconjunto de productos de sector/la mayoría de un grupo de determinado clientes)

Toda empresa que quiera mantenerse en una unidad de negocio deberá tratar de conseguir estos tres aspectos; lo ideal para la misma sería que tuviese las tres características, aunque cualquiera de ellas por separado convierte una organización en una organización medianamente competente.

La estrategia competitiva es una serie de especificidades adoptadas por las directivas que conllevan a satisfacer al cliente, acciones para contrarrestar a los rivales, iniciativas para su fortalecimiento en el mercado y su planteamiento que asegure sus ventajas competitivas que garanticen la superioridad a los rivales.

1.24. Marco legal

Para la presente investigación se consideran diversos artículos de La Constitución del Ecuador 2008, Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, Código de la producción, Ley de La Economía Popular y Solidaria y del sector financiero Popular y Solidario. Ley de Régimen Tributario Interno

1.24.1. Constitución del Ecuador (2008)

El Ecuador a través de la Constitución establece leyes que permitan el desarrollo de la matriz productiva, estableciendo apoyos a grupos vulnerables; por ello nos

acogemos al art., 25 que manifiesta “las asociaciones productivas o de servicios deberán adquirir personalidad jurídica mediante resolución por el Instituto, y una vez verificado los requisitos se deberá registrar en la Superintendencia”

1.24.2. Ley de Economía Popular y Solidaria (LEPS)

El presente trabajo también se sustenta en la ley de economía popular y solidaria y del sector financiero y solidario y en el art.4 manifiesta sus principios en donde recalca que las personas y las organizaciones deberán buscar el bien común, sin exclusión de género y sobre todo la distribución igualitaria de los excedentes.

A la vez en el art 18, manifiesta que podrán asociarse los grupos de personas naturales con el fin de consumir bienes y servicios, producir y comercializar, asimismo en el art., se refiere a la estructura interna de la asociación y el art. 20 hace referencia al capital social.

1.24.3. Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017 (PNBV)

El Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017, en los últimos seis años ha traído consigo grandes logros; es por ello que para este nuevo periodo sus objetivos son diferentes y los que son apropiados para el siguiente estudio son los siguientes: 3,4,8,9 y 10 en donde expondremos las políticas y sus lineamientos.

Objetivo 3: Mejorar la calidad de vida de la población

Con este objetivo se pretende que la población goce de los derechos del buen vivir cubriendo necesidades básicas como salud, vivienda, educación y alimentación, con el fin de fortalecer el potencial de los ecuatorianos, La política 3.1 manifiesta que se debe abrir puertas para mejorar la calidad de servicios en el país. La política 3.7. Establece que se debe realizar actividades que desarrollen las cualidades físicas e intelectuales de los ciudadanos.

Objetivo 4: Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía

Con el aprendizaje y el desarrollo del conocimiento intelectual se logrará el avance del país, debido a que se nutrirá con enseñanzas a las personas, ya que en la política 4.4. Indica que se debe mejorar la calidad de la educación, y el lineamiento recalca que se debe incorporar a los estudiantes con programas de vinculación para potencializar a los sectores menos acogidos; la política 4.6 hace énfasis que debe haber interacción entre la educación y los sectores productivos como también con la investigación tecnológica y científica, y uno de sus lineamientos establece que se debe impulsar la formación del talento humano.

Objetivo 8: Consolidar el sistema económico social y solidario de forma sostenible

Los instrumentos del Estado son los recursos públicos y la regulación económica y dentro mecanismos se encuentra el desarrollo de encadenamientos productivos, insertando al país en la economía mundial tratando de reducir la pobreza y con ello lograr un cambio del espectro productivo nacional mediante la transformación de la matriz productiva (estímulos en la producción, diversificación de la economía e inserción inteligente en la economía mundial), es por ello que la política de este objetivo es consolidar el papel del Estado como dinamizador de la producción y regulador del mercado, en donde pretende controlar y sancionar las prácticas de abuso de poder de mercado.

Objetivo N° 9: Garantizar el trabajo digno en todas sus formas

Mediante la consecución de pleno empleo impulsando actividades económicas que permitan generar y conservar trabajos dignos. Es por ello que se está impulsando la creación de oportunidades a los sectores más vulnerables del país con el fin de generar fuentes de trabajos. Y en la política 9,1 señala que se debe impulsar las actividades económicas que generen y conserven trabajos dignos que contribuyan la consecución del pleno empleo, uno de sus lineamientos establece

que se implementar mecanismos de incentivos en sectores como la agricultura (familiares o campesinas) y las Mipymes generando trabajos dignos con igualdad de oportunidades.

Objetivo N° 10 Impulsar la transformación de la matriz productiva

Este objetivo es uno de los más importantes porque recalca la importancia del desarrollo de la matriz productiva del país, diversificando la economía, incentivando y dinamizando la productividad para lograr la competitividad; en la política 10.1 manifiesta que se debe diversificar y generar valor agregado, con el fin de fortalecer las industrias y los encadenamientos productivos, la política 10.4 impulsa la producción y la productividad de manera sustentable y sostenible, fomentando la inclusión y redistribución de los recursos en sectores como la pesca, la acuicultura y agropecuario; y de esta manera fortalecer la producción rural como agentes de la transformación de la matriz productiva; en la política 10.5 impulsa el fortalecimiento de la economía popular y solidaria, las micro, pequeñas y medianas empresas en la estructura productiva, promocionando y fomentando la asociatividad, la capacidad de negociación, cadenas productivas y creación de redes para mejorar la competitividad de los mercados.

1.24.4. Ley Orgánica de Educación Superior (LOES)

Las leyes tanto como el Plan Nacional del Buen Vivir y la constitución contempla que las universidades deben involucrarse para cumplir con lo planteado es por ello que sus estudiantes son ejes principales para llevar a cabo proyectos tantos micro empresariales como asociativos y con ello solucionar problemas es por eso que lo fundamentamos con los siguientes artículos.

Es por eso que la presente Ley tiene como objeto garantizar el derecho a la educación superior de calidad que propenda a la excelencia, al acceso universal, permanencia, movilidad y egreso sin discriminación alguna.

Art. 3.- Fines de la Educación Superior.- La educación superior de carácter humanista, cultural y científica constituye un derecho de las personas y un bien público social que, de conformidad con la Constitución de la República, responderá al interés público y no estará al servicio de intereses individuales y corporativos.

En esta presenta ley deja en claro los derechos de los estudiantes, las cuales se mencionan a continuación:

Art. 5.- Derechos de las y los estudiantes.- Son derechos de las y los estudiantes los siguientes:

f) Ejercer la libertad de asociarse, expresarse y completar su formación bajo la más amplia libertad de cátedra e investigativa;

g) Participar en el proceso de construcción, difusión y aplicación del conocimiento;

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Diseño de la investigación

El presente trabajo de investigación se desarrolló a través de los enfoques cualitativo y cuantitativo, se comenzó con el enfoque cualitativo donde se observó todo lo referente al análisis de la situación de los capricultores , asimismo se utilizó el método inductivo deductivo porque se estudió de lo particular a lo general, por tal motivo nos acogemos a la teoría sobre métodos inductivos del autor Méndez Carlos (2006), que nos argumenta que el “método inductivo es un análisis ordenado, coherente y lógico del problema de investigación”

Y siguiendo con el método deductivo nos acogemos a la teoría del autor Méndez Carlos (2006), el mismo que indica en que consiste este método “Es identificar explicaciones particulares contenidas explícitamente en la situación general.

Para el estudio de aquello se utilizó el enfoque cuantitativo porque se realizó la tabulación de los resultados provenientes de las encuestas. Asimismo se utilizarán varios métodos, técnicas, tipos de investigación herramientas que permitirán obtener información sobre los hechos o fenómenos del objeto de estudio permitiendo conocer la realidad. El diseño de investigación fundamenta el desarrollo general del investigador, al mismo tiempo permitió desglosar las interrogantes y comprobar la hipótesis, permitiendo generar información leal e interpretarla de mejor manera y describir la modalidad, el objeto de estudio presentó su respectiva población y muestra, a la vez un presupuesto y cronograma de actividades que se han cumplido de acuerdo a las fechas establecidas.

2.2.Modalidad de investigación

El proyecto sobre “Asociatividad para ganaderos caprinos” se desarrolló bajo la modalidad de Proyecto Factible, porque comprendió el estudio del enfoque participativo, como estrategia para conseguir lo planteado.

2.3.Tipos de investigación

Para el presente trabajo se consideraron varios tipos de investigación las mismas que son pertinentes en este documento y las que se detallan a continuación:

2.4.Por el propósito

Investigación de Campo.- El presente trabajo se realizó en la Comuna Manantial de Colonche y por ende se tuvo contacto directo con los involucrados, mediante el enfoque cualitativo y cuantitativo. Por tal razón nos acogemos a la siguiente teoría tal como indica el autor Paredes W. (2011) “que la investigación de campo es entendida como el análisis sistemático de problemas en la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas, y efectos”

Investigación bibliográfica.- Consiste en obtener información ya elaborada por otros, sin embargo es importante contar con ella porque permite la utilización de fuentes primarias y secundarias. Esta modalidad constituye la investigación del problema determinado con el propósito de ampliar, profundizar y analizar su conocimiento producido éste por la utilización de fuentes primarias en el caso de documentos y secundarios en el caso de libros, revistas, periódicos y otras publicaciones. Por tal razón se profundizo las teorías sobre Asociatividad entre otras.

2.4. Técnicas e instrumentos de investigación

Técnicas.

Observación.- Para la elaboración del trabajo se acudió a esta técnica con el fin de conocer de cerca cual es la realidad de los ganaderos caprinos mediante la observación directa, en donde se obtuvo información que sirvió para el desarrollo del estudio.

Encuestas.- Es una herramienta de trabajo la misma que se utilizó para el objeto de estudio, son cuestionarios que se realizaron a los involucrados en este caso a los dueños de cabras, intermediarios y con el fin de obtener información de estos grupos.

Software.- Sirvió para la tabulación de la información obtenida a través de encuestas en el programa Microsoft Excel.

Guión de entrevistas.- Es un listado de preguntas que se realizaron de forma directa con los involucrados.

Cuestionario (encuesta).- Fue un listado de preguntas debidamente estructuradas con las que el investigador conoció las respuestas de los involucrados.

2.5. Población y muestra

2.5.1. Población

La población es el conjunto de unidades individuales o unidades elementales compuestas por personas o cosas en un objeto de investigación. Paredes W., Paredes N. (2011); “La población o universo es la totalidad del fenómeno a

estudiar en donde las unidades de población poseen una características común, la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación”

La población a la que se orienta el presente trabajo investigativo es a la Comuna Manantial de Colonche, en la que se incluyen los comuneros calificados en el Ministerio de Agricultura, ganadería, acuicultura y pesca (MAGAP) los miembros de apoyo son los ganaderos caprinos, ministerios, mercados locales, directivos. El universo del presente trabajo está conformado por personas, como lo demuestra el cuadro.

TABLA N° 1 Población

POBLACIÓN	N
Dueños de cabras	80
Comerciantes de cabras en diferentes cantones	15
Comuneros calificados	420
Dueños de tiendas en la comunidad	20
Total	535

Fuente: Comuna Manantial de Colonche.
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

2.5.2. Muestra.

Es aquella parte representativa de la población, o considerado como el subconjunto del conjunto población. Aunque existen autores que, consideran a la muestra desde dos puntos de vista. La una como muestra con enfoque cualitativo y la otra como muestra cuantitativa.

Hernández R. Fernández C. (2003); “El enfoque cualitativo es la “unidad de análisis o conjunto de personas, contextos, eventos o sucesos sobre el cual se recolecta los datos sin que necesariamente sea representativa y la muestra con enfoque cuantitativo, es el subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y deben ser representativos de la población”

Existen dos tipos de muestra, la muestra probabilística y la no probabilística. Méndez C. (2006) indica:

Muestreo Probabilístico. En el muestreo probabilístico los elementos se seleccionan mediante la aplicación de procedimientos de azar. Cada elemento de la población tiene una probabilidad conocida de ser seleccionada. Sus resultados se utilizan para hacer inferencias sobre los parámetros poblacionales. Además, es posible medir el error de muestreo. Los principales tipos de muestreo probabilístico son: muestreo aleatorio simple, muestreo aleatorio estratificado, muestreo sistemático, muestreo por conglomerados.

Para el cálculo de la muestra se estableció en función del muestreo por conveniencia debido a que la selección de los elementos la establece el investigador y a quienes se aplicó el cuestionario.

Fórmula para hallar la muestra

n = Tamaño de la muestra

N = Población de 390

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

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

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

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

$$n = \frac{N(p \cdot q)}{(N-1)(e/K)^2 + p \cdot q}$$

TABLA N° 2 Muestra

MUESTRA	N
Dueños de cabras	24
Comerciantes de cabras	4
Comuneros calificados	125
Dueños de tiendas	6
Total	159

Fuente: Comuna Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

1. En que rango de edad se encuentra

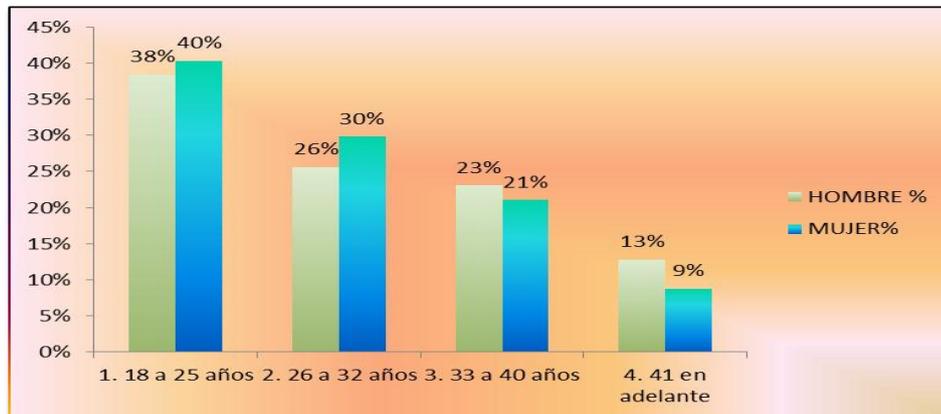
TABLA N° 3 Edad

EDAD	HOMBR E	HOMBR E %	MUJE R	MUJE R%	TOTA L	%
1. 18 a 25 años	30	38%	23	40%	53	39%
2. 26 a 32 años	20	26%	17	30%	37	27%
3. 33 a 40 años	18	23%	12	21%	30	22%
4. 41 en adelante	10	13%	5	9%	15	11%
Total	78		57		135	100 %

Fuente: Encuesta realizada a comuneros de Manantial de Colonche

Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

GRÁFICO N° 1 Edad



Fuente: Encuesta realizada a comuneros de Manantial de Colonche

Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Análisis

Se encuestó en gran parte a las personas que oscilan entre las edades 18 40 años; debido a que la opinión es de suma importancia para desarrollar el trabajo investigativo.

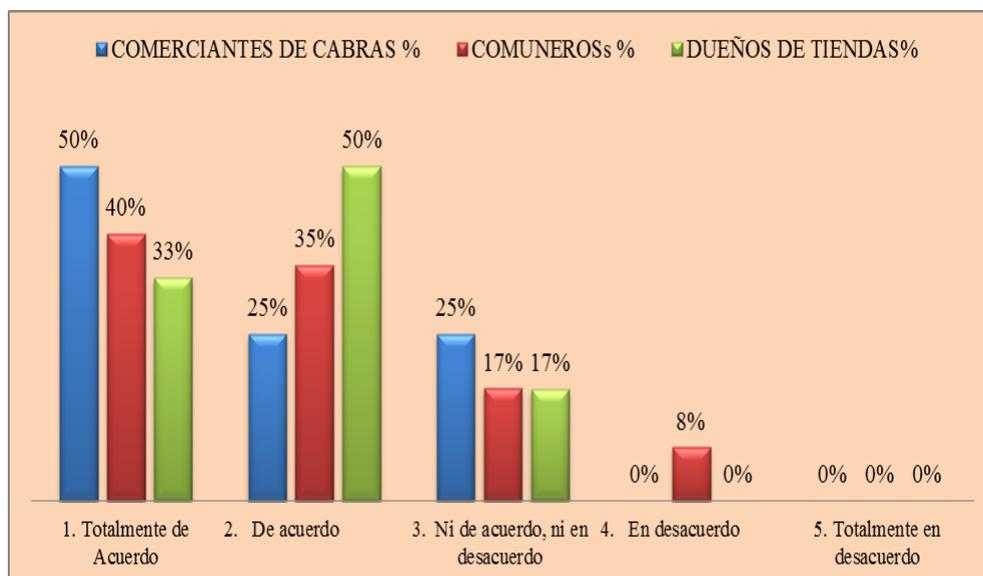
2. ¿Considera que la unión entre habitantes es fundamental para el desarrollo de sus familias?

TABLA N° 4 Unión entre los habitantes

ESCALA	Comerciantes de cabras	Comerciantes de cabras %	Comuneros	COMERCIANTES %	Dueños de tiendas	DUEÑOS DE TIENDAS%	TOTAL	%
1. Totalmente de Acuerdo	2	50%	50	40%	2	33%	54	40%
2. De acuerdo	1	25%	44	35%	3	50%	48	36%
3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	25%	21	17%	1	17%	23	17%
4. En desacuerdo	0	0%	10	8%	0	0%	10	7%
5. Totalmente en desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	4	100%	125	100%	6	100%	135	100%

Fuente: Encuesta realizada a comuneros de Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

GRÁFICO N° 2 Unión entre los habitantes



Fuente: Encuesta realizada a comuneros de Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Análisis

En esta interrogante planteada se comprobó que los encuestados mayoritariamente consideran que es vital la unión, por eso se tiene expectativas que se puede lograr un gran equipo de trabajo.

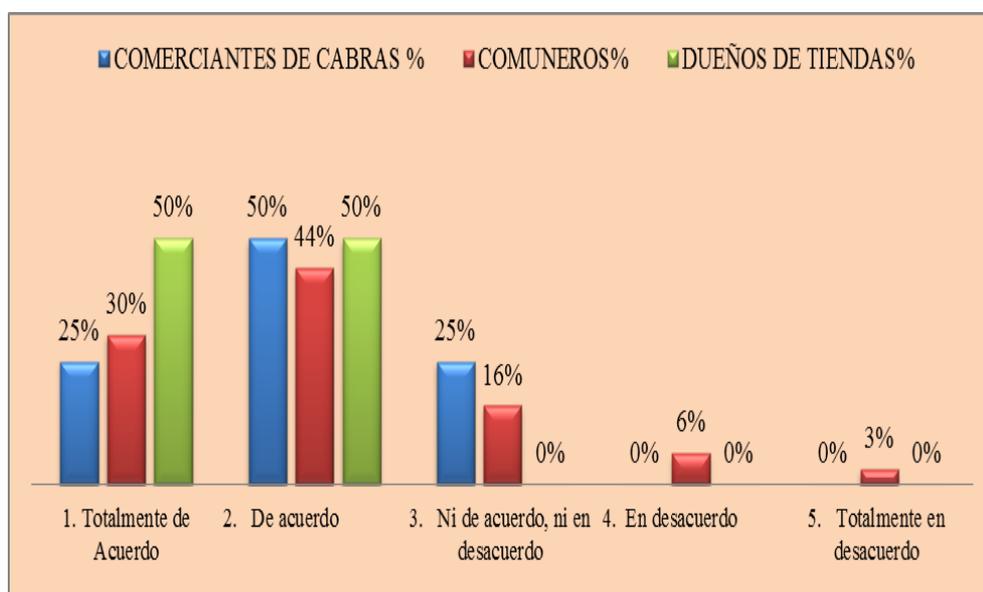
3. ¿Cree usted que el trabajo en equipo es un factor primordial que permite crear confianza entre sus habitantes?

TABLA N° 5 Trabajo en equipo

ESCALA	Comerciantes de cabras	COMERCIAN TES DE CABRAS %	Comuneros	COMERCIAN TES %	Dueños de tiendas	DUEÑOS DE TIENDAS%	TOTAL	%
1. Totalmente de Acuerdo	1	25%	38	30%	3	50%	42	31%
2. De acuerdo	2	50%	55	44%	3	50%	60	44%
3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	25%	20	16%	0	0%	21	16%
4. En desacuerdo	0	0%	8	6%	0	0%	8	6%
5. Totalmente en desacuerdo	0	0%	4	3%	0	0%	4	3%
TOTAL	4	100%	125	100%	6	100%	135	100%

Fuente: Encuesta realizada a comuneros de Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

GRÁFICO N° 3 Trabajo en equipo



Fuente: Encuesta realizada a comuneros de Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Análisis

Para conocer si las personas creen conveniente trabajar unidos se planteó la pregunta; teniendo como resultando casi unánime que la confianza es un factor que podrá ayudar a salir a una organización.

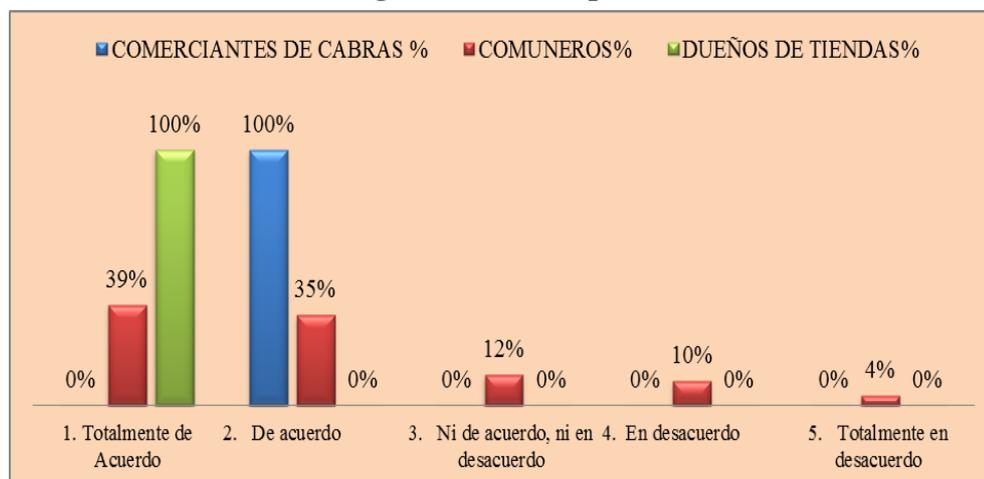
4. ¿Considera que debe existir alguna organización dedicada a impulsar la crianza adecuada y comercialización del ganado caprino dentro de la comunidad y sus alrededores?

TABLA N° 6 Existe organización a impulsar la crianza de cabras

ESCALA	Comerciantes de cabras	COMERCIAN TES DE CABRAS %	Comuneros	COMUNEROS%	Dueños de tiendas	DUEÑOS DE TIENDAS%	TOTAL	%
1. Totalmente de Acuerdo	0	0%	49	39%	6	100%	55	41%
2. De acuerdo	4	100%	44	35%	0	0%	48	36%
3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0%	15	12%	0	0%	15	11%
4. En desacuerdo	0	0%	12	10%	0	0%	12	9%
5. Totalmente en desacuerdo	0	0%	5	4%	0	0%	5	4%
TOTAL	4	100%	125	100%	6	100%	135	100%

Fuente: Encuesta realizada a comuneros de Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

GRÁFICO N° 4 Existe organización a impulsar la crianza de cabras



Fuente: Encuesta realizada a comuneros de Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Análisis

Con respecto a esta pregunta, los encuestados respondieron en gran porcentaje que debe existir una organización que se dedique a impulsar la crianza de este tipo de ganado; por ende este resultado demuestra que existe interés en ser parte de una institución que impulse el desarrollo de sus negocios.

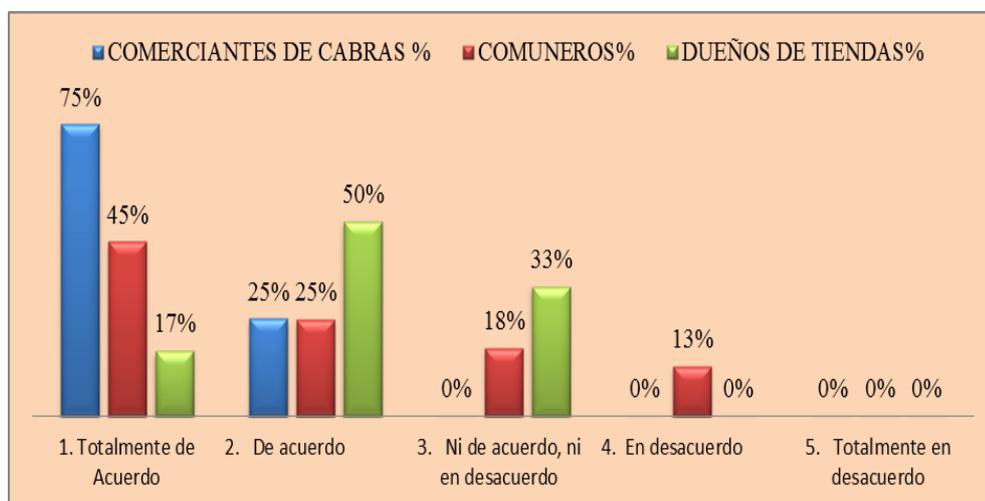
5. ¿Cree usted que las personas dedicadas a la crianza de ganado caprino deben formarse correctamente para obtener un producto de calidad?

TABLA N° 7 Personas dedicadas a la crianza de ganado caprino

ESCALA	Comerciantes de cabras	COMERCIAN TES DE CABRAS %	Comuneros	COMUNEROS%	Dueños de tiendas	DUEÑOS DE TIENDAS%	TOTAL	%
1. Totalmente de Acuerdo	3	75%	56	45%	1	17%	60	44%
2. De acuerdo	1	25%	31	25%	3	50%	35	26%
3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0%	22	18%	2	33%	24	18%
4. En desacuerdo	0	0%	16	13%	0	0%	16	12%
5. Totalmente en desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	4	100%	125	100%	6	100%	135	100%

Fuente: Encuesta realizada a comuneros de Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

GRÁFICO N° 5 Personas dedicadas a la crianza de ganado caprino



Fuente: Encuesta realizada a comuneros de Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Análisis

Con respecto a la siguiente interrogante; los encuestados en gran porcentaje respondieron que este tipo de negocio deben formarse correctamente estando de acuerdo con la incógnita; sin embargo es necesaria la formación a los ganaderos caprinos en este tipo de negocio para obtener productos de calidad.

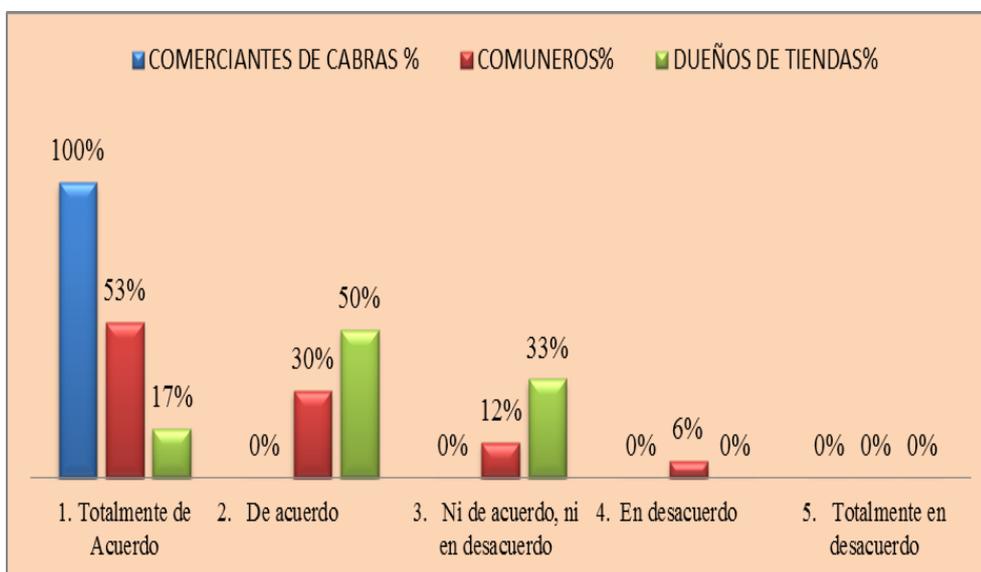
6. ¿Considera que los ganaderos caprinos por lo general se dedican a la crianza de ganado de cabras o chivos sin esperar mayores ingresos económicos?

TABLA N° 8 Ganaderos caprinos dedicados a criar cabras sin esperar ganancias

ESCALA	Comerciantes de cabras	COMERCIAN TES DE CABRAS %	Comuneros	COMUNEROS%	Dueños de tiendas	DUEÑOS DE TIENDAS%	TOTAL	%
1. Totalmente de Acuerdo	4	100%	66	53%	1	17%	71	53%
2. De acuerdo	0	0%	37	30%	3	50%	40	30%
3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0%	15	12%	2	33%	17	13%
4. En desacuerdo	0	0%	7	6%	0	0%	7	5%
5. Totalmente en desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	4	100%	125	100%	6	100%	135	100%

Fuente: Encuesta realizada a comuneros de Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

GRÁFICO N° 6 Ganaderos caprinos dedicados a criar cabras sin esperar ganancias



Fuente: Encuesta realizada a comuneros de Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Análisis

En esta pregunta la mayoría de los encuestados consideran que las personas que poseen este tipo de ganado los tienen sin esperar mayores ingresos; por ende se puede palpar no existe impulso en sector ganadero.

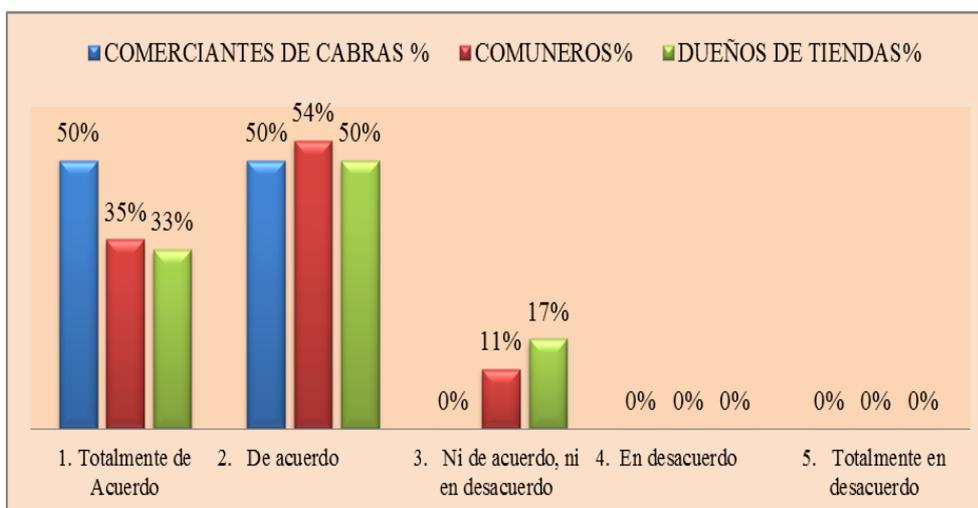
7. ¿Cree usted que se debe capacitar a los dueños de las cabras constantemente para mejorar su aprendizaje con el manejo de sus crías?

TABLA N° 9 Aprendizaje con el manejo de sus crías

ESCALA	Comerciantes de cabras	COMERCIAN TES DE CABRAS %	Comuneros	COMUNEROS%	Dueños de tiendas	DUEÑOS DE TIENDAS%	TOTAL	%
1. Totalmente de Acuerdo	2	50%	44	35%	2	33%	48	36%
2. De acuerdo	2	50%	67	54%	3	50%	72	53%
3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0%	14	11%	1	17%	15	11%
4. En desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
5. Totalmente en desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	4	100%	125	100%	6	100%	135	100%

Fuente: Encuesta realizada a comuneros de Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

GRÁFICO N° 7 Aprendizaje con el manejo de sus crías



Fuente: Encuesta realizada a comuneros de Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Análisis

Con porcentaje mayoritario se conoció que los encuestados consideran que la capacitación es un factor clave para trabajar de forma correcta, por lo tanto este resultado es favorable; lo cual indica que los ganaderos caprinos deben conocer el manejo adecuado para mejorar su aprendizaje; se puede visionar que pueden generar ganancias que les permita desarrollarse.

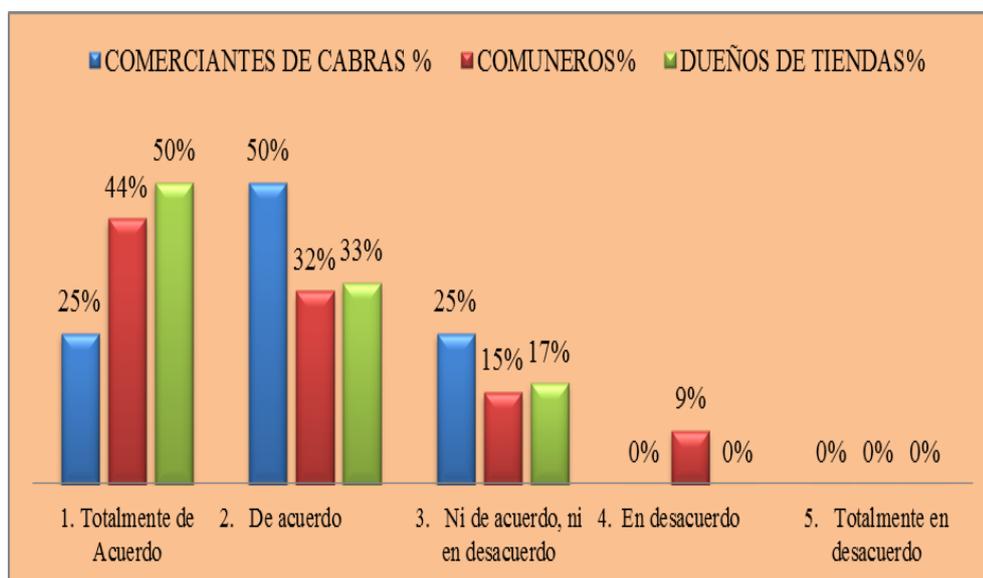
8. ¿Estaría dispuesto a participar y a brindar apoyo a proyectos en beneficio del sector ganadero caprino en la comunidad?

TABLA N° 10 Apoyo y participación al sector caprino

ESCALA	Comerciantes de cabras	COMERCIAN TES DE CABRAS %	Comuneros	COMUNEROS%	Dueños de tiendas	DUEÑOS DE TIENDAS%	TOTAL	%
1. Totalmente de Acuerdo	1	25%	55	44%	3	50%	59	44%
2. De acuerdo	2	50%	40	32%	2	33%	44	33%
3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	25%	19	15%	1	17%	21	16%
4. En desacuerdo	0	0%	11	9%	0	0%	11	8%
5. Totalmente en desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	4	100%	125	100%	6	100%	135	100%

Fuente: Encuesta realizada a comuneros de Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

GRÁFICO N° 8 Apoyo y participación al sector caprino



Fuente: Encuesta realizada a comuneros de Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Análisis

Para la siguiente pregunta se obtuvo de forma casi unánime respuesta con la opción totalmente de acuerdo, es por eso que se da énfasis que se puede realizar proyectos en beneficios a la comunidad.

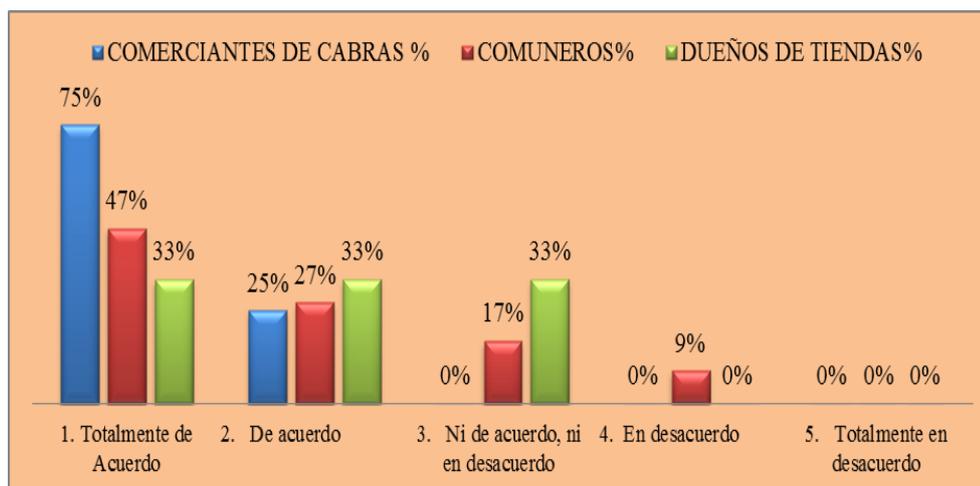
9. ¿Considera que los ministerios públicos debe fomentar la producción caprina con mayor impulso en las zonas rurales?

TABLA N° 11 Ministerios deben fomentar producción caprina

ESCALA	Comerciantes de cabras	COMERCIAN- TES DE CABRAS %	Comuneros	COMUNEROS%	Dueños de tiendas	DUEÑOS DE TIENDAS%	TOTAL	%
1. Totalmente de Acuerdo	3	75%	59	47%	2	33%	64	47%
2. De acuerdo	1	25%	34	27%	2	33%	37	27%
3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0%	21	17%	2	33%	23	17%
4. En desacuerdo	0	0%	11	9%	0	0%	11	8%
5. Totalmente en desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	4	100%	125	100%	6	100%	135	100%

Fuente: Encuesta realizada a comuneros de Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

GRÁFICO N° 9 Ministerios debe fomentar la producción caprina



Fuente: Encuesta realizada a comuneros de Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Análisis

Para la siguiente interrogante se conoció en porcentaje mayoritario que los encuestados consideran que los ministerios públicos o entidades gubernamentales deben brindar el apoyo necesario para que los grupos existentes sean ganaderos o agricultores puedan desarrollar la producción de los pequeños negocios en especial a las partes rurales de los cantones.

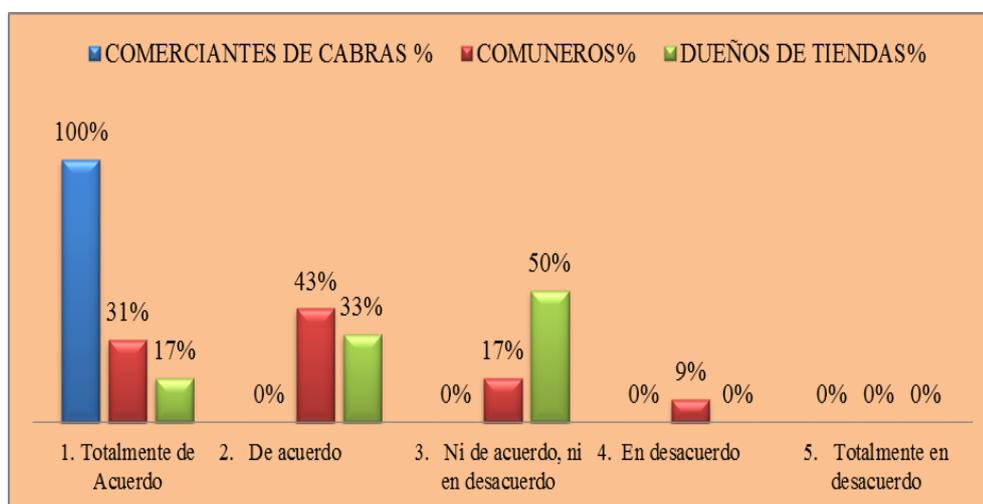
10. ¿Cree usted que una asociación es una oportunidad para generar ingresos a las familias y con ello mejorar la situación de vida de la comunidad?

TABLA N° 12 Una asociación es una oportunidad

ESCALA	Comerciantes de cabras	TES DE CABRAS %	Comuneros	COMUNEROS%	Dueños de tiendas	DUEÑOS DE TIENDAS%	TOTAL	%
1. Totalmente de Acuerdo	4	100%	39	31%	1	17%	44	33%
2. De acuerdo	0	0%	54	43%	2	33%	56	41%
3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0%	21	17%	3	50%	24	18%
4. En desacuerdo	0	0%	11	9%	0	0%	11	8%
5. Totalmente en desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	4	100%	125	100%	6	100%	135	100%

Fuente: Encuesta realizada a comuneros de Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

GRÁFICO N° 10 Una asociación es una oportunidad



Fuente: Encuesta realizada a comuneros de Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Análisis

La mayor parte de las personas encuestadas consideran que una Asociación es un organismo que puede ayudar a mejorar las situaciones económicas de sus socios, familiares y comunidad en general estando de forma casi unánime de acuerdo con la interrogante.

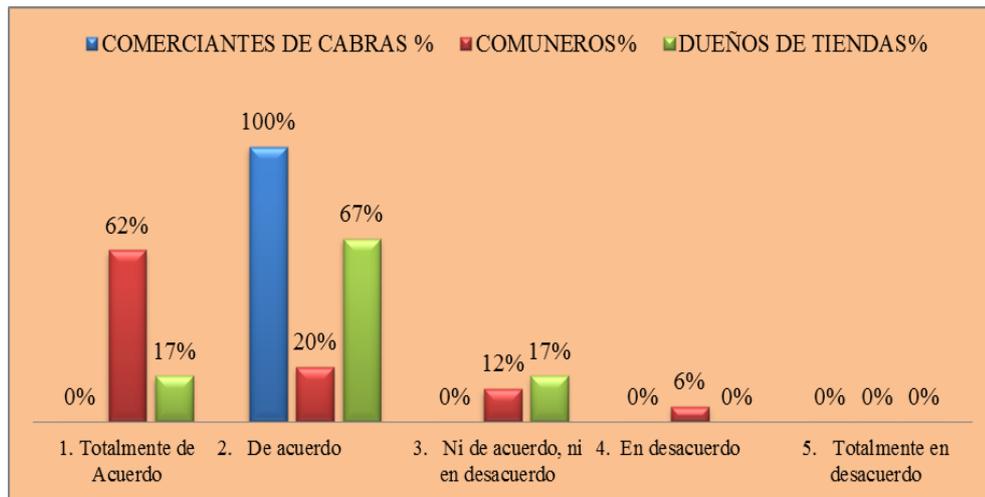
11. ¿Considera que los habitantes de la comuna Manantial de Colonche estarían dispuestos en formar una Asociación de ganaderos caprinos?

TABLA N° 13 Los habitantes estarían de acuerdo en formar asociación de cabras

ESCALA	Comerciantes de cabras	COMERCIAN TES DE CABRAS %	Comuneros	COMUNEROS%	Dueños de tiendas	DUEÑOS DE TIENDAS%	TOTAL	%
1. Totalmente de Acuerdo	0	0%	78	62%	1	17%	79	59%
2. De acuerdo	4	100%	25	20%	4	67%	33	24%
3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0%	15	12%	1	17%	16	12%
4. En desacuerdo	0	0%	7	6%	0	0%	7	5%
5. Totalmente en desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	4	100%	125	100%	6	100%	135	100%

Fuente: Encuesta realizada a comuneros de Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

GRÁFICO N° 11 Los habitantes estarían de acuerdo a formar asociación de cabras



Fuente: Encuesta realizada a comuneros de Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Análisis

Al preguntar a los encuestados si estarían dispuestos en formar una Asociación de ganaderos caprinos en gran porcentaje estuvieron totalmente de acuerdo, tomando estos resultados podemos afirmar que existen grandes posibilidades que el sector caprino se desarrolle con fuerza en la comuna Manantial de Colonche, generando beneficios para sus habitantes.

Entrevista

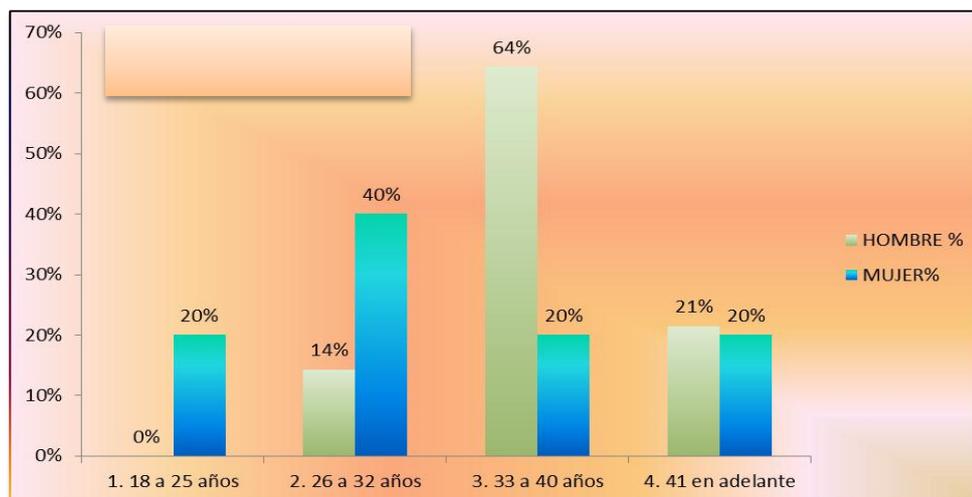
1. Rango de edad de los entrevistados.

TABLA N° 14 Edad de entrevistados

EDAD	HOMBRE	HOMBRE %	MUJER	MUJER%	TOTAL	%
1. 18 a 25 años	0	0%	2	20%	2	8%
2. 26 a 32 años	2	14%	4	40%	6	25%
3. 33 a 40 años	9	64%	2	20%	11	46%
4. 41 en adelante	3	21%	2	20%	5	21%
Total	14		10		24	100%

Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

GRÁFICO N° 12 Edad de entrevistados



Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

ANÁLISIS

Para conocer con más profundidad sobre el tema de Asociatividad se entrevistó a comuneros dedicados a la crianza de cabras con la finalidad de conocer ciertos criterios en donde la mayoría está entre las edades de 33 y 40 quienes son los que se dedican con mayor fuerza a esta actividad generando grandes expectativas para realizar proyectos a favor de este sector; asimismo se vio una participación de mujeres emprendedoras.

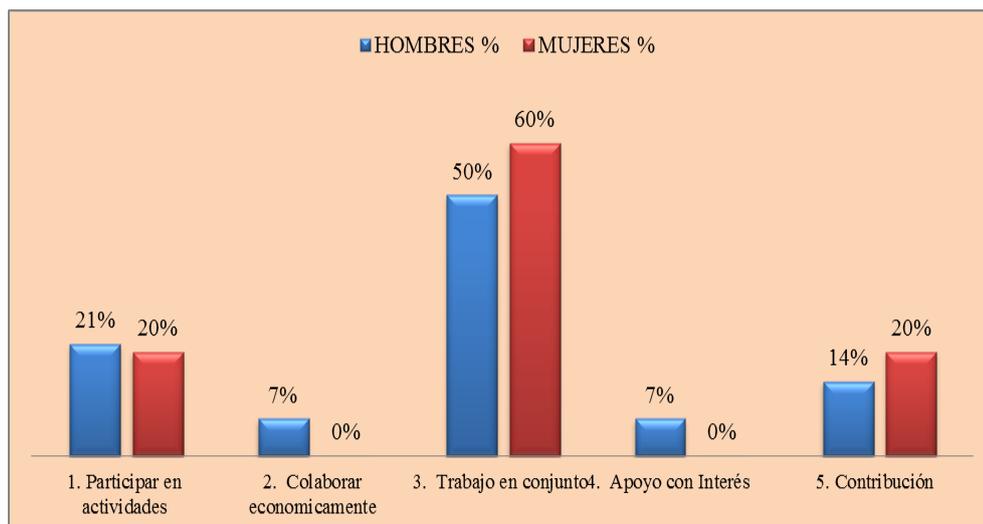
2. **Frase:** “Yo hago lo que usted no puede, y usted hace lo que yo no puedo. Juntos podemos hacer grandes cosas” Madre Teresa de Calcuta

TABLA N° 15 Frase

ALTERNATIVAS	HOMBRES	HOMBRES %	MUJERES	MUJERES %	TOTAL	%
1. Participar en actividades	3	21%	2	20%	5	21%
2. Colaborar económicamente	1	7%	0	0%	1	4%
3. Trabajo en conjunto	7	50%	6	60%	13	54%
4. Apoyo con Interés	1	7%	0	0%	1	4%
5. Contribución	2	14%	2	20%	4	17%
TOTAL	14	100%	10	100%	24	100%

Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

GRÁFICO N° 13 Frase



Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Análisis

En esta pregunta se dieron varias opiniones con respecto al trabajo en equipo; en donde un gran porcentaje considera que se debe trabajar en conjunto y con ello se puede mencionar que se logrará un cambio de pensamiento empresarial en los involucrados de la asociación y comunidad en general.

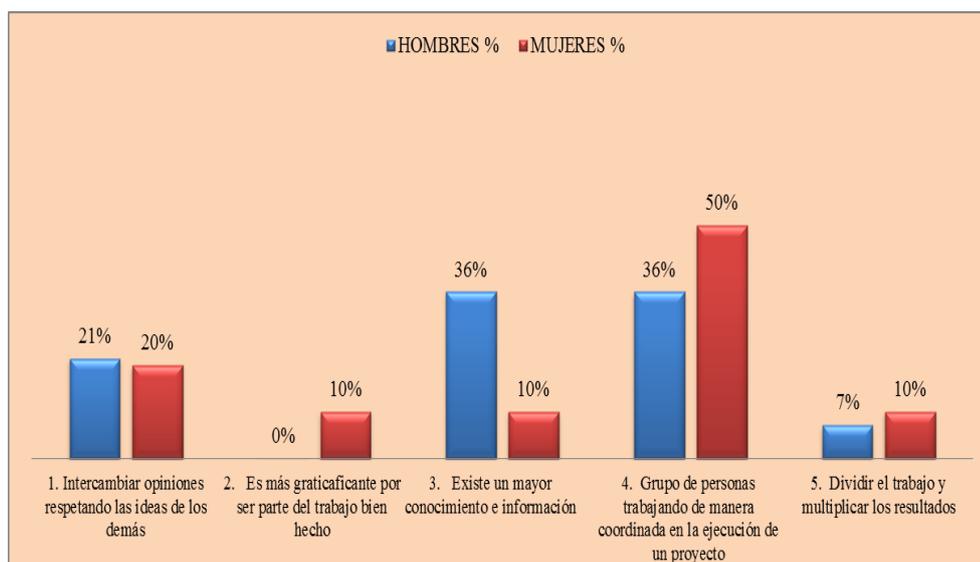
3. ¿Qué es para usted trabajar en equipo?

TABLA N° 16 Alternativa sobre trabajo en equipo

ALTERNATIVAS	HOMBRES	HOMBRES %	MUJERES	MUJERES %	TOTAL	%
1. Intercambiar opiniones respetando las ideas de los demás	3	21%	2	20%	5	21%
2. Es más gratificante por ser parte del trabajo bien hecho	0	0%	1	10%	1	4%
3. Existe un mayor conocimiento e información	5	36%	1	10%	6	25%
4. Grupo de personas trabajando de manera coordinada en la ejecución de un proyecto	5	36%	5	50%	10	42%
5. Dividir el trabajo y multiplicar los resultados	1	7%	1	10%	2	8%
TOTAL	14	100%	10	100%	24	100%

Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

GRÁFICO N° 14 Alternativas sobre trabajo en equipo



Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Análisis

Con respecto a la pregunta se conoció en gran porcentaje que el trabajo en equipo se debe coordinar para cumplir con los objetivos de la empresa, y con ello trabajar de forma coordinada.

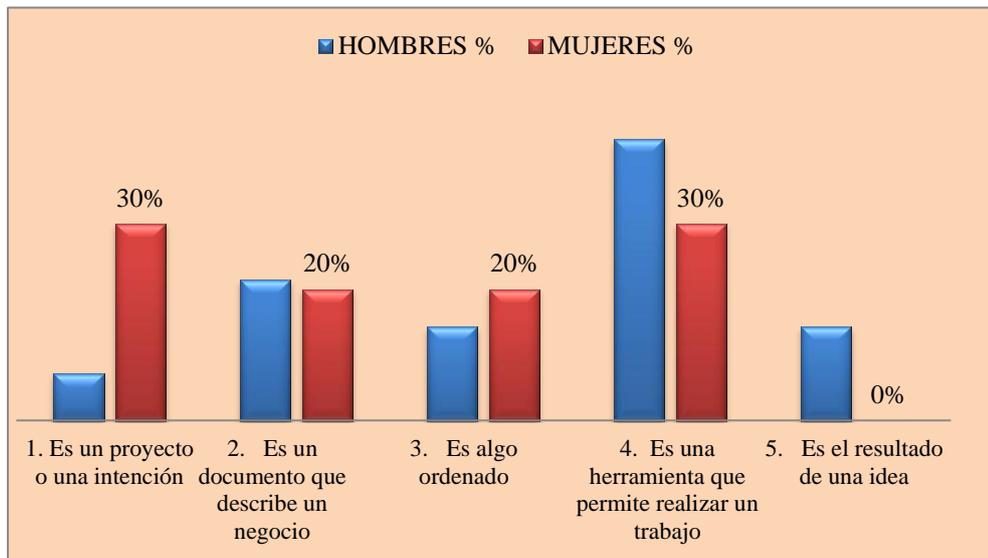
4. ¿Qué es un plan?

TABLA N° 17 ¿Qué es un plan?

ALTERNATIVAS	HOMBRES	HOMBRES %	MUJERES	MUJERES %	TOTAL	%
1. Es un proyecto o una intención	1	7%	3	30%	4	17%
2. Es un documento que describe un negocio	3	21%	2	20%	5	21%
3. Es algo ordenado	2	14%	2	20%	4	17%
4. Es una herramienta que permite realizar un trabajo	6	43%	3	30%	9	38%
5. Es el resultado de una idea	2	14%	0	0%	2	8%
TOTAL	14	100%	10	100%	24	100%

Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Gráfico N° 15 ¿Qué es un plan?



Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

ANÁLISIS

Con respecto a esta interrogante los entrevistados manifestaron plan es una herramienta que se utiliza para poder trabajar de forma adecuada; ya que este será el pilar fundamental para sobresalir en los negocios.

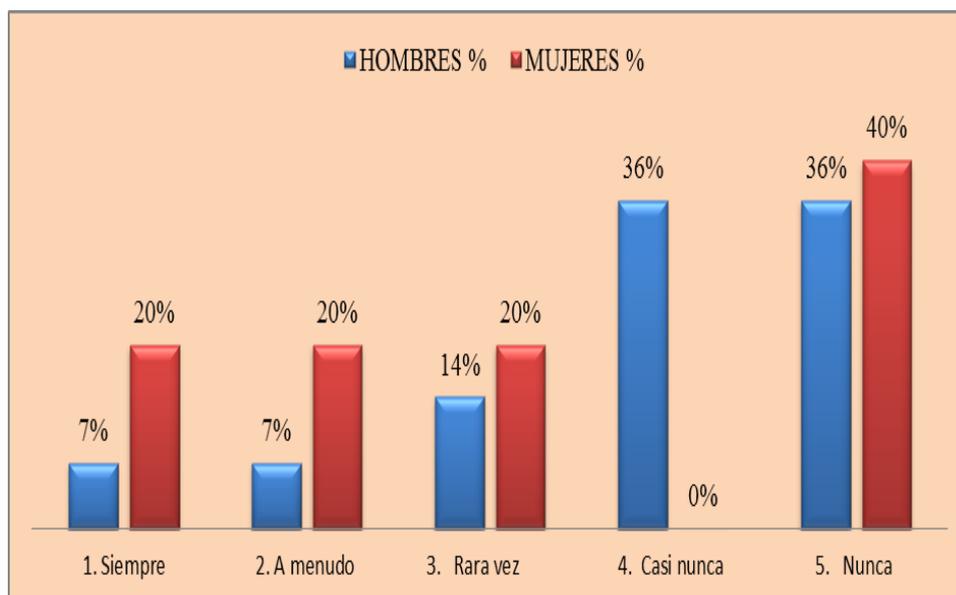
5. ¿Ha participado en la elaboración de un plan?

TABLA N° 18 ¿Ha participado en la elaboración de un plan?

ALTERNATIVAS	HOMBRES	HOMBRES %	MUJERES	MUJERES %	TOTAL	%
1. Siempre	1	7%	2	20%	3	13%
2. A menudo	1	7%	2	20%	3	13%
3. Rara vez	2	14%	2	20%	4	17%
4. Casi nunca	5	36%	0	0%	5	21%
5. Nunca	5	36%	4	40%	9	38%
TOTAL	14	100%	10	100%	24	100%

Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

GRÁFICO N° 16 ¿Ha participado en la elaboración de un plan?



Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Análisis

Con número considerable de entrevistados se puede visualizar que por lo general no han sido participes de procesos en mejora de negocios; por ende se debe trabajar en este sentido para que puedan ser parte de la planificación de negocio.

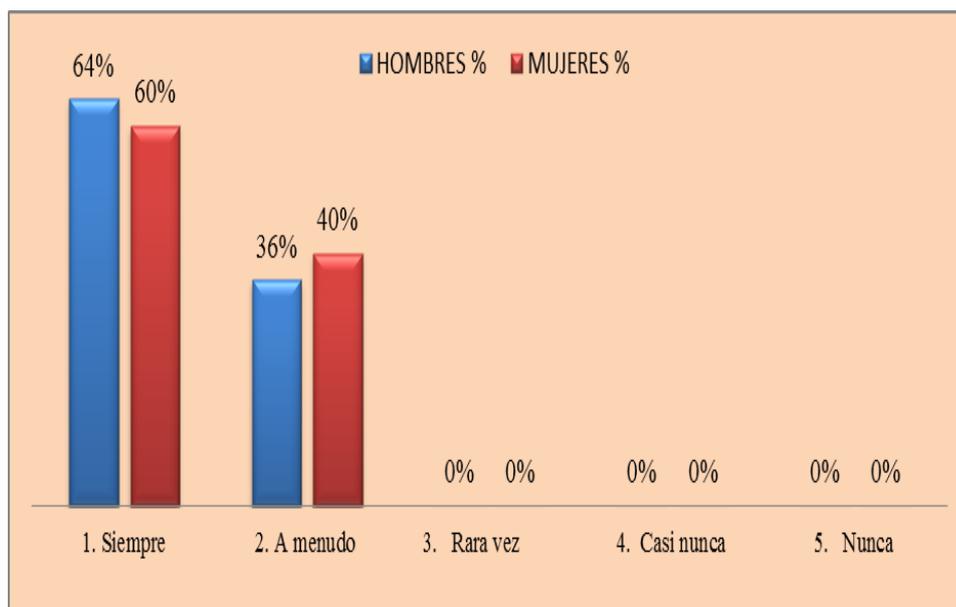
6. ¿Cree usted que las personas deben trabajar de acuerdo a una planificación?

TABLA N° 19 Se debe participar de acuerdo a una planificación

ALTERNATIVAS	HOMBRES	HOMBRES %	MUJERES	MUJERES %	TOTAL	%
1. Siempre	9	64%	6	60%	15	63%
2. A menudo	5	36%	4	40%	9	38%
3. Rara vez	0	0%	0	0%	0	0%
4. Casi nunca	0	0%	0	0%	0	0%
5. Nunca	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	14	100%	10	100%	24	100%

Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

GRÁFICO N° 17 Se debe participar de acuerdo a una planificación



Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Análisis

Con respuesta a esta interrogante se pudo conocer que los entrevistados piensan que para poder realizar proyecto es necesario que se planifique debidamente para lograr con las expectativas.

7. ¿Ha participado en asociaciones?

TABLA N° 20 ¿Ha participado en asociaciones?

ALTERNATIVAS	HOMBRES	HOMBRES %	MUJERES	MUJERES %	TOTAL	%
1. Siempre	5	36%	2	20%	7	29%
2. Casi siempre	3	21%	0	0%	3	13%
3. Rara vez	2	14%	1	10%	3	13%
4. Casi nunca	0	0%	2	20%	2	8%
5. Nunca	4	29%	5	50%	9	38%
TOTAL	14	100%	10	100%	24	100%

Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

GRÁFICO N° 18 ¿Ha participado en asociaciones?



Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Análisis

Es necesario conocer si los entrevistados tienen conocimientos o han sido partícipes de Asociaciones ya que este es un mecanismo de cooperación que ayuda a enfrentar las dificultades, con gran porcentaje se determinó que nunca han participado de una organización de este tipo; por ende se puede decir que les falta trabajar en conjunto.

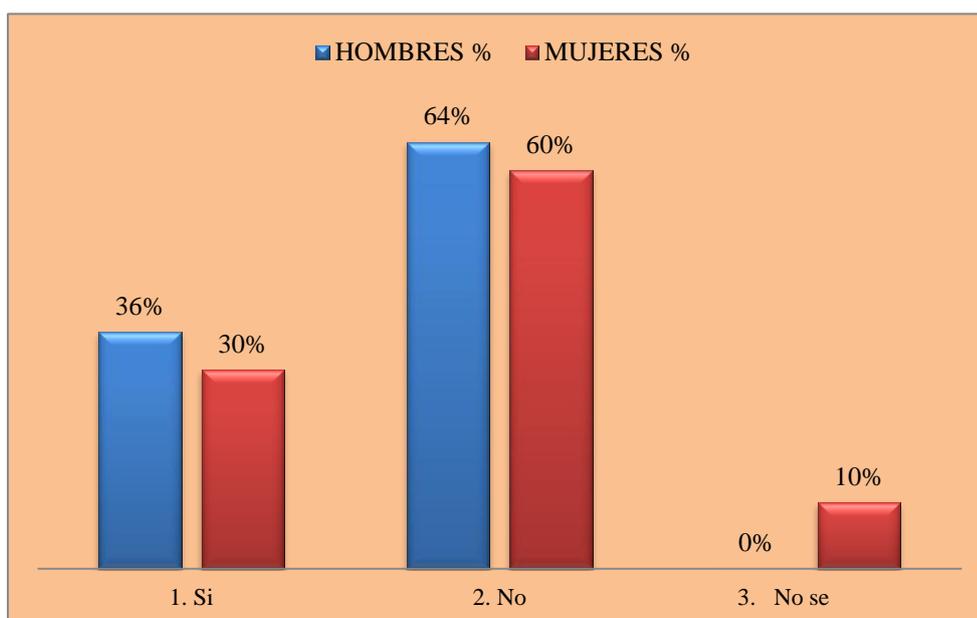
8. ¿Conoce sobre los beneficios que traen estos grupos?

TABLA N° 21 Beneficios de las asociaciones

ALTERNATIVAS	HOMBRES	HOMBRES %	MUJERES	MUJERES %	TOTAL	%
1. Si	5	36%	3	30%	8	33%
2. No	9	64%	6	60%	15	63%
3. No se	0	0%	1	10%	1	4%
TOTAL	14	100%	10	100%	24	100%

Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

GRÁFICO N° 19 Beneficios de las asociaciones



Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Análisis

Con gran porcentaje se conoció que los entrevistados no conocen sobre los beneficios que se generan al formar parte de una asociación; por ello se hace referencia que entidades públicas y no gubernamentales otorguen más instrucciones a los sectores rurales.

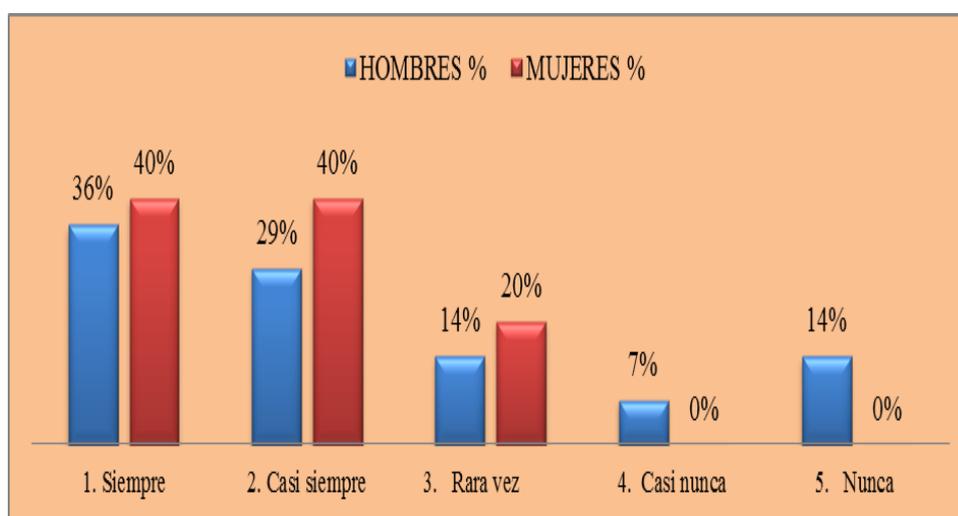
9. ¿Formando parte de una Asociación los costos de sus productos bajaría de precio?

TABLA N° 22 ¿Costos de productos bajan al formar parte de una asociatividad?

ALTERNATIVAS	HOMBRES	HOMBRES %	MUJERES	MUJERES %	TOTAL	%
1. Siempre	5	36%	4	40%	9	38%
2. Casi siempre	4	29%	4	40%	8	33%
3. Rara vez	2	14%	2	20%	4	17%
4. Casi nunca	1	7%	0	0%	1	4%
5. Nunca	2	14%	0	0%	2	8%
TOTAL	14	100%	10	100%	24	100%

Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

GRÁFICO N° 20 ¿Costos de productos baja al formar parte de una asociación?



Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Análisis

Casi en totalidad los entrevistados opinaron que el formar parte de una organización mejorará sus negocios, por ende decimos que están dispuestos a formarla crearan ventajas competitivas y se mejorará el sector productivo de la comunidad.

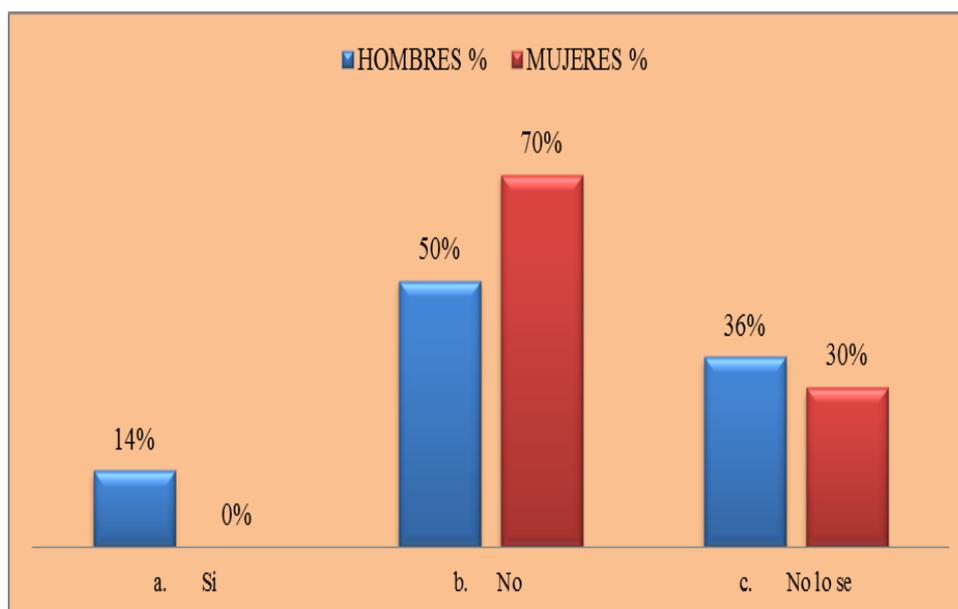
10. ¿Conoce sobre el apoyo que brindan los gobiernos a las asociaciones?

TABLA N° 23 Conocimiento del apoyo del gobierno hacia las asociaciones

ALTERNATIVAS	HOMBRES	HOMBRES %	MUJERES	MUJERES %	TOTAL	%
a. Si	2	14%	0	0%	2	8%
b. No	7	50%	7	70%	14	58%
c. No lo se	5	36%	3	30%	8	33%
TOTAL	14	100%	10	100%	24	100%

Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

GRÁFICO N° 21 Conocimientos del apoyo del gobierno hacia las asociaciones



Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Análisis

En porcentaje minoritario se conoció que los entrevistados por lo general no conocen sobre los beneficios que otorgan los ministerios del país, es por ello que en este tema se deba dar mayor énfasis para poder informar correctamente a los involucrados.

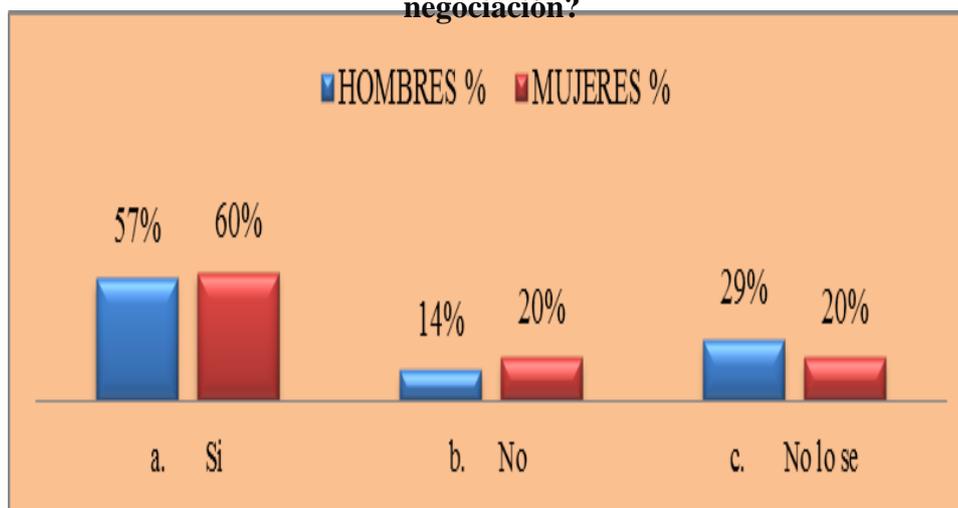
11. ¿Considera que trabajar en conjunto mejorará la capacidad de negociación de sus productos?

TABLA N° 24 ¿Trabajar en conjunto mejorará la capacidad de negociación?

ALTERNATIVAS	HOMBRES	HOMBRES %	MUJERES	MUJERES %	TOTAL	%
a. Si	8	57%	6	60%	14	58%
b. No	2	14%	2	20%	4	17%
c. No lo se	4	29%	2	20%	6	25%
TOTAL	14	100%	10	100%	24	100%

Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

GRÁFICO N° 22 ¿Trabajar en conjunto mejorará la capacidad de negociación?



Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Análisis

En conclusión de forma casi unánime los entrevistados consideran que solo la unión puede vencer las barreras en los negocios. Tomando esta referencia podemos definir que los socios necesitan que se les guíe de forma correcta para mejorar.

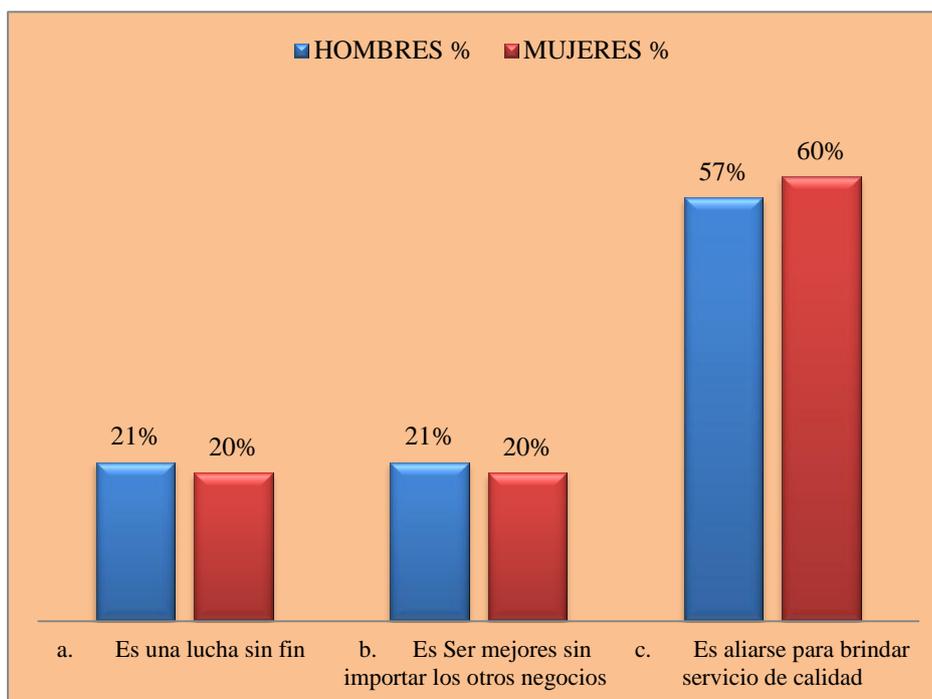
12. ¿Qué es para usted competir?

TABLA N° 21 ¿Competir?

ALTERNATIVAS	HOMBRES	HOMBRES %	MUJERES	MUJERES %	TOTAL	%
a. Es una lucha sin fin	3	21%	2	20%	5	21%
b. Es Ser mejores sin importar los otros negocios	3	21%	2	20%	5	21%
c. Es aliarse para brindar servicio de calidad	8	57%	6	60%	14	58%
TOTAL	14	100%	10	100%	24	100%

Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

GRÁFICO N° 19 ¿Competir?



Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Análisis

Con la finalidad de conocer el nivel de conocimiento sobre competir se realizó esta pregunta, en donde la mayoría piensa que ser competitivos es aliarse para brindar servicio de calidad, por eso es conveniente que se prepare a las personas que poseen negocios para que puedan trabajar de forma unida y ser más mejores.

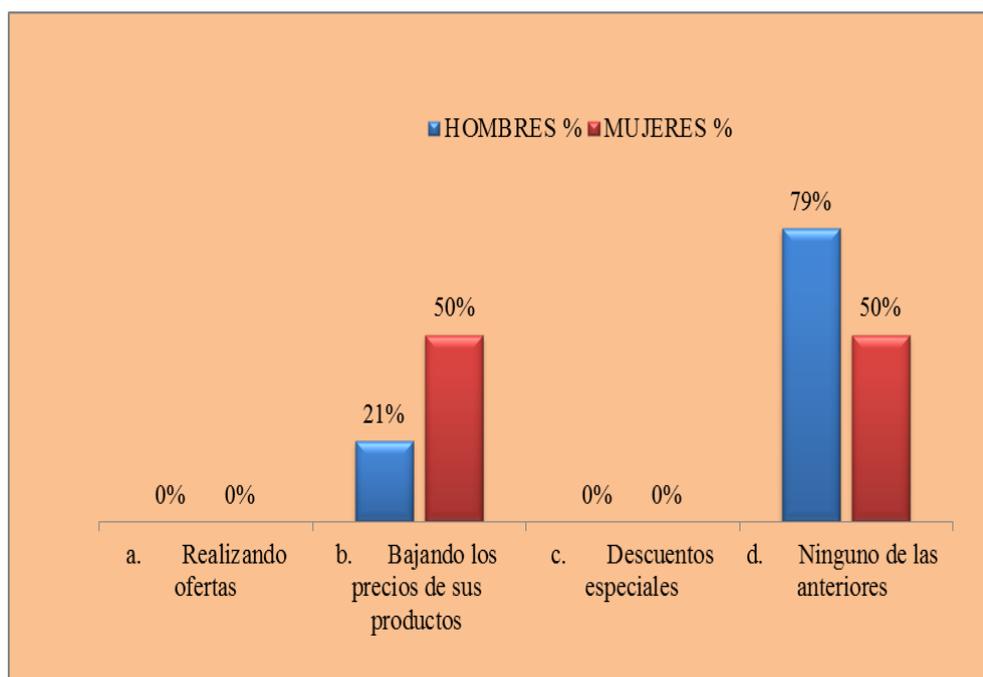
13. ¿De qué forma observa que los moradores compitan en sus negocios?

TABLA N° 26 ¿Los moradores compiten en sus negocios?

ALTERNATIVAS	HOMBRES	HOMBRES %	MUJERES	MUJERES %	TOTAL	%
a. Realizando ofertas	0	0%	0	0%	0	0%
b. Bajando los precios de sus productos	3	21%	5	50%	8	33%
c. Descuentos especiales	0	0%	0	0%	0	0%
d. Ninguno de las anteriores	11	79%	5	50%	16	67%
TOTAL	14	100%	10	100%	24	100%

Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

GRÁFICO N° 24 ¿Los moradores compiten en sus negocios?



Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Análisis

Con gran porcentaje conocimos que los entrevistados no realizan ofertas de negocio, con esta pregunta se conoció que no poseen herramientas de marketing, lo cual deja en claro que la forma de negociación es precaria.

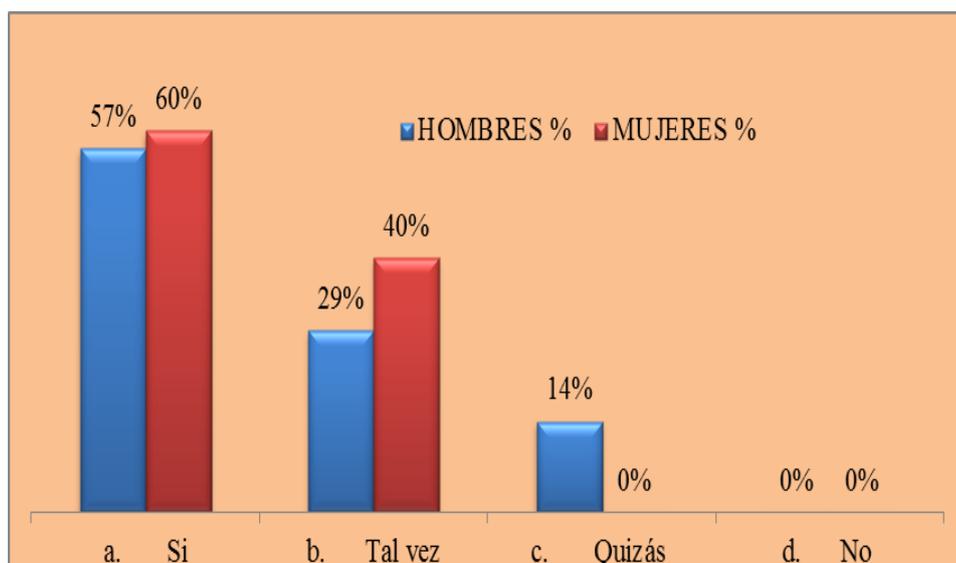
14. ¿Considera que la competencia ayudaría a incrementar a sus negocios?

TABLA N° 27 La competencia incrementa los negocios

ALTERNATIVAS	HOMBRES	HOMBRES %	MUJERES	MUJERES %	TOTAL	%
a. Si	8	57%	6	60%	14	58%
b. Tal vez	4	29%	4	40%	8	33%
c. Quizás	2	14%	0	0%	2	8%
d. No	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	14	100%	10	100%	24	100%

Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

GRÁFICO N° 25 La competencia incrementa los negocios



Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Análisis

En gran mayoría los entrevistados dijeron que la competencia sería un factor que les ayudará a incrementar sus negocios; en referencia a las respuestas podemos decir que estarían dispuestos a mejorar para ser competentes en el mercado.

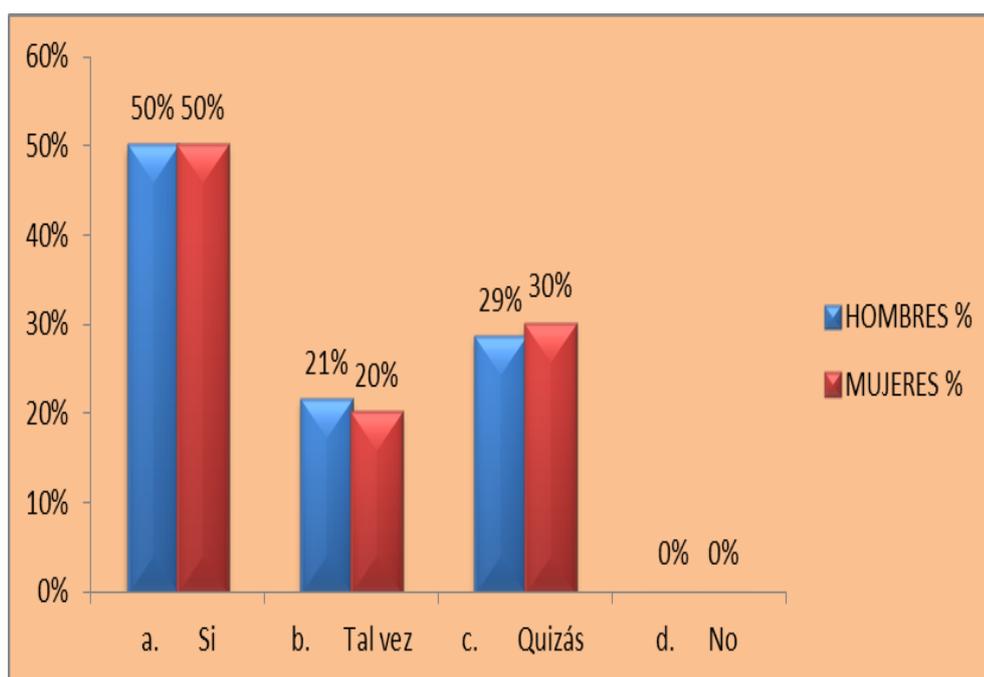
15. ¿Cree usted, que si su producto es de calidad puede competir con los demás?

TABLA N° 28 ¿Si el producto es de calidad se puede competir?

ALTERNATIVAS	HOMBRES		MUJERES		TOTAL	%
		HOMBRES %		MUJERES %		
a. Si	7	50%	5	50%	12	50%
b. Tal vez	3	21%	2	20%	5	21%
c. Quizás	4	29%	3	30%	7	29%
d. No	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	14	100%	10	100%	24	100%

Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

GRÁFICO N° 26 ¿Si el producto es de calidad se puede competir?



Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Análisis

Con gran porcentaje los entrevistados consideran que al contar con productos de calidad tendrán mayor acogida por parte de los clientes, por lo cual hacemos referencia que se puede lograr competitividad en el mercado.

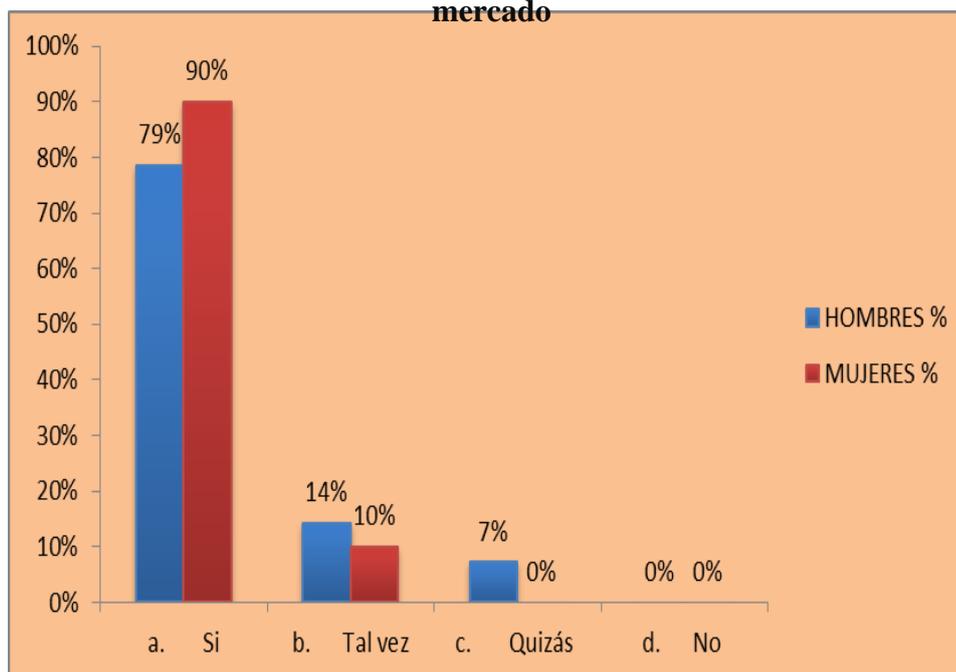
16. ¿Considera que si se prepararan puedan ofrecer productos excelentes al mercado?

TABLA N° 29 Las personas pueden ofrecer productos excelentes al mercado

ALTERNATIVAS	HOMBRES	HOMBRES %	MUJERES	MUJERES %	TOTAL	%
a. Si	11	79%	9	90%	20	83%
b. Tal vez	2	14%	1	10%	3	13%
c. Quizás	1	7%	0	0%	1	4%
d. No	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	14	100%	10	100%	24	100%

Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

GRÁFICO N° 27 Las personas pueden ofrecer productos excelentes al mercado



Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Análisis

Casi de forma unánime los entrevistados manifestaron que es necesario prepararse para poder ofertar productos de calidad al mercado, tomando esta referencia se puede decir que los socios poseen aspiraciones de negociación.

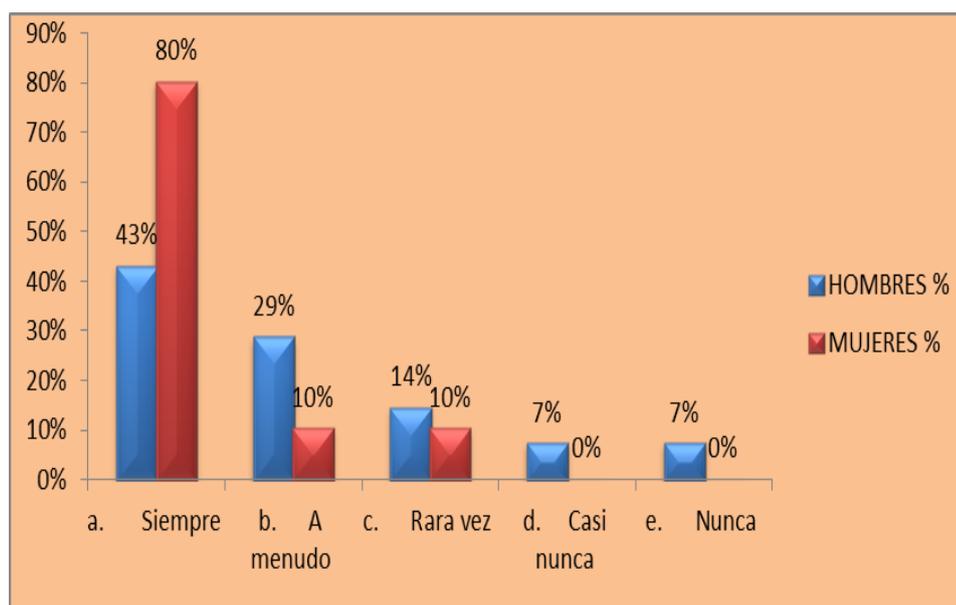
17. ¿Considera que es necesario conocer las necesidades de sus clientes?

TABLA N° 30 Es necesario conocer las necesidades del cliente

ALTERNATIVAS	HOMBRES	HOMBRES %	MUJERES	MUJERES %	TOTAL	%
a. Siempre	6	43%	8	80%	14	58%
b. A menudo	4	29%	1	10%	5	21%
c. Rara vez	2	14%	1	10%	3	13%
d. Casi nunca	1	7%	0	0%	1	4%
e. Nunca	1	7%	0	0%	1	4%
TOTAL	14	100%	10	100%	24	100%

Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

GRÁFICO N° 28 Es necesario conocer las necesidades del cliente



Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Análisis

La mayoría de los socios entrevistados consideran que es importante conocer las necesidades de los clientes, con esta afirmación podemos definir que necesitan capacitaciones para conocer a profundidad y de esta manera mejorar el negocio y lograr un posicionamiento en el mercado.

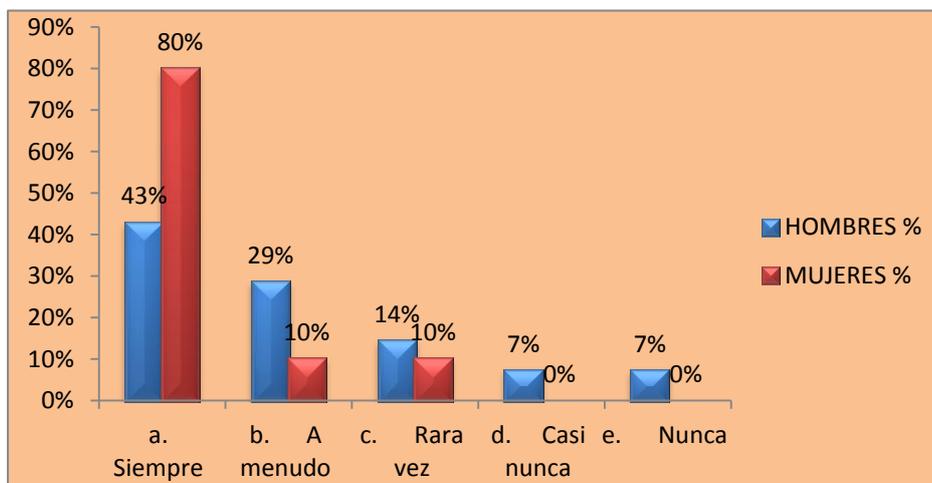
18. ¿Cree usted que es conveniente que todos conozcan procesos tecnológicos?

TABLA N° 31 Es conveniente conocer procesos tecnológicos

ALTERNATIVAS	HOMBRES	HOMBRES %	MUJERES	MUJERES %	TOTAL	%
a. Siempre	6	43%	8	80%	14	58%
b. A menudo	4	29%	1	10%	5	21%
c. Rara vez	2	14%	1	10%	3	13%
d. Casi nunca	1	7%	0	0%	1	4%
e. Nunca	1	7%	0	0%	1	4%
TOTAL	14	100%	10	100%	24	100%

Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Gráfico N° 29 Es necesario conocer procesos tecnológicos



Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Análisis

La mayoría de los entrevistados respondieron que siempre es necesario contar con los avances tecnológicos para el desarrollo de las organizaciones, en donde se puede manifestar que es vital que los involucrados se preparen en procesos nuevos para comenzar a trabajar de forma correcta en el mercado.

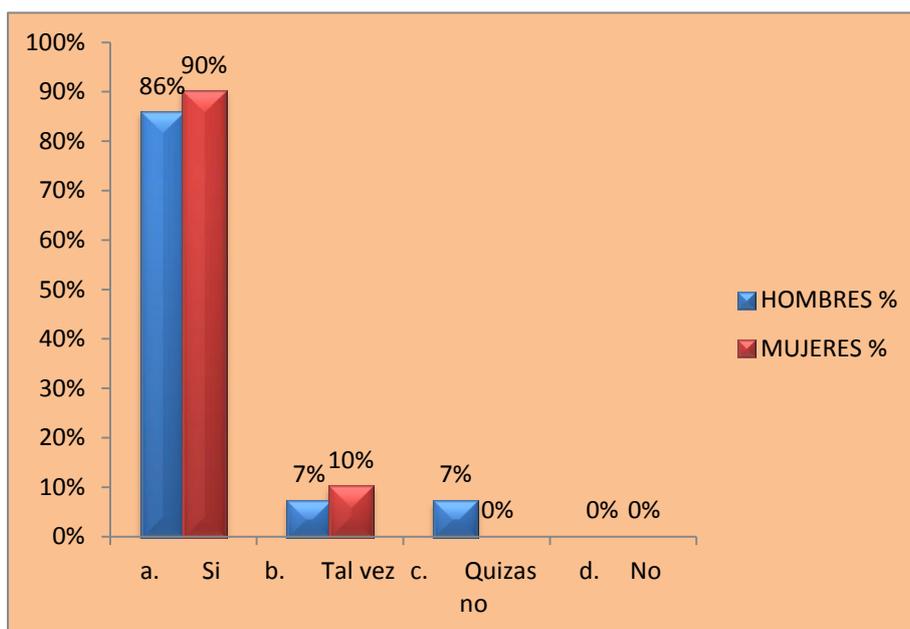
19. ¿Considera que todos los socios deben conocer los problemas del grupo o equipo al que pertenecen?

TABLA N° 32 Todos deben conocer los problemas del equipo

ALTERNATIVAS	HOMBRES	HOMBRES %	MUJERES	MUJERES %	TOTAL	%
a. Si	12	86%	9	90%	21	88%
b. Tal vez	1	7%	1	10%	2	8%
c. Quizás no	1	7%	0	0%	1	4%
d. No	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	14	100%	10	100%	24	100%

Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Gráfico N° 30 Todos deben conocer los problemas del equipo



Fuente: Entrevista realizada a comuneros Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Análisis

Para conocer si los entrevistados confían en sus compañeros se realizó la pregunta sobre si deben saber de los problemas del grupo; en donde la colectividad considera que si es conveniente saber las debilidades por ende se visiona que las personas les gustaría apoyarse mutuamente.

Conclusiones

Tomando en consideración el propósito de la investigación y los resultados en el análisis de las mismas a continuación se presentan las siguientes conclusiones:

- Se determinó que las formas de trabajo en equipo son no puestas en prácticas por la mayoría de los ganaderos caprinos, impidiendo generar competitividad ya que el 53% de los habitantes que poseen cabras criolla solo se dedica a esta actividad para generar un ingreso extra para solventar sus gastos, mientras que un 5% de la población considera que son pocos quienes se dedican a esta actividad como un negocio rentable, a pesar de llevar años con la actividad.
- Se estableció que la mayoría de los ganaderos caprinos conocen muy pocos sobre los beneficios que traen consigo estos proyectos asociativos demostrándolo con un 41% de las respuestas.
- Se diagnosticó que los problemas que presentan los ganaderos capricultores es que en la comuna no existe una organización que impulse este sector, un 47% considera que el apoyo de instituciones debe ser notorio y con ello desarrollar de forma correcta sus actividades formando su propia organización
- Se determinó que los principales factores que impiden el desarrollo competitivo es contar con poca tecnología y equipos y una dependencia hacia un solo producto al mismo tiempo tienen un nulo acceso a créditos.

- Se evaluó el nivel productivo de los ganaderos caprinos lo cual indica que es muy bajo debido que no cuentan con conocimientos adecuados para la crianza correcta del ganado; asimismo el 53% está de acuerdo que se capacite constantemente para obtener un aprendizaje en el manejo del ganado.

- Se determinó que si se utilizan las estrategias adecuadas los ganaderos caprinos de la comuna Manantial de Colonche desarrollarían oportunidades en el mercado, ya que un 83% considera que con una buena preparación pueden ofrecer productos de calidad, a la vez se debe ir de la mano con los procesos tecnológicos.

- Con la pregunta sobre diseñar un plan de asociatividad la comunidad un 41% está de acuerdo que la Asociatividad es una oportunidad para genera ingresos y mejorar sus situaciones, un 59% está totalmente de acuerdo en ser parte de ella. En donde el análisis estadístico determinó que todos los capricultores entrevistados están de acuerdo que en la comuna Manantial de Colonche se implemente una propuesta de asociatividad que contribuya al mejoramiento de su actividad, aplicar estrategias de comercialización, mantener la comunicación para la toma de decisiones, incrementar la producción y cuando se trabaje en equipo y así poder obtener ingresos para la comunidad en general.

Recomendaciones

Posterior a la tabulación de datos y análisis de los mismos se plantea las siguientes recomendaciones:

- Aprovechar la experiencia de los ganaderos caprinos conformando un grupo asociativo que permita mejorar la situación, se recomienda que se asocien a través de un proceso de cooperación para el logro de ventajas competitivas y con ello incrementar la productividad en la comunidad.

- Informar a los ganaderos caprinos de la comuna Manantial de Colonche, sobre las distintas fuentes de financiamiento a las que podrían acceder para poder obtener cabras de mayor calidad, tecnologías y equipos, a la vez capacitarlos en relación a la actividad y con ello lograr un posicionamiento en el mercado cantonal de la provincia.

- Conseguir fuentes de financiamiento necesarias a través de las diferentes instituciones financieras del estado o privadas, que permitan mejorar la producción a través de capacitaciones en el manejo adecuado del ganado caprino y del uso de tecnologías.

- Tratar por medio de la asociatividad la apertura de nuevos mercados y la mejora del sistema de comercialización, para que de esta manera se obtenga mejores beneficios y réditos en el ámbito comercial.

- Consolidar el grupo en el corto plazo, socializar las ideas generales de la asociatividad y el impacto que podría tener en la condiciones de vida de los asociados; y con Asociatividad empezar a generar ingresos económicos que mejoren la producción del ganado caprino y el hato de la comunidad.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA DE ASOCIATIVIDAD PARA GANADEROS CAPRINOS DE LA COMUNA MANANTIAL DE COONCHE, PARROQUIA COLONCHE, PROVINCIA SANTA ELENA

4.1.Descripción del Plan de Asociatividad

Nuestro Ecuador es un país con riqueza natural y con una variedad climática que permite desarrollar la agricultura y la ganadería, en la actualidad el sector productivo busca fomentar la asociatividad de los pequeños productores para mejorar la calidad de los productos y los procesos de capacitación y con ello abrir nuevos mercados, ya que los pequeños productores de forma individual tiene más limitaciones; y la tendencia en estas épocas es realizar negocios es a través de la conformación de empresas familiares o asociaciones las mismas que deben estar bien establecidas para la correcta administración y de esta manera que no exista ineficiencia.

Con el modelo asociativo de comercialización se pretende asociar a un grupo de ganaderos caprinos de la comuna Manantial de Colonche que posean cabras criollas (chivos) y con ello comenzar a trabajar y por tal razón el presente trabajo tiene como finalidad conocer la correcta forma de criar a las cabras mediante la asociatividad caprina, debido que cuenta con un clima rico para la dotación de este tipo de ganado, y sus habitantes por mucho tiempo han tenido que migrar a otras ciudades a conseguir el sustento diario a través de actividades como la pesca en diferentes ciudades de la provincia, trabajos jornaleros, agricultura, carpintería; entre muchos más. El emprendimiento empírico por sus habitantes también es muy notorio ya que existen varias personas que pastorean cabras y que solo utilizan su carne para comercializarlo quedando restringida la oportunidad de conseguir un proceso

productivo para la obtención de queso de cabra, producto apetecido en mercados internacionales, otros de los productos son los manjares y su rica leche la que es considerada nutritiva, por en estos derivados son muy cotizados, y por medio se busca fortalecer la unión y coordinación entre todos los que la integren, asimismo realizar las actividades de una manera segura y eficiente, para demostrar un buen liderazgo y transparencia en cada uno de los procesos tantos productivos como administrativos. Cumpliendo así una herramienta fundamental para el cumplimiento de sus funciones.

Con la siguiente propuesta se logrará moldear una cultura empírica a científica, la misma que permitirá llevar un buen direccionamiento y proyecciones futuras de la organización, en cuanto al proceso administrativo, productivo y financiero, con esto se busca un orden, en todo lo que concierne a la conducción de sus funciones administrativas. A la vez las organizaciones gubernamentales están otorgando créditos para el crecimiento productivo de la organización y a la vez creando vínculos con otras ciudades y países para desarrollar la matriz productiva.

Para poder llevar con éxito la conformación, es necesario tener en cuenta algunos puntos clave para la conformación de la misma, como la confianza entre sus miembros.

4.2. La asociatividad: alianza voluntaria para la competitividad de los ganaderos caprinos de la comuna manantial de colonche

Como se ha manifestado anteriormente la asociatividad a iniciar en la comuna Manantial de Colonche servirá para el mejoramiento de la producción y comercialización de la carne de cabra y cuero la misma que está diseñada a través de alianza voluntaria. Se utilizó la estrategia colectiva ya que se cumplió con una de las características de la asociatividad, es decir se unieron de forma voluntaria, pero con similitud de negocio; habilidades y capacidades sin excluir a ningún

individuo, teniendo en claro que la modalidad asociativa busca el bienestar común.

La decisión de intentar la asociatividad puede ser estimada por instituciones ajenas a las empresas, como el estado o los gremios empresariales, por lo general son las empresas las que deben llevarla a cabo. Con esta característica se asemeja a una red horizontal con la diferencia de ésta en que no hay restricciones para la afiliación. En las redes horizontales la cooperación se busca entre empresas que acogen al mismo mercado.

Cabe recalcar que existen instrucciones que apoyan el proceso asociativo, la cual hace más motivadora para los socios, asimismo por mantienen la autonomía gerencial.

4.3. Características de la asociatividad para los ganaderos de la comuna manantial de colonche

El mecanismo de cooperación es un elemento importante en los grupos asociativos, por ello los ganaderos caprinos tuvieron una incorporación voluntaria para dedicarse a la comercialización y distribución de la carne de cabra a través de la asociatividad; manteniendo la autonomía y trabajando para cumplir con los objetivos comunes y lograr un posicionamiento en el mercado.

4.4. Ganancias de la asociatividad para los ganaderos caprinos de la comuna manantial de colonche.

- Los ganaderos caprinos podrán adquirir financiamiento
- Podrán solucionar problemas con relación a costos y gastos de insumos
- Contarán con estructura orgánica que les permitirá realizar mejor las funciones.

- Realizarán compras a escalas
- Aumentarán la investigación y desarrollo de productos, estableciendo mayor poder de negociación.

4.5. Beneficio de la asociatividad para los ganaderos caprinos

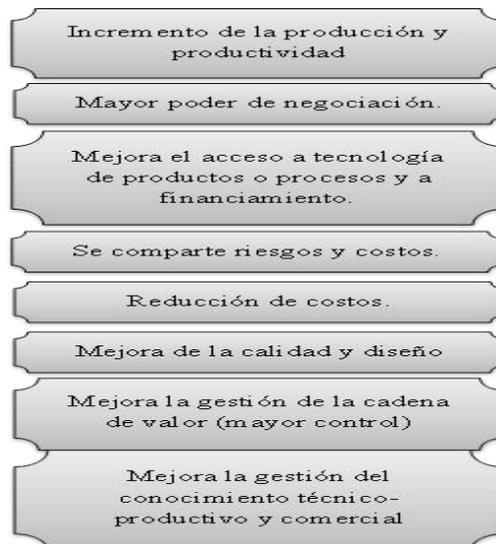
La aplicación del plan de asociatividad beneficiará a los individuos dedicados a la producción y comercialización de carne de cabras. Entre ellas mencionamos lo siguiente:

- Organizar eficientemente para distribuir correctamente la producción y comercialización carne de cabra de manera competitiva y crecer en el mercado local.
- Desarrollar la economía local, generando fuentes de ingresos a través ofertas de trabajo consiguiendo un mejor nivel de vida de los habitantes de la localidad dando un desarrollo económico y social de la comunidad.

4.6. Ventajas de la asociatividad.

Los socios que conformen la asociación de ganadería caprina gozaran de varias ventajas que les permitirá crecer a través del tiempo.

CUADRO N° 32 Ventajas de la asociatividad



Fuente: Consorcio Asecal Mercurio Consultores- Ing. Juan Carlos Vegas Rodríguez
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

4.7. Perfil del líder de la asociación de ganaderos caprinos

El individuo que lidere el proyecto asociativo debe ser capaz de cumplir con sus ideas, sus pensamientos y los de su equipo de trabajo logrando todas las acciones propuestas. Asimismo debe levantar el espíritu de su gente y motivándolos a tomar acciones para conseguir los resultados deseados.

El líder de nuestra asociación debe ser visionario enfocado a alcanzar las metas en un tiempo. Es por ello que debe prestar atención en lo posible orientándose hacia los resultados y estar intensamente comprometido, porque será el encargado de motivar al equipo respetando y promoviendo sus ideales.

A continuación se muestra algunas características de que debe poseer el líder.

CUADRO N° 33 Perfil del líder de la asociación



Fuente: www-maixmail.com
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

4.8. Cualidades básicas del líder de la asociación

- Paciente
- Humildad
- Respeto
- Generosidad
- Indulgencia
- Honradez
- Compromiso

4.9. Etapas para la asociatividad de los ganaderos caprinos de la comuna manantial de colonche

La formalización se puede clasificar de acuerdo al nivel de riesgo del compromiso en cada etapa. En el proceso el grupo asociativo de los ganaderos caprinos de la comuna Manantial de Colonche se puede distinguir algunas fases que se clasifican a continuación:

CUADRO N° 34 Etapas de la asociatividad



Fuente: Propuesta de modelo de construcción de asociatividad
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Etapa de gestación

En la etapa de gestación se debe considerar la identificación de los socios que conformaran la asociación, creando confianza entre ellos para concretar los proyectos para desarrollar y las metas a alcanzar; también se pueden suscribir acuerdos de voluntades y protocolos por escrito, que ayuden a precisar compromisos, derechos y responsabilidades a la vez determinar quién será el líder mismo que debe ser visionario.

Cabe recalcar que se realizó reuniones con el presidente de la Comuna Sr. Germán Cacao, directiva y algunos ganaderos caprinos con el fin de dar a conocer cuáles son las ventajas de conformar una asociatividad con este sector productivo.

Es importante destacar que para llevar con éxito este proceso se debe mantener la confianza en el grupo, pues de aquello dependerá el desarrollo y la consecución de los objetivos propuestos y con ello la perdurabilidad del proyecto asociativo.

Nombre de los socios interesados en formar asociación de ganaderos caprinos.

Nº	NOMBRES Y APELLIDOS	CÉDULA DE IDENTIDAD
1.	DARIO MAGALLÁN TOMALÁ	0908852643
2.	JUAN FLORES TOMALÁ	0913272811
3.	ÁNGELA RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ	0915388201
4.	ROSA AURORA FLORES TOMALÁ	0906449368
5.	ALEJANDRA ESPERANZA TOMALÁ T.	0909836553
6.	GERÓNIMO MAGALLÁN TOMALÁ	0901281527
7.	CIRILO FLORES RODRÍGUEZ	0921263836
8.	JACINTO ELENO CATUTO CATUTO	0913600523
9.	JOSÉ RUBEN CATUTO MAGALLÁN	0922421722
10.	BETTY POZO TOMALÁ	0921241555

11.	EVELYN SELENA MAGALLÁN F.	2450177744
12.	CARLOS FLORES RODRÍGUEZ	0913642625
13.	MIGUEL A. CATUTO FLORES	0909571556
14.	ANIBAL ROSENDO POZO TOMALÁ	0918969809
15.	JAZMIN CATUTO SANDOVAL	0987623134
16.	VICTOR PASCUAL FLORES	0901233502
17.	CECILIA ELIZABETH DEL PEZO	0916853062
18.	DANILO TOMALÁ CARLO	0934847585
19.	LEONELA PINCAY GONZÁLEZ	0957647623
20.	CATALINA MAGALLÁN TOMALÁ	0987654311

Fuente: Asociación de ganaderos caprinos
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Asimismo se deben presentar varios requisitos a diferentes Instituciones en donde primero se debe separar el nombre de la Asociatividad en IEPS (Instituto Nacional de Economía, Popular y Solidaria. Una vez creada la directiva provisional deberá ir con el formato correcto en donde especifica nombres y apellidos, cédulas y valor de la aportación en este caso el formato de socios fundadores. Ver **Anexo 1**

Etapas de estructuración

En esta etapa se debe ver reflejado la confianza con los socios; y si es posible tener asesorías, al mismo tiempo los socios ya tienen definidos sus roles en el grupo y se plantea el proyecto como herramienta competitiva; de la misma manera establecen las estrategias a seguir para cumplir con los elementos estratégicos de la organización; reconociendo que la asociatividad se ha vuelto una forma para el desarrollo competitivo de los ganaderos caprinos en la comuna Manantial de Colonche

Etapas de madurez.- En la etapa de madurez la asociación debe estar formalmente legalizada, contando con sus respectivos estatutos, junta directiva, capital social,

delegación de las funciones; debido a que los ganaderos caprinos están listos para trabajar en equipo. A la vez se debe participar en diferentes actividades tanto públicas como privadas participando en ferias caprinas, tecnológicas entre otras para que los involucrados vayan obteniendo mejores conocimiento en la actividad del mercado.

Etapas productiva

En la etapa productiva la asociación puede recibir ayudas de instituciones públicas y privadas para el crecimiento del proyecto; a la vez los procesos operativos deben agilizarse para tener buenos resultados de la gestión empresarial; asimismo puede utilizar la investigación para el desarrollo de nuevos productos y tener nichos de mercados.

Etapas de declinación

Esta última etapa se da a través de la durabilidad del proceso de funcionamiento de la asociatividad; en donde se deben analizar las respectivas estrategias y poder determinar cuáles son las posibles causas en casos de mantener errores graves, para de esta manera realizar los respectivos ajustes para lograr lo propuesto, con los resultados obtenidos se deberán obtener conclusiones y recomendaciones; además verificar cuáles son las posibles fallas de los asociados.

4.10. Formas de asociarse

En el ámbito de la asociatividad existen algunas modalidades que pueden adoptarse de acuerdo a los objetivos que busquen cumplir, en donde debe estar presente siempre el mecanismo de cooperación. Por ello podemos mencionar tres tipos como principales para el tema a desarrollar entre ellas asociatividad horizontal, vertical y gremial. En este caso el tipo de asociatividad que se adapta a los ganaderos caprinos de la comuna Manantial de Colonche es de manera horizontal debido que cumple con varias características similares entre ellas

tamaño, sector, localización y etapa del proceso productivo en relaciones de colaboración entre empresas y con entorno constitucional, ocupando el mismo nivel en la cadena de valor.

Es por ello que los ganaderos caprinos de la comuna Manantial de Colonche buscan mejorar la producción y comercialización de sus productos y con la unión compartir experiencias, buscar soluciones y trabajar en equipo.

4.11. Asociatividad de los ganaderos caprinos en la comuna Manantial de Colonche

En el país las empresas tienden a asociarse para conseguir los resultados favorables en un determinado tiempo, mejorando la competitividad y productividad, factores que se necesitan para ser competentes en el mercado.

Es por ello que el gobierno ecuatoriano preocupado por mejorar las pymes, pequeñas y medianas empresas tanto artesanales como semi-industriales está haciendo énfasis para que los menos afortunados puedan tener un mercado productivo, y con ello mejorar la economía de las familias y del país, cabe recalcar que las pequeñas y medianas empresas son una gran fuente de economía en los actuales momentos, pero la asociatividad también ocupa un papel muy importante en el desarrollo económico de un país, por tales motivos los comuneros de Manantial de Colonche trabajarán para lograr los objetivos en bien común.

De lo expuesto anteriormente se puede determinar que la asociatividad resulta de la incorporación de un grupo de personas dedicado a una actividad de negocio, por ende indicamos que en la comuna antes mencionada existen ganaderos del sector capricultor dedicados a comercializar su producto (carne), estas personas conocen el proceso desde la crianza hasta cuando ya están listas para

comercialización. El interés por ser un ente productivo produjo que los ganaderos tomarán la decisión de trabajar en conjunto y con ello mantener un compromiso y una responsabilidad con la finalidad de implementar un mecanismo de cooperación cumpliendo con los factores de la asociatividad, por ende se contará con los recursos necesarios que cubran con la demanda según las perspectivas de nuestros consumidores.

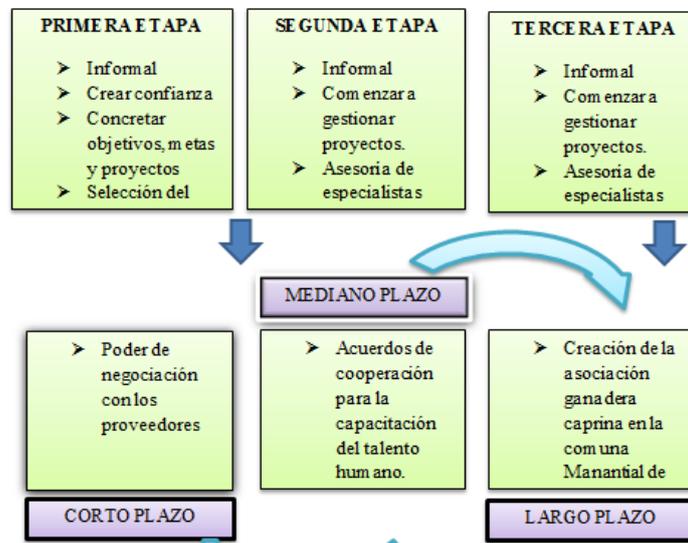
Los capricultores de Manantial de Colonche son los actores principales del modelo de asociatividad; es por eso que ellos deben unir esfuerzos para mejorar su producción, administración y comercialización de la carne para cubrir la demanda de sus productos de forma eficiente y eficaz cumpliendo con las expectativas de los clientes en la calidad y precio de acuerdo a la capacidad adquisitiva del mercado a satisfacer.

A la vez se puede un mencionar que la asociatividad para los ganaderos caprinos es un instrumento de participación caracterizado por el común acuerdo entre ellos con relación con sus voluntades, intereses similares y un objetivo a realizar formando de esta forma una asociación en particular.

4.12. La asociatividad como estrategia competitiva de los ganaderos caprinos de la comuna manantial de colonche

Para que las organizaciones puedan ser competentes sin importar el tamaño deben establecer estrategias competitivas para ser frente a la globalización, es por ello que por medio de la asociatividad se puede establecer esfuerzo en conjunto buscando el desarrollo competitivo, individual y colectivo, generando confianza, participación; al momento de sobresalir en las adversidades; permitiendo generar nuevas ideas y la vez crear oportunidades de crecimiento en la productividad y competitividad.

CUADRO N° 35 Proceso de asociatividad



Fuente: <http://www.asociatividadempresarial.com>
 Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

4.13. Proceso de constitución de las asociaciones según la EPS

En nuestro país actualmente las asociaciones están siendo acogidas por organismos públicos con la finalidad de desarrollar el sector productivo y por ello para poder constituir una organización de tipo asociativo como lo expresa la ley de Economía, popular y solidaria (EPS), se debe seguir una serie de lineamientos y requisitos los mismos que se presentan a través del siguiente gráfico.

CUADRO N° 36 Proceso EPS



Fuente: IEPS
 Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

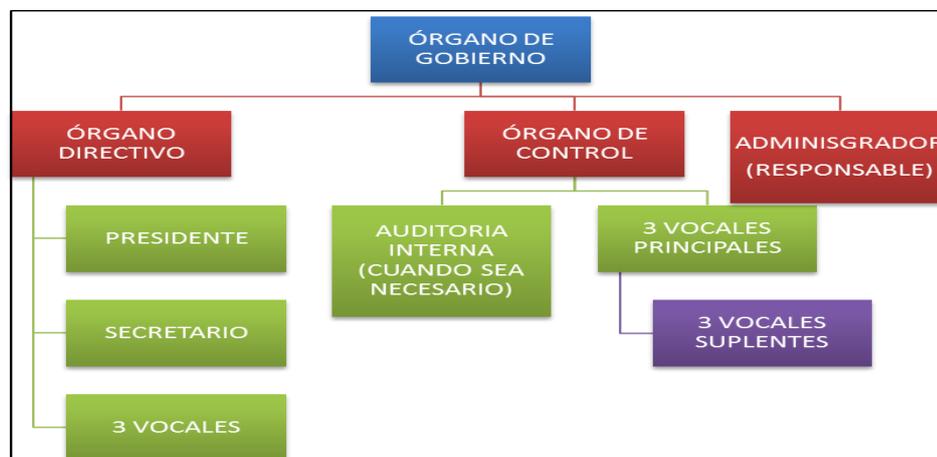
Las asociaciones que se rigen por EPS deberán realizar la asamblea constitutiva con los interesados, además deberán contar con un directorio provisional para la realización de los trámites de legalización en este caso **ver Anexo 2** sobre la solicitud de constitución de la asociación de ganaderos caprinos; asimismo deben tener la certificación del secretario provisional **ver anexo 3**, reserva de denominación, IEPS, Presentación de documentos; después el trámite de aprobación, notificación para registro y registro público; personalidad jurídica y finalmente la autorización por parte de la Superintendencia. A la vez deben contar con sus estatutos **ver anexo 4**

4.14. Estructura organizativa

4.14.1. Modelo propuesto por la economía popular y solidaria

En la actualidad la Economía Popular y Solidaria (EPS), representada por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS), presenta una estructura organizativa en donde divide, agrupa y coordinan las actividades de la asociatividad en cuanto a las relaciones entre el órgano de gobierno, directivo, de control y administrador. Por tal motivo se propone que para que la asociatividad funciones correctamente y con ello preservar el crecimiento sustentable de la economía y el desarrollo equilibrado y equitativo en beneficio colectivo. A continuación muestra el siguiente gráfico:

CUADRO N° 37 Organigrama de la asociatividad Según EPS



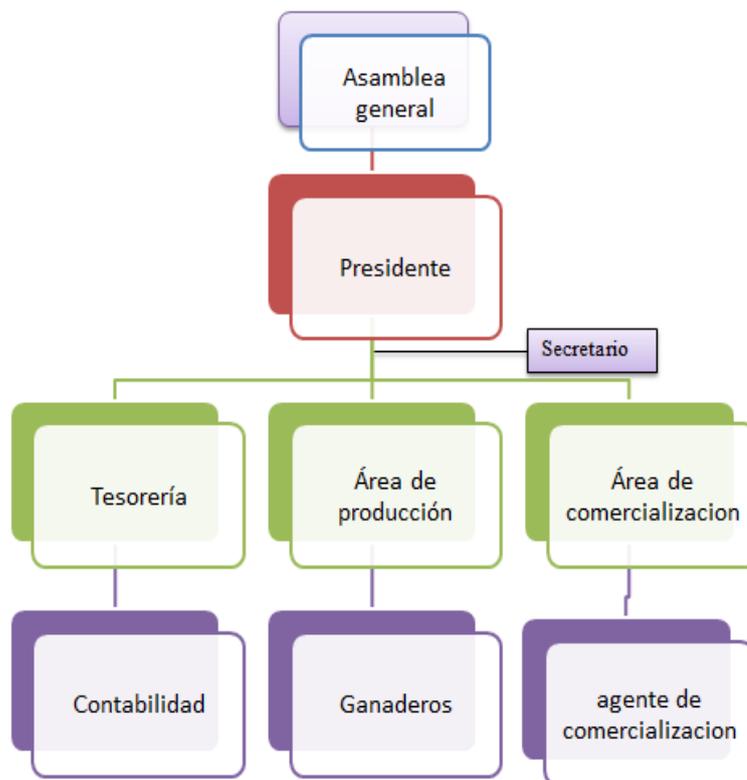
Fuente: IEPS
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Esta estructura establece las responsabilidades del Órgano de gobierno- Junta General, atribuciones y deberes, procedimiento de la Junta General; órgano directivo-Junta Directiva; atribuciones y deberes de la junta directiva; órgano de control de la junta de vigilancia con sus respectivas atribuciones y deberes; control interno con administrador, presidente y secretario (a).

4.15. Estructura organizativa propuesto para la asociatividad de ganaderos caprinos de la comuna manantial de colonche.

Come se mencionó en el proceso de asociación se necesita de una estructura organizativa para una mejor ejecución de las actividades y mejor producción y comercialización de los productos a continuación se presente el gráfico:

CUADRO N° 38 Asociación De Ganaderos Caprinos De La Comuna Manantial De Colonche



Fuente. Asociación Las cabritas de las chacras
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Funciones.

De la Asamblea general

- Gestionar préstamos en bien de la producción y desarrollo de los asociados.
- Establecer planes de trabajo, programas y proyectos dirigidos a los socios, familia y comunidad.
- Impulsar la unidad, la colaboración y solidaridad en conjunto con el directorio y los otros grupos.
- Gestionar proyectos en mejoras para los asociados y sus familias.
- Gestionar para la adquisición de bienes muebles e inmuebles, equipos y maquinarias para mejorar el proceso productivo.
- Gestionar en diferentes organismos para el avance del proyecto.

- Emitir obligaciones

Presidente

Sus funciones son las siguientes:

- Dirigir y representar a la Asociatividad por delegación de la Asamblea y de la junta directiva.
- Preside y dirige los debates de la asamblea general y de la junta directiva
- Convoca las reuniones de la asamblea general y de la junta directiva.
- Revisa las actas, los documentos y los certificados que le presentan secretaria y tesorería

Secretario

- Se ocupa de la documentación y de llevar al día el libro de los socios y socias.

- Se encargará de levantar, redactar y firmar las actas de reunión de la asamblea general y de la junta directiva.
- Se encargará de redactar y autorizar certificados
- Atender al público ya que será el órgano de comunicación de la asociación

Tesorería

- Será responsable de los recursos de la asociación
- Elaborará el presupuesto, el balance y la liquidación de cuentas
- Llevará los libros contables
- Firmará los recibos de cuotas y otros documentos de tesorería
- Realiza el pago de facturas presididas por presidencia
- Será responsable de mantener a la asociatividad al corriente de sus obligaciones fiscales.
- Estar pendiente de la rentabilidad de la empresa

Producción

- Solicitar los insumos necesarios al presidente
- Clasificar los insumos acorde a las necesidades de producción
- Realizar el respectivo proceso de elaboración del producto
- Distribuir el producto al departamento de servicio

De comercialización

- Realizar la distribución de los productos fuera y dentro de la ciudad.
- Trasladarse a diversos lugares para realizar gestiones de distribución de mercadería
- Gestionar las cobranzas a los clientes
- Manejar la web para pedidos

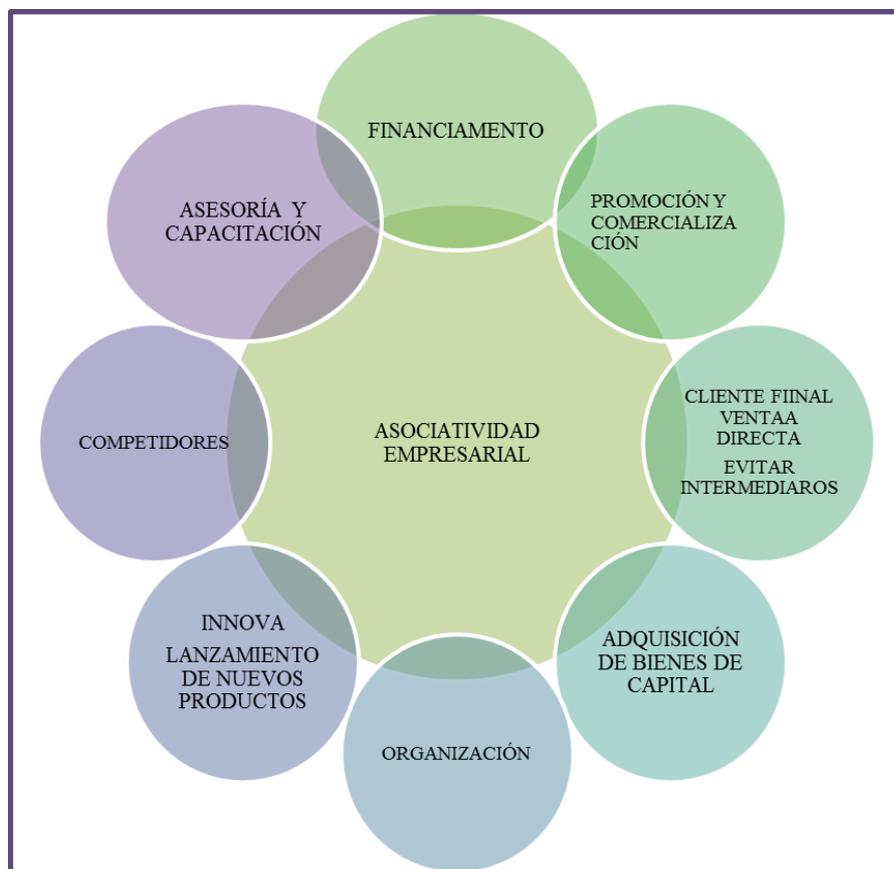
Los ganaderos

- Obtener carne de cabra bien nutridas para satisfacción de los clientes
- Mantener estándares de calidad en coordinación con el presidente.

4.15.1. Descripción del modelo propuesto de asociatividad empresarial

Para lograr el posicionamiento de la asociatividad de ganaderos caprinos dedicados a la producción y comercialización de cabras por lo general deberán recibir asesorías por parte de Instituciones educativas, Ministerios y empresas privadas en temas como asesoría legal, capacitaciones, acceso a financiamiento e innovación

CUADRO N° 39 Modelo de asociatividad



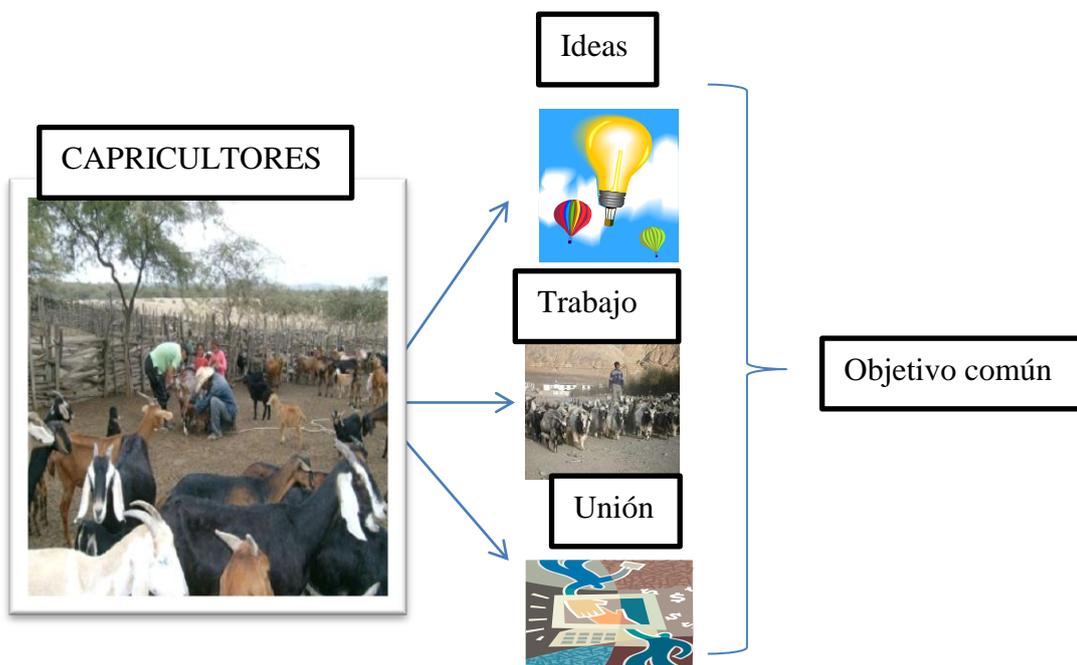
Fuente: Asociación de ganaderos caprinos
Elaborado por: Daycy Flores

4.16. Descripción genérica de la estructura

La descripción genérica es un diseño el cual establece las funciones, autoridad y jerarquía. La estructura organizativa presentada es la que más se adecua para el mejoramiento y funcionamiento de la asociatividad, es por ello que con la ayuda

de los ganaderos caprinos de la comuna Manantial de Colonche establecerá la dependencia jerárquica a la cual pertenece cada departamento, al mismo tiempo hacer al recurso humano más eficiente al definir correctamente las funciones.

Y para que los ganaderos caprinos puedan tener mayor rentabilidad por es necesario tener en consideración las ideas, el trabajo y sobre todo la unión y con ello tener resultados del objetivo común.



Con la Asociatividad se mejorará la producción de las cabras ya que en la actualidad sus dueños tienen una forma precaria en la crianza de sus animales, y para es necesario trabajar con el talento humano y con ello obtener resultados favorables.

CUADRO N° 40 Indicadores De Gestión – Factores Críticos De Éxito

FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO		
FACTORES DE RIESGO	FACTORES DE ÉXITO	CONTROL
Factores que con continuidad se atribuyen al fracaso estos son:	Para que la asociatividad funcione correctamente y logre sus objetivos planteados es necesario que existan ciertas condiciones las cuales se detallan a continuación:	
Poco fomento de la autonomía y desarrollo de la asociatividad.	Comunicación entre los involucrados lo cual favorecerá a la cooperación en el desarrollo de actividades.	Número de actas en el año Número de actividades a realizar en los 3 primeros meses.
Poca confianza	Buena participación de los socios para definir metas, compromisos, actividades y objetivos.	Demostrar a través de resultados financieros el avance de la asociación en los 6 primeros meses.
Falta de objetivos claros, muchos organismos no investigan las necesidades y principios básicos de cooperación	Planificación coordinada por los socios para el cumplimiento de las tareas o actividades propuestas.	Planificación semestral del plan operativo para la asociación en colaboración con los socios.
Inexistencia de la solidaridad entre socios.	Respeto a las ideas de los demás y aceptación de las personas con sus defectos.	Análisis de las debilidades
Desacuerdos en los procesos operativos y actitudes en los socios, producto del trabajo mal realizado por parte del ganadero creando inseguridad en el grupo.	Manejo propicio de los conflictos	Número de quejas
Poco compromiso con los acuerdos y el trabajo.	Representación de autoridad	Elecciones del cabildo de acuerdo a EPS
Nuevas políticas gubernamentales y por causas internas por la falta de competencia en algunas áreas.	Conocimiento de derechos y obligaciones	Entregar a los socios el reglamento interno de la organización
Falta de un entorno que estimule los mecanismos de cooperación n.	Deber máximo del presidente de la asociatividad y de los socios participantes.	Numero de visita del presidente a instituciones Resultados de las gestiones
Poca difusión de las prácticas que puedan ser tipificadas como actividades de la asociación.	Objetivos comunes	Número de objetivos alcanzados.

Fuente: Metodología, diseño y desarrollo del proceso de investigación (Méndez)
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

4.17. Objetivo general

Promover en los ganaderos caprinos la expansión de la producción y comercialización de carne a través de la implementación de un plan asociativo para el mejoramiento de sus condiciones de vida y su entorno.

4.17.1. Objetivos específicos

- Brindar información sobre los beneficios de ser miembros de una asociación de ganaderos caprinos mediante el reconocimiento de la situación actual para el mejoramiento de su producción y comercialización.
- Proponer un modelo Asociativo para los ganaderos caprinos de la comuna Manantial de Colonche.
- Concienciar a los comuneros mediante reuniones frecuentes a través de capacitaciones informales sobre Asociatividad, Trabajo en Equipo, Competitividad para desarrollar sus conocimientos en este ámbito de negocios.
- Procurar el fortalecimiento sostenido del sector de los capricultores y defender sus intereses.
- Contribuir a la formación y capacitación técnica de los productores.
- Establecer un plan de acción que sirva como base para la implementación de estrategias adecuadas potencializando la comercialización de carne de cabras en la Provincia de Santa Elena.

- Evaluar la factibilidad financiera de la puesta en marcha para el mejoramiento tecnológico en la asociación.

4.18. Políticas del proyecto

- Facilitar la incorporación de miembros a la asociación
- Capacitar a los miembros de la asociación a fin de proporcionar nuevos conocimientos.

4.18.1. Políticas de la asociatividad

- Integrar a más socias mediante la concientización sobre los beneficios que se obtienen con la asociatividad
- Implementar estrategias administrativas para lograr el funcionamiento adecuado.

4.19. Elementos estratégicos

4.19.1. Filosofía empresarial

Solo el trabajo en equipo mejorará la productividad y la competitividad de nuestros socios, realizando nuestro trabajo con responsabilidad y honestidad.

4.19.2. Misión

La asociación de ganaderos caprinos “Las Cabritas de las Chacras”, contribuye con el desarrollo de la matriz productiva de la comunidad peninsular mediante

trabajo en equipo, asistencia técnica y productiva, capacitación constante promoviendo la generación de empleo y respetando nuestra naturaleza.

4.19.3. Visión

La asociación de ganaderos “Las Cabritas de La Chacras” será líder en ganadería caprina a nivel provincial y nacional, que velará por los intereses y necesidades de sus socios, apoyados en el mejoramiento constante del manejo, sanidad y nutrición de los animales.

4.19.4. Valores corporativos

A continuación se mencionan los valores que regirán la asociación:

- **Actitud de Servicio.-** Nuestra asociación prestará los servicios de calidad a nuestros clientes, procurando cumplir con los niveles de satisfacción.
- **Compromiso.-** Los socios se sienten comprometidos con entregar un producto de calidad, cumpliendo las normas y exigencias de nuestros clientes.
- **Honestidad.-** Trabajar bajo los principios morales, siendo transparentes en nuestra comunidad y el Estado.
- **Lealtad.-** Se trabaja bajo la honradez y sensatez de todos los involucrados.
- **Respeto.-** Los miembros de la organización son personas cultas llenas de valores que lo demuestran a través de la atención con los clientes.
- **Responsabilidad.-** Los socios son personas responsables con sus negocios y con el medio ambiente.

- **Mejora continua.-** La asociación se compromete a mejorar sus maquinarias estando a la par con el avance tecnológico.

- **Trabajo en equipo.-** Todos los socios están comprometidos a trabajar en conjunto con la finalidad de conseguir los objetivos.

4.20. Niveles que presenta la estructura organizativa propuesta en la asociatividad

Nivel de decisión

La asociatividad ganadera empleará nivel de decisión porque cuenta con asamblea general, directorio y gerencia las mismas que se encargaran de llevar una dirección eficiente y eficaz en sus respectivas funciones.

Nivel de asesoría

En este nivel de asesoría se caracteriza por el crecimiento de la organización; y estará a cargo de la asamblea general al directorio, luego a gerencia general para finalmente llegar a los respectivos departamentos.

Nivel de dirección

En este nivel la gerencia general es quien deberá hacer cumplir con los objetivos y metas propuestos por la asociatividad, mediante técnicas de liderazgo, buena comunicación con los miembros del equipo.

Nivel operativo

Casi en todas las organizaciones debe existir un nivel que se esmere por cumplir con los objetivos, debido que ayudaran a cumplir a través de los diferentes departamentos en este caso existirán tres el de tesorería que es donde se llevará la contabilidad del negocio, producción y comercialización.

4.21. Análisis FODA

A través de la matriz FODA, se analizarán el ambiente externo e interno de los ganaderos caprinos de la comuna Manantial de Colonche, en donde se tomará en cuenta las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que genera el siguiente proyecto con la finalidad de conocer el mercado donde nos involucraremos. Y con ello realizar acciones para el presente y futuro negocio.

4.21.1. Ambiente interno: Fortalezas y Debilidades

4.21.1.1. Fortalezas

Las fortalezas son factores internos a favor de una organización, las mismas que se puede decir que son las bases fundamentales para conformar algún proyecto. Por tal razón se detallará algunas fuerzas con las que cuenta la comuna Manantial de Colonche para conformar una Asociación.

- Predisposición de los directivos comunales al cambio
- Voluntad al cambio por parte de los ganaderos caprinos
- Participación continúa de todos los socios en las asambleas
- Interés de los socios en los talleres o capacitaciones
- Entidades públicas apoyan a las comunas en proyectos asociativos
- Interés de los ganaderos caprinos en la ejecución del proyecto
- Trabajar de forma conjunta con los directivos comunales
- Terrenos aptos para la crianza de cabras
- Apoyo comunal en la creación de asociatividad caprina
- Contar con ganaderos interesados en formar asociación
- La mayoría de los habitantes poseen cabras criollas
- Ganadería caprina en auge a nivel nacional
- Ganaderos poseen algunas extensiones de tierras para pastoreo
- Contar con interesados en formar una Asociatividad
- Existen habitantes que poseen cabras criollas.
- Sus dueños poseen grandes cantidades de tierras para el pastoreo.

- La ganadería caprina está en auge a nivel nacional.
- Apoyo grupal entre los miembros de la futura Asociación.
- Apoyo de sus familiares

4.21.1.2. Debilidades.

Se puede decir que las debilidades son factores internos en otras palabras falencias que necesitan alguna reestructuración para mejorar su situación en particular, y con ello convertirse en un factor a favor de la organización, a continuación se detallan algunas debilidades

- Limitada planificación en las actividades
- Débil manejo de los recursos naturales y económicos.
- Falta de coordinación y trabajo en equipo entre directivos y socios.
- Limitada capacitación en procesos administrativos y manejo de cabras
- Nivel bajo de organización y liderazgo
- No conocen sobre reglas y políticas
- No existe planificación de presupuesto
- Experiencia empírica en la crianza de ganado caprino
- No poseen conocimientos sobre delegación de funciones
- Falta de apoyo para el sector capricultor por parte por parte de los dirigentes comunales.
- Pocos recursos económicos por parte de los interesados.
- Débil conocimiento técnico sobre el manejo y cuidado de las cabras
- La mayoría de los interesados solo han culminado la primaria

4.21.2. Ambiente externo: Amenazas y Oportunidades.

4.21.2.1. Amenazas.

Las amenazas son factores externos y que muchas veces se nos escapan de nuestro alcance, por ende estas son incontrolables.

- Falta de apoyo de las autoridades
- Avance tecnológico

- Aumento de competencia respecto al negocio
- Aumento de intermediarios
- Leyes y políticas del estado
- Aumento de precios de insumos
- Manejo inadecuado de los recursos
- Desconocimiento de leyes que aportan al progreso de la asociación
- Escases de recursos económicos
- Escaso liderazgo por autoridades
- Aumento de competencia en sectores aledaños
- Desastres naturales
- Nuevas plagas para el ganado
- Leyes y políticas del Estado.

4.21.2.2. Oportunidades.

Las oportunidades también son factores externos y que permiten que las organizaciones puedan generar fuente de supervivencia gracias a la circunstancia.

- Capacitaciones para los directivos y socios de la comuna
- Apoyo por parte de gobiernos descentralizados
- Interés por parte del Estado
- Ejecución de proyectos ganaderos
- Conseguir alianzas estratégicas
- Creación de diversas fuentes de financiamiento
- Mejorar razas
- Ofertar empleos de manera interna
- Implementación de tecnología
- Conseguir canales de distribución
- Convenios con instituciones que ofertan insumos ganaderos
- Ofrecer buena imagen
- Capacitar a los interesados de la Asociatividad en capacitación técnica para el mejoramiento de su producto

- Generar fuentes de empleo a la comunidad Manantial de Colonche
- La cabra es un animal adaptable al clima de la comunidad, por ser un animal doméstico.
- La carne de cabra y sus derivados son muy apetecida en mercado nacional e internacional.

4.22. Matriz de evaluación de factores internos (M.E.F.I)

El procedimiento para desarrollar esta matriz consiste en asignar un peso y una calificación par a obtener un total ponderado en cada uno de los factores expuestos tanto de fortalezas como debilidades y la suma de este total ponderado indicará si los ganaderos caprinos de la comuna Manantial de Colonche es fuerte o débil internamente.

CUADRO N° 41 M.E.F.I Asociación De Ganaderos Caprinos

Factores críticos para el éxito	Peso	Calificación	Total Ponderado
Fortalezas			
Predisposición de los directivos comunales al cambio	0.05	3	0.15
Predisposición al cambio por parte de los ganaderos caprinos	0.09	4	0.36
Participación continúa de todos los socios en las asambleas	0.03	4	0.12
Interés de los socios en los talleres o capacitaciones	0.05	4	0.20
Actualmente las entidades públicas apoyan a las comunas en proyectos asociativos	0.04	3	0.12
Interés de los ganaderos caprinos en la ejecución del proyecto.	0.03	3	0.09
Trabajar de forma conjunta con la comuna	0.02	3	0.06
Zonas aptas para la crianza de cabras	0.08	4	0.32
Reconocimiento como uno de los sectores productivos de la parroquia	0.03	3	0.09
Apoyo comunal en la creación de Asociatividad caprina	0.04	4	0.16
Total	0.48		1,71

Fuente: Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI)
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

CUADRO N° 42 Matriz De Evaluación De Factores Internos

Factores críticos para el éxito	Peso	Calificación	Total Ponderado
DEBILIDADES			
Limitada planificación de las actividades	0.08	4	0.32
Falta de coordinación y trabajo en equipo entre directivos y socios.	0.06	4	0.24
Débil manejo de los recursos económicos y naturales	0.04	3	0.12
Limitada capacitación en procesos administrativos y manejo de cabras	0.06	4	0.24
Débil nivel socio organizativo y de Liderazgo	0.05	4	0.20
No conocen sobre las reglas y las políticas	0.03	2	0.06
No cuentan con presupuesto para sus actividades	0.03	3	0.09
No conocen sobre delegación de funciones	0.04	3	0.12
No conocen sobre estrategias organizacionales	0.05	4	0.20
Débil conocimiento técnico sobre el manejo y cuidado de las cabras	0.07	3	0.21
TOTAL	0,48+0,52=1		1.71+1.81=3.52

Fuente: Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI)
 Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

A través de la aplicación de la Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI) se obtuvo el siguiente resultado 1,71 correspondiente a las fortalezas y 1,81 correspondiente a las debilidades del total ponderado reflejando un resultado de 3.52, significa que la asociación de ganaderos caprino es fuerte internamente, pero

debe mejorar esas debilidades para ser sólidamente fuerte y aprovechar los recursos con los que se cuenta, por lo que no se ha implementado una planificación eficiente de las actividades en beneficio de la institución.

4.23. Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)

CUADRO N° 43 MEFE Asociación de ganado caprino

Factores críticos para el éxito	Peso	Calificación	Total Ponderado
OPORTUNIDADES			
Capacitaciones para los directivos y socios de la comuna	0.07	3	0.21
Apoyo por parte de gobiernos descentralizados	0.10	4	0.40
Interés por parte del Estado	0.07	4	0.28
Ejecución de proyectos ganaderos.	0.06	4	0.24
Conseguir alianzas estratégicas	0.04	3	0.12
Creación de diversas fuentes de financiamiento	0.03	2	0.06
Mejorar las razas	0.04	3	0.12
Ofertar de empleos de manera interna	0.03	4	0.12
Implementación de tecnología	0.03	3	0.09
Conseguir canales de distribución	0.05	3	0.15
Convenios con instituciones que oferten insumos ganaderos	0.02	3	0.06
Ofrecer una buena imagen	0.03	2	0.06
TOTAL	0.57		1.91

Fuente: Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFE)
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Factores críticos para el éxito	Peso	Calificación	Total Ponderado
AMENAZAS			
Falta de apoyo de las autoridades	0.05	3	0.15
Desconocimiento de leyes que aporten al progreso de la asociación	0.02	2	0.04
Escaso liderazgo por autoridades	0.04	3	0.12
Avance tecnológico	0.04	4	0.12
Nuevas técnicas y estrategias administrativas	0.03	2	0.06
Escases de recursos económicos	0.02	2	0.04
Manejo inadecuado de sus recursos	0.05	3	0.15
Aumento de precios de los insumos	0.03	2	0.06
Aumento de competencia respecto al negocio	0.04	2	0.08
Aumento de intermediarios	0.03	2	0.06
Limitado acercamiento con la política gubernamental	0.02	2	0.04
TOTAL	$0.43+0.57=1$		$1.10+ 1.91=3.01$

Fuente: Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFE)
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Una vez aplicada la Matriz de Evaluación de Factores Externos nos da como resultado un total de 3,01 lo que indica que se pueden aprovechar al máximo las oportunidades, aplicando las estrategias necesarias para combatir las amenazas que se presenten y de esta manera mantenerse firme sobrepasando las barreras que han impedido el desarrollo y el manejo eficiente de los recursos con los que se cuenta. Con la aplicación de las matrices MEFI y MEFE se pudo obtener ciertos resultados que ayudarán a la elaboración de estrategias que permitan el desarrollo de la asociación, considerando que existe una predisposición al cambio por parte de los directivos y socios de la institución, obteniendo de esta manera un apoyo e interés por parte del estado y de los gobiernos descentralizados en la obtención de

capacitaciones, técnicas, administrativas, así como el desarrollo de proyectos ganadero, los mismos que mejoraran los ingresos económicos de los asociados a través de la producción y comercialización de la carne y cuero de cabras y de la buena administración de la institución, a su vez ofertando empleo de manera interna aportando al progreso y desarrollo de la comunidad.

CUADRO N° 44 Matriz de estrategias (F.O.D.A)

<p style="text-align: center;">Análisis Interno</p> <p style="text-align: center;">Análisis externo</p>	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <p>1. Los ganaderos caprinos están dispuestos a formar una Asociatividad de tipo comercial.</p> <p>2. Los socios poseen grandes cantidades de tierras aptas para pastoreo.</p>	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <p>1. Experiencia empírica en la crianza del ganado.</p> <p>2. Falta de recursos económicos y conocimiento en manejos administrativos.</p>
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <p>1. Incremento del consumo de carne de cabras y sus derivados en mercados locales.</p> <p>2. Gobiernos descentralizados apoyan al sector capricultor en la</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS (FO)</p> <p>Reducir los costos variables por insumos mediante una negociación grupal y así poder llegar a un acuerdo con un proveedor mayorista, eliminando de esta forma intermediarios en los canales de distribución.</p> <p>Trabajar en conjunto con las instituciones de apoyo.</p> <p>Realizar un modelo de asociatividad para la integración de socios y mejorar la rentabilidad económica de los socios.</p> <p>Mejorar los sistema de</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS (DO) 1-2</p> <p>Brindar asistencia técnica a los ganaderos caprinos con apoyo externo.</p> <p>Implementar capacitaciones para desarrollar de manera correcta las actividades.</p> <p>Establecer trabajo en equipo mediante la comunicación efectiva generando un clima agradable.</p> <p>Plantear estrategias para llevar un mejor control de los gastos que se realicen en</p>

<p>actualidad.</p> <p>3. Adquisición de materia prima a bajos costos.</p>	<p>sembríos para obtener alimentación adecuado</p> <p>Conocer nuevas técnicas para la crianza del ganado caprino</p> <p>Gestionar financiamiento para la institución</p> <p>Gestionar talleres para fortalecer el conocimiento de los socios.</p>	<p>la institución</p> <p>Hacer partícipes a todos los integrantes de la institución socializando proyecto que se desarrollen</p>
<p>AMENAZAS</p> <p>1. Competidores del mismo sector con mayor experiencia.</p> <p>2. Precios de productos más bajos.</p> <p>3. Incremento de robo del ganado caprino</p> <p>4. Competencia directa con productores cercanos.</p>	<p>ESTRATEGIAS (FA)</p> <p>Capacitar a los socios en temas referentes a producción y comercialización del ganado caprino.</p> <p>Fortalecer el área administrativa y crear una oportuna funcionalidad para el cumplimiento de obligaciones administrativas, legales públicas y privadas</p>	<p>ESTRATEGIAS (DA)</p> <p>Incentivar a los directivos a capacitarse</p> <p>Buscar asesorías para mejorar la gestión administrativa</p> <p>Diseñar estrategias que conlleven una mejor relación entre directivos comunales y asociación.</p>

Fuente: Ganaderos Caprinos de la Comuna Manantial de Colonche
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

CUADRO N° 45 Matriz Del Perfil Competitivo en la Asociación de Manantial de Colonche

Factor Clave de Éxito	Ponderación	Asociación de Montubios de la Cordillera Chongón-Colonche		Asociación de emprendedoras Bajadita de Colonche		Asociación de ganaderos caprinos Manantial de Colonche	
1.- Participación en el mercado	0,2	3	0,6	4	0,8	2	0.40
2.- Calidad de los productos	0,2	3	0,6	3	0,6	3	0.60
3.- Tecnología	0,3	3	0,9	3	0,9	2	0.60
4.- Experiencia	0,15	2	0,3	3	0,45	2	0.30
5.- Competitividad	0,15	2	0,3	2	0,3	3	0.45
TOTAL:	1		2,7		3,05		2.35

Fuente: (TALACÓN Ponce, 2007)
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

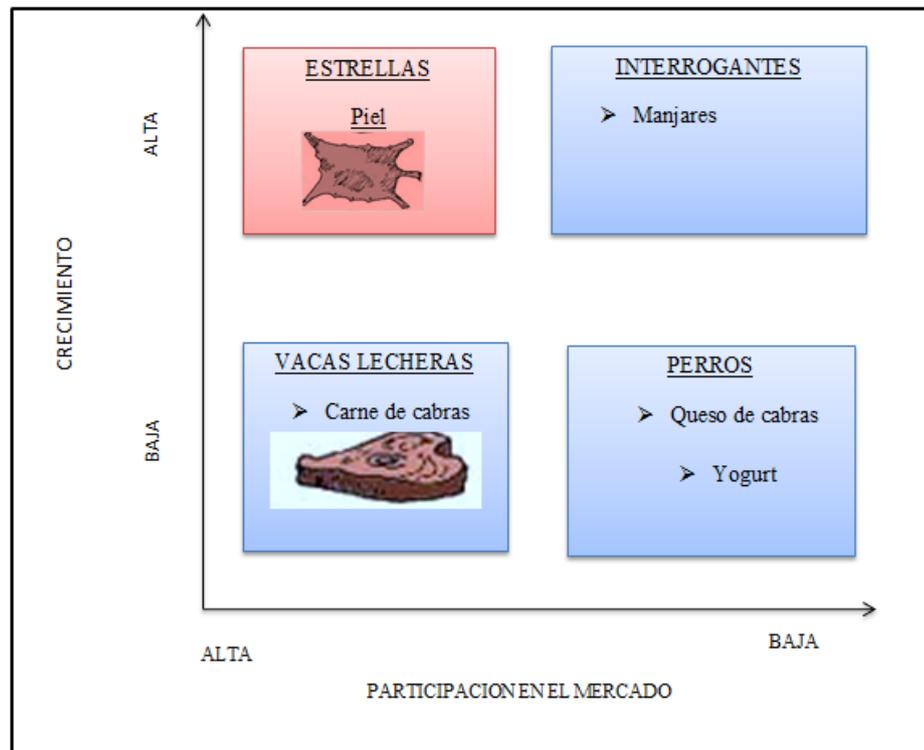
Como podemos observar en el cuadro anterior La Asociación de Emprendedoras Bajaditas de Colonche es el competidor más amenazador para los ganaderos caprinos de la Comuna Manantial de Colonche, ya que en la matriz da como resultado información muy valiosas en varios sentidos como tecnología, posición en el mercado, en donde La Asociación de Montubios Chongón-Colonche tiene 2,7 por arriba de nuestra asociación debido que es una empresa que ya tiene algunos años en el mercado, sin embargo la más peligrosa es la Asociación de Emprendedoras con 3,05.

4.24. Matriz Boston Consulting Group (BCG)

La Matriz Boston Consulting Group, se la ha usado para clasificar en relación a la competencia, considerando la producción de carne y cuero que la asociación de

ganaderos caprinos ofrece, en razón de dos factores; su participación de mercado en relación con la competencia y la tasa de crecimiento del mercado y producto.

CUADRO N° 46 (Matriz BCG) Asociación de ganaderos caprinos
Productos de ganadería caprina- Asociación Las cabritas de las Chacras



Fuente: (IDALBERTO, PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA FUNDAMENTOS , 2011)
 Elaborado por; Daycy Flores Rodríguez

Una vez clasificado los productos en los cuadrantes correspondientes, estos difieren no solo en cuanto a la participación de mercado y la tasa de crecimiento del sector, sino también en relación con las necesidades de efectivo y estrategias adoptadas, para ello se describe cada producto a continuación:

a). Estrellas: Los productos señalados en este cuadrante se caracterizan por una alta participación de mercado, considerando como productos el cuero de la cabra, por lo que no tienen inconvenientes al momento de comercializarlos porque existen empresas que realizan zapatos, pantalones y chaquetas de cueros.

b) **Vacas lecheras:** El ganado ubicado en este sector tienen una alta participación de mercado y posiblemente están pasando por la etapa de madurez de su ciclo de vida entre ellos está carne de cabras, el primero por que presenta serios inconvenientes en la crianza adecuada, ya sea por las diversas factores que rodean, el segundo porque no existe mucha inversión por parte de los ganaderos es por ello que el crecimiento en este sector ha disminuido y por ende el dinero obtenido por la venta sirve para invertir en los productos ubicados en el primer cuadrante denominado estrellas (cueros de las cabras).

a) **Interrogantes:** Siendo aquellas que se caracterizan por la baja participación en el mercado, además porque no ha conseguido tener un lugar dentro del mismo, para ello se considera en este cuadrante a mangares, por lo que este recién empieza a entrar en la mente de los consumidores y por ende aún no tiene acogida dentro del mercado nacional, así mismo existe la interrogante si realmente este producto generara ingresos económicos a los socios y sobre todo si ganara una buena participación en el mercado.

b) **Perros o pesos muertos:** Siendo un producto que tiene bajas participaciones en el mercado y que operan en sectores con bajas tasas de crecimiento, entre ellos está el incursionar por realizar quesos y yogurt de cabras que no tiene mucha acogida por parte de los demandantes del sector.

Es de suma importancia desarrollar estrategias que permitan introducir los productos de la asociación a los diversos mercados de la provincia y del país, permitiendo captar nuevos segmentos de mercado y que éstos productos se conviertan en un producto estrella.

4.25. Cadena de Valor

Para que la asociación de ganaderos caprinos de la comuna Manantial de Colonche debe realizar diversas actividades para producir, llevar al mercado y entregar los

productos al clientes de forma satisfactoria y es por ello que no basamos en las actividades primarias y secundarias.

Se considerará las actividades primarias en donde se tomará los siguientes elementos:

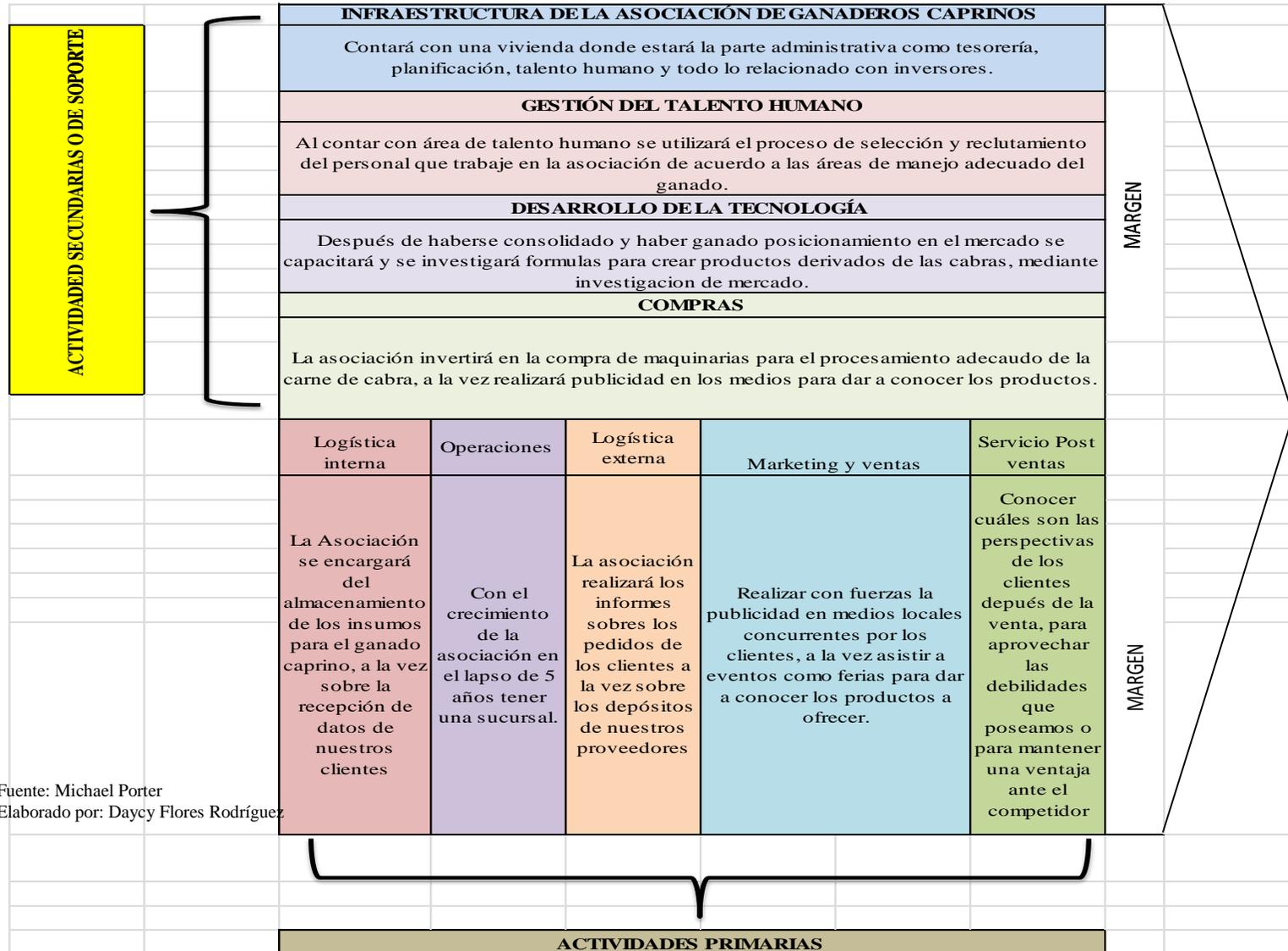
- Logística interna
- Operaciones
- Logística externa
- Marketing y ventas
- Servicios post-venta

Asimismo las actividades secundarias

- Infraestructura
- Gestión del talento humano
- Desarrollo de la tecnología
- Compras

A continuación el desarrollo de la cadena de valor aplicada a la asociatividad

CUADRO N° 47 Cadena de valor de la Asociación de ganaderos caprinos



Fuente: Michael Porter
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

4.26. Objetivos estratégicos

- Ejecutar el proceso asociativo entre los comuneros del cabildo de la comuna Manantial de Colonche en el año 2014.

Tareas

- Seleccionar a las personas que formaran el proceso
- Determinar el número necesario para la asociación

Acción

- Legalización de la asociación

Control

- Establecimiento y cumplimiento de los reglamentos
- Ofertar productos de calidad satisfaciendo las necesidades de los clientes, mejorando la situación económica de asociación.

Tarea

- Cubrir las expectativas de los clientes mediante producto de calidad a precios cómodos.

Acción

Capacitar a los socios en temas relacionado con calidad, manejo adecuado de cabras y servicio al cliente.

Control

- Realizar investigación de mercado.
- Consolidar la distribución del producto aprovechando el posicionamiento de la asociatividad.

Tarea

- Aprovechar la publicidad para la identificación de los puntos de ventas

Acción

- Realizar convenios publicitarios con radios y televisión cantonal

Control

- Variación de las de ventas en los tres primeros meses

- Establecer financiamiento asociativo para el fortalecimiento del proyecto, para construir el desarrollo colectivo.

Tarea

- Implementar programas de gestión financiera

Acción

- Participación de los socios en manejo de programas financieros

4.27. Estrategias

Las estrategias en las empresas pequeñas o medias son necesarias debido que con ellas se definen las líneas de acciones que deben asumir los individuos para desempeñar las funciones, lo cual permite a la organización crear ventaja competitiva en el mercado generando mayores utilidades y permitiendo el aprovechamiento de las oportunidades dándole valor agregado.

Dentro de esto es muy necesario establecer los objetivos a corto y largo plazo para establecer los recursos con los que se debe trabajar para alcanzarlos.

4.27.1. Estrategias generales en la Asociatividad.

- Asumir la asociatividad como una herramienta de trabajo para conseguir un incremento a nivel competitivo, mejorando la productividad.
- Difundir conocimientos y beneficios a los asociados.
- Enfocarse a un segmento de mercado para establecer las estrategias adecuadas para ser competitivos.
- Ser competitivos en base a los costos y en la diferenciación del producto.
- Fijación de los objetivos estratégicos
- Innovación

4.27.2. Estrategias Específicas de la Asociatividad

- Aumentar números de ventas
- Disminuir precios
- Realizar publicidad
- Establecer sistemas de información

4.27.3. Estrategias de apertura

- La Asociación contará con personal dedicado a la actividad caprina para desarrollar el sector de comercialización y productividad.
- Reducir significativamente los costos de producción y aumentar el capital tanto humano como económico.

4.27.4. Estrategias de crecimientos

Para lograr un crecimiento en las ventas existen 4 posibles combinaciones basadas en los mercados y en los productos:

	Productos actuales	Productos nuevos
Mercados actuales	Penetración de mercados	Desarrollo de productos
Mercados nuevos	Desarrollo de mercados	Diversificación

Penetración en el mercado.- En este caso la Asociación deberá crecer en el mercado parroquial con sus productos (venta de carne) y para ellos se debe realizar lo siguiente:

- Realizar publicidad dando a conocer que existe una asociación de ganaderos caprinos en la Comuna Manantial de Colonche informando a la vez sobre las propiedades de la carne de cabra dentro de la parroquia.
- Ofrecer a nuestros clientes producto de calidad bajo estrictas normas de responsabilidad.

Capital humano

- Determinación de liderazgo
- Desarrollo de competencias

Gestión

- Compromiso
- Búsqueda de nuevos mercados

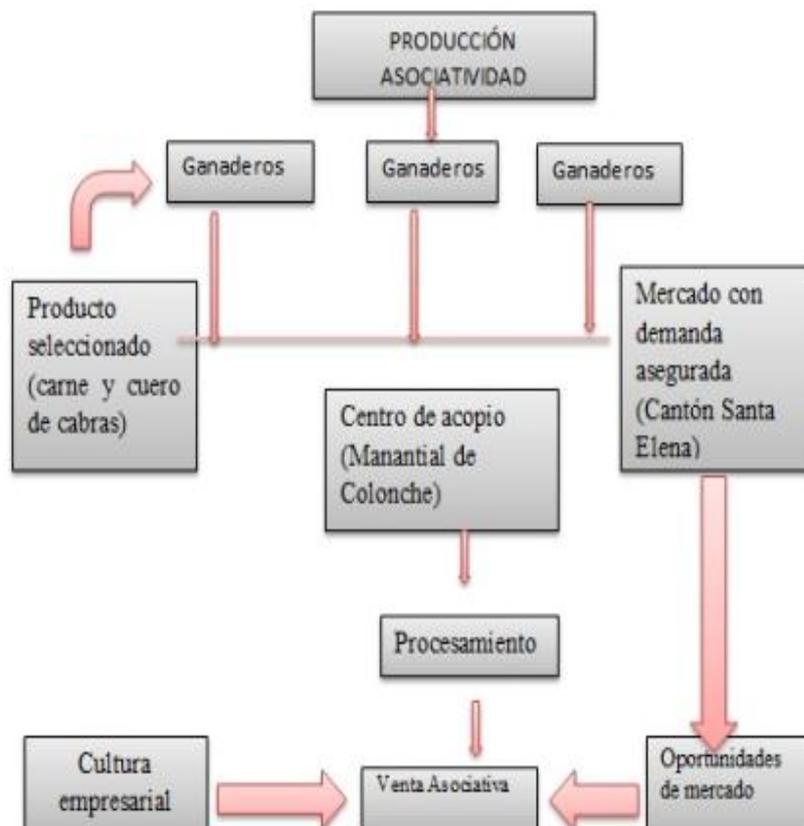
Como se dijo anteriormente las principales dificultades que presentan los ganaderos caprinos de la comuna Manantial de Colonches es la forma de comercializar sus productos, por tal motivo se pretende eludir a los intermediarios que son los beneficiados directos en este tipo de negocio.

Es por ello que se pretende efectuar la estrategia de comercialización tipo asociativa, fomentada e impulsada por instituciones tanto gubernamentales y no

gubernamentales, con el fin de mejorar la eficiencia productiva de los ganaderos caprinos y con ello aumentar la rentabilidad; promoviendo diversidad de productos. Asimismo para que la asociación crezca se deben tomar en consideración las siguientes estrategias tales como:

- Aumentar la demanda del producto mediante medios publicitarios para lograr el incremento de las ventas.
- Convenios con los medios de comunicación para lograr rebajas en las publicidades.

CUADRO N° 48 Modelo De Comercialización Asociativa



Fuente: Competitividad y sostenibilidad de modelos asociativos.
Elaborador por: Daycy Flores

4.27.5. Estrategia se refuerzo

Con el fin de mantener un lugar en el mercado local y provincial los ganaderos caprinos de la comuna Manantial de Colonche deberán tomar en consideración los problemas o debilidades que se presenten; es por ello que se debe tener en cuentas diversos factores como producto, tecnología, productos, capital tanto financiero como personal. A continuación se detallan las estrategias que se deben aplicar, tales como:

- Los socios deberán capacitarse para mejorar sus productos y ampliar su gama de producción.
- Los ganaderos caprinos participarán con opiniones y trabajar conjuntamente en las actividades a beneficios de la asociación.
- Para obtener un producto de calidad a costos bajos los ganaderos deberán negociar con los proveedores para obtener descuentos especiales.
- Invertir en la capacidad de producción para superar competencia.
- Obtener créditos financieros para cubrir costos en las gestiones de producción
- Asistir a las capacitaciones por parte de las instituciones gubernamentales para mejorar la productividad y la comercialización.

4.27.6. Estrategias de respuesta

Estas estrategias permitirán a los ganaderos caprinos a obtener sus beneficios comunes al momento de conformar la asociatividad, con ello se podrá tener accesos a nuevos mercados para así promocionar sus productos.

- Distribuir sus productos de forma eficaz, mejorando la producción, administración y comercialización.
- Recibir capacitaciones sobre ventas y atención al cliente para mejorar la negociación de sus productos.
- Asistir a ferias en la provincia para dar a conocer sobre sus productos y demostrar su calidad.

4.27.7. Estrategia de repliegue

- Reducir inversiones en los materiales de producción utilizando una comunicación excelente con los proveedores.
- Reducir gastos de distribución

CUADRO N° 49 Diseño de objetivos por aéreas estratégicas

<p>Estrategia de crecimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar publicaciones mediante trípticos, hojas volantes y a través de la web. ➤ Colocar nuevos productos en el mercado (derivados de cabras), garantizando la calidad y buen sabor. 	<p>Estrategia de refuerzo</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Trabajar en equipo con los ganaderos caprinos para mejorar la producción de ganado buscando obtener resultados favorables. ➤ Obtención de créditos financieros para cubrir gastos en la asociación.
<p>Estrategia de respuesta</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ofertar los productos en diversos programas como ferias y casa abierta con el fin de darse a conocer a nivel provincial. <ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar diversidad de productos derivados de la cabra cuidando la higiene y la calidad del producto. 	<p>Estrategia de repliegue</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Reducción de gastos materiales para la producción. ➤ Mantener buena comunicación con los proveedores, para conseguir descuentos.

Fuente: Estrategias para ganadero caprinos
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

4.28. Estrategias del marketing mix

CUADRO N° 50 Estrategia de producto

ESTRATEGIA DE PRODUCTO				
OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACTIVIDAD	TAREA	CONTROL
Informar a los clientes sobre los beneficios de los productos de cabras	Mejoramiento de la producción caprina en la comuna Manantial de Colonche.	Obtener cabras de razas (Anglo Nubia)	Cuidar adecuadamente el ganado	Verificar semanalmente el proceso
	Colocar en el mercado porciones de acuerdo al gusto del cliente	Realizar investigación de mercado a través de la web	Analizar cuidadosamente el proceso	Visitar varios mercados para conocer el nivel de aceptación del producto
	Presentar en empaques los productos cármicos	Diseñar empaques, logos que llamen la atención del cliente	Realizar a través de concurso el diseño	

Fuente: Estrategias para ganadero caprinos
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

La asociación de ganaderos caprino en la comuna manantial de colonche ofrecerá un producto de calidad a un precio accesible para el consumidor, es por ello la relación del cuadro siguiente.

CUADRO N° 51 Estrategia de precio

ESTRATEGIAS DE PRECIOS			
Estrategia	PRECIO		
	Alto	Medio	Bajo
Alta			
Media		Media	
Baja			

Fuente: MBA, ING. David Freire Sierra
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

CUADRO N° 52 Estrategia de marketing precio

ESTRATEGIA DE PRECIO				
OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACTIVIDAD	TAREA	CONTROL
Incrementar las ventas de cabras en el cantón Santa Elena	Ofrecer el producto a un precio accesible	Mananter la calidad del producto	Verificar mensualmente las ventas	Comparar con las ventas anteriores

Fuente: MBA, ING. David Freire Sierra
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

CUADRO N° 53 Estrategia de promoción de asociación

ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN				
OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACTIVIDAD	TAREA	CONTROL
Promocionar el producto	Ofrecer el producto a un precio accesible	Realizar publicidades por medios locales, diarios y sitio web	Colocar Vallas publicitarias en localidades cercanas	Verificar si dentro de un mes aún siguen atrayendo a las personas

Fuente: MBA, ING. David Freire Sierra
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

CUADRO N° 54 Estrategia de publicidad

ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN				
OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACTIVIDAD	TAREA	CONTROL
Incrementar la cuota de mercado	Buscar nuevos clientes	Visitar locales en los otros cantones de la provincia	Identificar posibles compradores	Verificar si incrementa la cartera de ventas

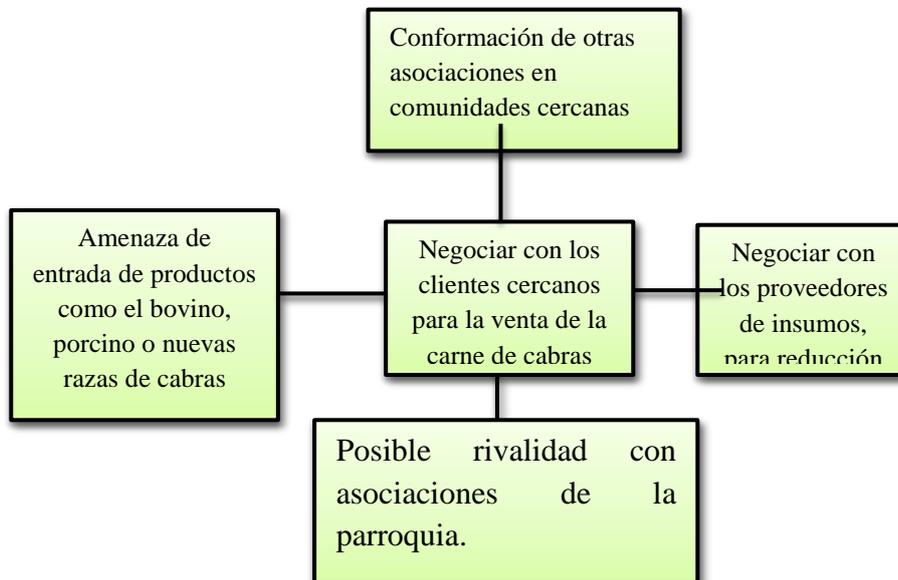
Fuente: MBA, ING. David Freire Sierra
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

4.29. Modelo de Michael Porter.

4.29.1. Las cinco fuerzas de Porter

Para que las organizaciones puedan encontrar nuevas formas de ser competentes es necesario tener en consideración los cinco factores que pueden llegar a ser una gran fortalezas o a su vez una gran debilidad por no relacionarla con la organización. A continuación se muestra en que consiste este modelo.

CUADRO N° 55 Cinco fuerzas competitivas de Michael Porter



Fuente: Administración 2006. Michael
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Amenaza de entrada de productos o servicios sustitutos para la asociación de ganaderos caprinos en la comuna manantial de colonche

Esta amenaza cuenta con diferentes factores que pueden afectar de forma positiva o negativa en la organización, ya que en esta se relaciona directamente con la

economía de escala, diferenciación del producto, requisitos de capital, costos cambiantes y canales de distribución.

Es por ello que los ganaderos caprinos de la comuna Manantial de Colonche deberán basarse básicamente con los factores anteriores para conseguir el máximo provecho ya que la economía de escala se relaciona con la reducción de los costos unitarios de un producto, en este caso conseguir reducción en la compra de insumos para el ganado; mientras que con la diferenciación de nuestro producto tendrá un sabor único por lo cual los clientes lo mantendrán en su mente, en referencia a los requisitos de capital por lo general serán la inversión que se necesite, los costos cambiantes se relacionan con los costos que nos ofrezcan los proveedores y los canales de distribución son los medios que ayudaran a la Asociación hacer llegar los productos en el mercado.

Poder de negociación de compradores o clientes de los ganaderos caprinos de la comuna manantial de colonche.

La Asociación debe buscar otros socios y con ello negociar con los compradores los precios favorables en las compras por volúmenes. El tipo de negociación que tratará de manejar la Asociación de ganaderos caprinos dependerá de la cantidad del productos que se vaya a adquirir, por tal motivo se buscará acuerdos con el fin de sacar el máximo provecho en las ventas y con ello lograr el bienestar de los asociados.

Poder de negociación de los proveedores o vendedores de los ganaderos caprinos de la comuna manantial de colonche.

Los ganaderos caprinos de la comuna Manantial de Colonche realizan la compra de sus insumos de manera independiente, ellos hasta el momento deciden el lugar más idóneo tomando factores como cercanía y precios, lo que indica que no existe una planificación sobre compras de insumos en grupo. Lo que se aspira alcanzar con el modelo asociativo es que las compras de sus insumos las realicen de forma

conjunta logrando negociar precios justos y equitativos para cada socio, mejorando las finanzas de la organización.

Amenaza de nuevos competidores para los ganaderos caprinos de la comuna manantial de colonche.

El desarrollo del sector caprino en el cantón Santa Elena está evolucionando, debido por los cambios que efectúa el actual gobierno nacional, el mismo que se ha encargado de apoyar a los ganaderos caprinos, al hablar de competidores podemos decir que si existe competencia como es el caso de las asociaciones de la parroquia Chanduy como es el caso de la Asociación Cordillera Chongón, siendo una las principales hasta el momento otra es el caso de la Asociación de la comuna Bajadita de Colonche quien comercializa queso y leche de cabras en la parroquia Colonche, ambas con potencial en el mercado nacional. Los mismos que hasta el momento se encuentran mayor capacitados tanto en el manejo adecuado del ganado como en maquinarias.

Rivalidad entre los competidores de los ganaderos caprinos de la comuna manantial de colonche.

Podemos decir que dentro de la comuna Manantial de Colonche no existe otra Asociación de ganado caprino, lo que indica que la rivalidad entre los competidores define la rentabilidad de un sector, cuanto menos competidores se encuentren en un sector, normalmente será más rentable y viceversa.

Hasta el momento la rivalidad existen para los ganaderos caprinos son las asociaciones de la parroquia Chanduy y la Asociación de la comuna Bajadita de Colonche, las mismas que se encuentran más capacitadas y tecnificadas, es por ello que debemos tomar en consideración que si queremos ser competentes se debe mejorar las estrategias de comercialización, obtener mayores canales de distribución, presentar un producto de calidad, alcanzando ventaja competitiva

que se diferencia con la competencia, manteniendo los lineamientos de los objetivos propuestos.

4.30. Gestión de proyectos asociativos

El proceso asociativo debe generar proyectos a corto, mediano y largo plazo con el fin de cultivar el interés de los ganaderos caprinos, creando confianza, compromisos y sobre todo asumir riesgos.

Proyectos a corto plazo

- Involucrar a los individuos dedicados a la crianza de ganado caprino para formar la Asociatividad.
- Efectuar la asociatividad para el mejoramiento de la fuerza de ventas a través de alianza de individuos dedicados a la crianza y comercialización de cabras, obteniendo los recursos necesarios para su distribución.
- Aumentar el capital social de los socios a través la Asociatividad.
- Obtener información a través de reuniones para segmentar el mercado y ser competentes en la parroquia.

Proyectos a mediano plazo

- Realizar actividades en conjunto con los miembros de la asociatividad, para un mejoramiento del proceso de comercialización optimizando recursos para brindar un producto de calidad.
- Contactarse con nuevos proveedores que nos brinden los insumos a precios módicos, para ofrecer a nuestros clientes productos a bajos costos con calidad.

- Ejecutar convenios e inversiones que permitan mejorar la rentabilidad de la asociación, con entidades públicas y privadas ofertando productos acordes con las necesidades de nuestros consumidores.

Proyectos a largo plazo

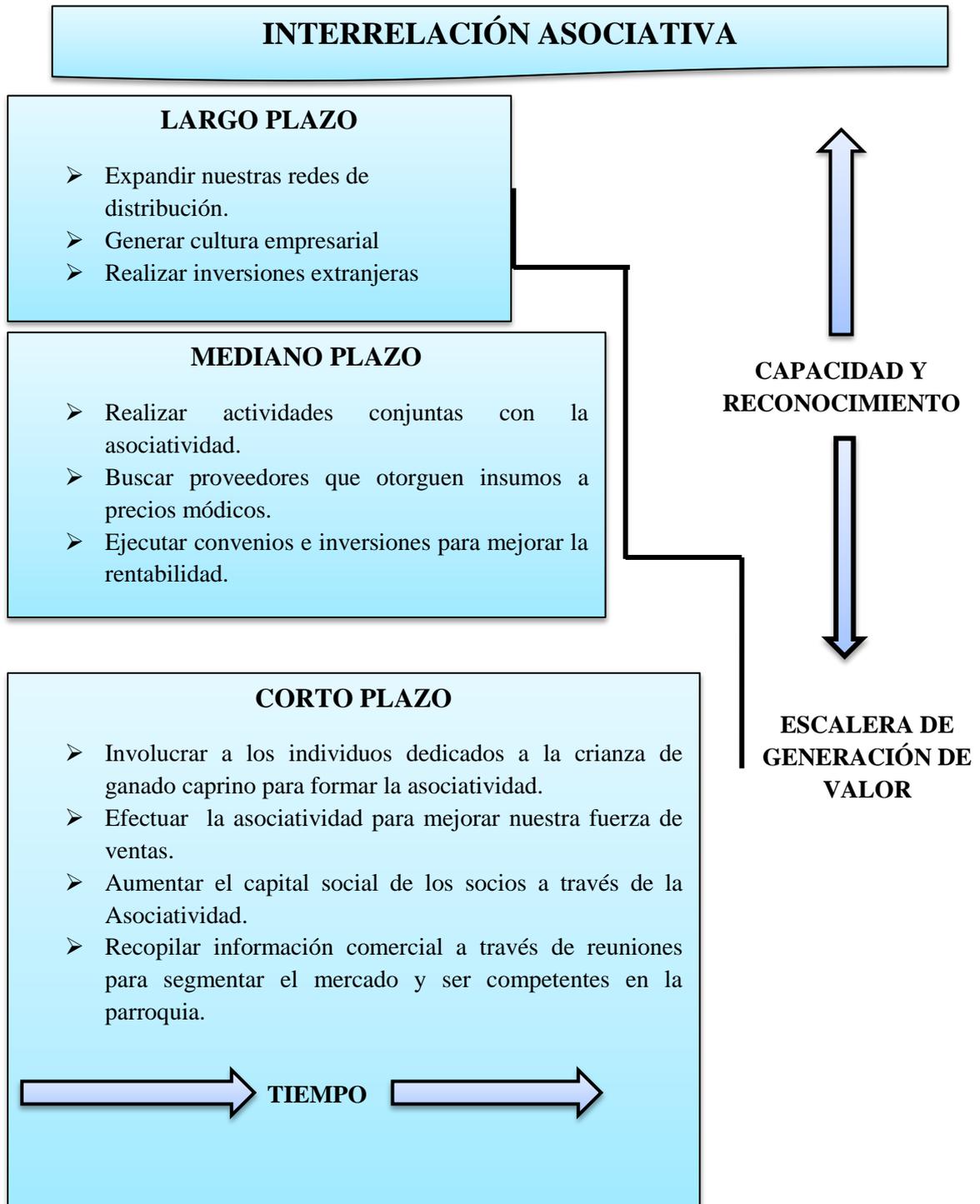
- Expandir las redes de distribución a nivel provincial y regional, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes obteniendo rentabilidad.
- Posicionar a la Asociación en el mercado nacional con precios módicos y competitivos.
- Generar cultura empresarial en los socios para lograr exportación de los productos de cabras.
- Obtener inversión extranjera para mejorar el mercado a nivel internacional.

4.31. Plan de acción

El plan de acción es un trabajo en equipo ya que se determinan y se asignan las tareas que deben realizarse en un plazo determinado utilizando los recursos necesarios con la finalidad de lograr los objetivos es por ello que la asociatividad también de cumplir con ello. Ver anexo 5.

Esquemas de interrelaciones asociativas

CUADRO N° 56 Esquema de interrelaciones



Fuente: <http://www.asociatividadempresarial.com>
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

4.32. Acuerdos de cooperación para la capacitación del talento humano.

En este tema lo principal es concienciar al recurso humano de la asociación de ganaderos caprinos de la comuna Manantial de Colonche el mismo que permitirá optimar la productividad, formándolos más competitivos y capaces de enfrentar desafíos que demanda un mercado cada día más globalizado.

Por se realizó reuniones con el grupo interesado (20 comuneros) lo mismos q que deseen asociarse, creando una base de confianza entre ellos: voluntad para asociarse y el mecanismo de cooperación a utilizar.

Capacitaciones a los ganaderos caprinos de la comuna Manantial de Colonche.

En la actualidad el capital intelectual de las organizaciones constituye la fuente principal de diferenciación y creación de ventajas competitivas sostenibles en el tiempo. Ya que la capacitación y el desarrollo del recurso humano se han tomado un uno de los medios de gestión clave para acrecentar y construir valor para la empresa.

CUADRO N° 57 Programa de capacitación N° 1

INSTITUCIÓN Asociación de ganaderos caprinos de la comuna Manantial de Colonche		PROGRAMA DE: Capacitación											
ÁREA: Administración		FACILITADOR: Daycy Flores Rodríguez											
HORAS PROGRAMADAS 4 horas	ACTIVIDAD NÚMERO 1	NÚMERO DE CONCURRENTES 20 participantes											
TEMA: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Asociatividad Beneficios de la asociatividad Perfil y cualidad de un Líder ➤ Trabajo en equipo Claves para ser parte de un equipo Ventajas y desventajas Diferencias entre equipo y grupo 													
OBJETIVO: Educar al talento humano de la Asociación de ganaderos caprinos de la comuna Manantial de Colonche a través de técnicas y herramientas de liderazgo que permitan el mejoramiento de las condiciones productivas para ser competitivos en el mercado.													
ACTIVIDADES PROGRAMADAS <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 25%;">Horarios:</td> <td>Actividades</td> </tr> <tr> <td>08:00 a 09:00</td> <td>Bienvenida</td> </tr> <tr> <td>09:00 a 10:00</td> <td>Desarrollo de la capacitación</td> </tr> <tr> <td>10:00 a 11:00</td> <td>Coffee Break</td> </tr> <tr> <td>11:00 a 12:00</td> <td>Refuerzo de la actividad</td> </tr> </table>				Horarios:	Actividades	08:00 a 09:00	Bienvenida	09:00 a 10:00	Desarrollo de la capacitación	10:00 a 11:00	Coffee Break	11:00 a 12:00	Refuerzo de la actividad
Horarios:	Actividades												
08:00 a 09:00	Bienvenida												
09:00 a 10:00	Desarrollo de la capacitación												
10:00 a 11:00	Coffee Break												
11:00 a 12:00	Refuerzo de la actividad												

Fuente: Comuna Manantial de Colonche
 Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

CUADRO N° 58 programa de capacitación n° 2

INSTITUCIÓN Asociación de ganaderos caprinos de la comuna Manantial de Colonche		PROGRAMA DE: Capacitación													
ÁREA: Productividad		FACILITADOR: Daycy Flores Rodríguez													
HORAS PROGRAMADAS 6 horas	ACTIVIDAD NÚMERO 1	NÚMERO CONCURRENTES 20 participantes													
TEMA: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Manejo adecuado de las cabras Selección de hembras y machos ➤ Productividad y comercialización Concepto, producción vs productividad, factores internos y externos que afectan la productividad, importancia y función de la productividad. ➤ Atención al cliente Quién es el cliente, que es servicio, expectativas del cliente, que busca obtener el cliente cuando compra. 															
OBJETIVO: Capacitar al talento humano de la Asociación de ganaderos caprinos de la comuna Manantial de Colonche a través de técnicas y herramientas de productividad y comercialización que permitan el mejoramiento de la mercadotecnia.															
ACTIVIDADES PROGRAMADAS <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 20%;">Horarios:</td> <td>Actividades</td> </tr> <tr> <td>08:00 a 09:00</td> <td>Bienvenida</td> </tr> <tr> <td>09:00 a 10:00</td> <td>Desarrollo de la capacitación</td> </tr> <tr> <td>10:00 a 11:00</td> <td>Talleres grupales</td> </tr> <tr> <td>11:00 a 12:00</td> <td>Coffee Break</td> </tr> <tr> <td>13:00 a 15:00</td> <td>Refuerzo de las actividades realizadas</td> </tr> </table>				Horarios:	Actividades	08:00 a 09:00	Bienvenida	09:00 a 10:00	Desarrollo de la capacitación	10:00 a 11:00	Talleres grupales	11:00 a 12:00	Coffee Break	13:00 a 15:00	Refuerzo de las actividades realizadas
Horarios:	Actividades														
08:00 a 09:00	Bienvenida														
09:00 a 10:00	Desarrollo de la capacitación														
10:00 a 11:00	Talleres grupales														
11:00 a 12:00	Coffee Break														
13:00 a 15:00	Refuerzo de las actividades realizadas														

Fuente: Capacitación Comuna Manantial de Colonche
 Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Es importante que a los participantes se les trate de forma amable y cordial al empezar la sesión para poder integrarlos al grupo, desde el primer momento en las actividades de capacitación. A medida que ingresen al ambiente donde se desarrolla la capacitación se tomara la asistencia.

Al iniciar la sesión la facilitadora dará la cordial bienvenida a los asistentes de manera emotiva con el fin de que las participantes se sientan a gusto al ser parte del programa.

La facilitadora será responsable de la implementación del programa de sensibilización empresarial, dará a conocer a los asistentes cómo se desarrollará el programa de capacitación, sus objetivos, número de sesiones, contenidos, horarios y otros, luego de haber informado del programa de capacitación se procederá con las presentaciones de los asistentes.

En el programa de capacitación se tratarán los siguientes temas:

TEMA:

➤ **Asociatividad**

Beneficios de la asociatividad

Perfil y cualidad de un Líder

➤ **Trabajo en equipo**

Claves para ser parte de un equipo

Ventajas y desventajas

Diferencias entre equipo y grupo

➤ **Manejo adecuado de las cabras**

- Selección de hembras y machos

➤ **Productividad y comercialización**

- Concepto, producción vs productividad, factores internos y externos que afectan la productividad, importancia y función de la productividad.

➤ **Atención al cliente**

- Quién es el cliente, que es servicio, expectativas del cliente, que busca obtener el cliente cuando compra

Para que la asociatividad de ganaderos caprinos de la comuna Manantial de Colonche funciones de una mejor manera se han establecidos acuerdos de cooperación con:

- Clientes
- Proveedores
- Asociados
- Entidades de apoyo

Acuerdos con los clientes

- Ofrecer productos a un bajo costo en la comuna Manantial de Colonche.
- Distribuirlo acorde a su poder adquisitivo en grandes cantidades a sectores cercanos como Colonche, Palmar y Santa Elena.

Acuerdos con los proveedores

- Realizar adquisiciones de insumos para la producción de mercadería, cuando exista una mayor comercialización de la producción de los comuneros de Manantial de Colonche.

- Realizar negociaciones para recibir insumos a un menor coste con proveedores de insumos de alimentación y vacunas para las cabras.

Acuerdos asociados

- Obtener información de posibles clientela y visitarlas para obtener negociación y con ello mejorar el progreso de asociatividad y e ir obteniendo rentabilidad.
- Trabajar con eficacia para obtener un producto de calidad

Acuerdos con entidades de apoyo

Para lograr el objetivo es necesario contar con dinero para hacer realidad el trabajo, y para ello se puede ir a las siguientes instituciones, las cuales se mencionan a continuación:

- Banco Nacional de Fomento
- DEMIRO
- Finca

Asimismo se debe contar con el apoyo de diversas instituciones públicas que fomenten la asociatividad entre las cuales mencionamos a:

- Ministerio de Agricultura, ganadería, acuacultura y pesca (MAGAP)
- Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (IEPS)
- Ministerio de Inclusión Económica y social (MIES)
- Superintendencia de Economía Popular y solidaria (SEPS)

4.33. Canales de distribución

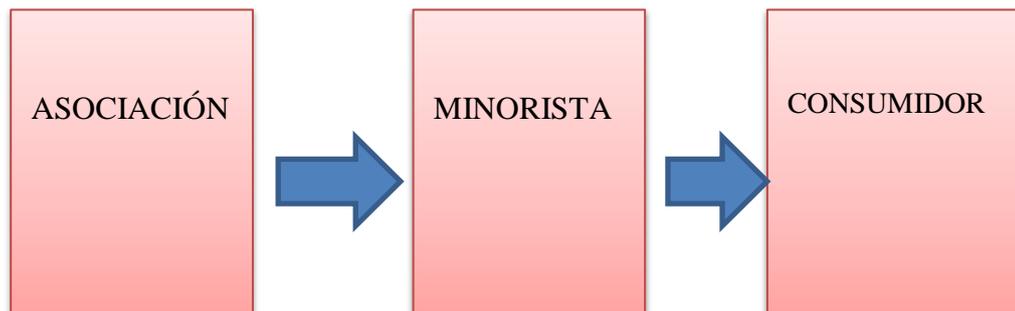
Toda entidad orientada a producir o comercializar bienes o servicios tiene que hacer uso de rutas que permitan repartir sus productos y que estos estén oportunamente en las cantidades, con la localidad y el precio a los respectivos

clientes. Ya que cuando los animales de engorde hayan alcanzado un peso de 25 kg, serán vendidos a la canal a 38,5 libras, procurando llegar al consumidor final. La carne de estos animales especialmente de los cabritos a la edad de cinco a siete meses es muy suave y nutritiva siendo apreciada por los consumidores por contener nutrientes para el organismos humano y a su vez ayuda en el tratamiento de ciertas enfermedades.

Para esto se utilizará el canal de distribución directa a las diferentes tercenas ubicadas en los siguientes puntos:

- Comuna Palmar
- Comuna Barcelona
- Cantón Santa Elena

CUADRO N° 59 Diagrama del canal de distribución



Fuente: www.Canal de distribución
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

4.33.1. Canales de distribución propuestos.

El motivo de utilizar este tipo de canal es obtener reducción de costos de publicidad y venta, al comunicarse con los minoristas estos se encargaran de distribuir el producto hasta el consumidor final. En la visión del plan de asociatividad se considera local, por ende los canales de distribución deben ser a gran alcance en este caso tercenas, restaurante; por ende la asociación deberá contactar con las mismas a fin de establecer relaciones comerciales.

4.34. Presupuesto

El presente proyecto asociativo necesitará financiamiento para cubrir diversos gastos tanto al momento de iniciar sus actividades como los siguientes años, por ello se debe contar con dinero para la constitución legal de la asociación, entre otras.

El siguiente estudio analizará la información previamente establecida de los estudios de mercado, técnico y organizacional, por medio del cual se establecerá la cuantificación del volumen de capital el mismo que es necesario invertir para la ejecución del proyecto de asociatividad, a fin de ser incorporada como un antecedente más en la proyección del flujo de caja que posibilite su posterior evaluación.

El volumen de los recursos económicos a invertir dependerá de las características del proyecto. A continuación se definirá el tipo de inversiones que se realizará así como también la forma de financiamiento para cubrir las necesidades de la asociación.

Sin la asociatividad los ganaderos caprinos cuentan con poca clientela y para cumplir con las estrategias es necesario la reducción de los costos de producción con una demanda mejor por ello se debe integrar a cada uno de los individuos dedicados a este tipo de negocio para incrementar el capital social entre los comuneros productores.

Asimismo el siguiente estudio se realizó con una durabilidad de 5 años, dependiendo el uso y manejo de las instalaciones. Las construcciones de los establos tendrán una durabilidad de 10 años esto dependerá del material de la zona

que se utilice para la construcción de los corrales y el desgaste será proporcionado al número de animales que se tenga.

Las oficinas administrativas tendrán una fachada rustica para darle más ambiente al tipo de negocio que se pretende realizar y se proyecta a 10 años su vida útil, pero asimismo dependerá de las condiciones climática y estará hecha de madera.

Se pretende contar con un equipo de riego con vida útil de 5 años, debido que se necesita tener cultivos que servían de alimento para el ganado tales como plátano, maíz y frejol, el funcionamiento dependerá del mantenimiento que se dé al sistema. La picadora de pasto su vida útil es de 10 años y dependerá del mantenimiento y uso de la herramienta.

Se construirá una vivienda con estilo rustico (madera y caña) que servirá para que se hospede el guardián o algunos de los socios cuando sea conveniente la vida útil de esta edificación será de 10 años y dependerá de las condiciones climática de la zona.

El sistema informático tendrá una vida útil de 3 años debidos que estos equipos se devalúan rápidamente y este servirá para llevar un control de los gastos e inventarios a realizar.

La asociatividad también debe contar con un vehículo que servirá para el transporte de la carne a diferentes puntos de entrega dentro y fuera de la provincia, por lo general su vida útil es de 5 años, pero con cuidado y mantenimiento se puede extender su utilidad.

Por la actividad que se pretende se debe contar con un equipo de procesamiento cárnico el mismo que tendrá una vida útil de 10 años, el sistema frigorífico será de acero inoxidable aleado con fibra de vidrios, pero es recomendable que a diez años se haga el cambio del gas inerte que este posee para su mejor enfriamiento interno por más tiempo. Asimismo se debe contar con los muebles de oficina y su

vida útil es de 10 años los cuales dependerán de su cuidado y mantenimiento para extenderse por más tiempo.

Es necesario tener en consideración todos los costos y gastos que incurran para la realización del proyecto asociativo a continuación se nombraran:

Mejoras territoriales

Para realizar las mejoras territoriales se necesitarán rollos de alambres de 500m lineales, los que servirán para cerrar el perímetro, así también se requiere de grapas para el cerramiento. Los propios socios se encargaran de realizar el trabajo de cerramiento los mismos que se encargaran de realizar los hoyos y la colocación estacas alrededor de las 4 hectáreas, por tal motivo el costo del jornalero será de \$5 diarios.

CUADRO N° 60 Mejoras territoriales. Dólares

CANTIDAD	MATERIALES	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
25	Alambres	Rollo	38,2	955
1000	Estacas	U	0,5	500
40	Grapas libra	Libra	1,5	60
20	Cerca perímetro	J	5	100
TOTAL DE MEJRAS TERRITORIALES				1.615

Fuente: Asociación de ganaderos caprinos
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Uso del suelo

Se utilizará 4 hectáreas que servirán para la cría de los animales en las cuales estarán las instalaciones, departamento administrativo, como también los tipos de cultivo que servirán para la alimentación de los animales.

Corrales de cría y engorde

Para la construcción de los corrales se utilizará un área de 795,64 m² que servirán para la cría y engorde de los animales, se contará con corrales, haciendo un manejo de los animales adecuadamente, se contará con corrales de crías de cabritos, cabras gestadas y machos reproductores y espacio para animales antes del faenamiento y observación veterinaria.

CUADRO N° 61 Costos de corrales para cría y engorde

MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Tablas cepilladas	U	50	6,5	325
Cuartones 2x4"x5m	U	83	12,5	1037,5
Tiras 1"x 2 1/2"x4m	U	985	3	2955
Clavos 3"	Libras	8	1,25	10
Clavos 2"	Libras	7	1,28	8,96
Clavos para zinc	Libras	24	2	48
Zinc 8 pies	U	200	12,5	2500
Bisagras 2"	U	150	0,24	36
Viáticos Transporte	U	2	15	30
Mano de obra				400
Subtotal				7.350,46
Imprevisto (5%)				367,523
Total				7.717,98

Fuente: Asociación de ganaderos caprinos
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Equipo de procesamiento cárnico

El equipo de procesamiento cárnico, ocupará un área de 50m² y es aquel que estará destinado para realizar el faenamiento y a su vez se realizará los diferentes tipos de cortes de carne y estará de acuerdo al consumidor final, por lo tanto constará de un frigorífico de cuatro bandejas de acero inoxidable de 3 mm de

espesor para la conservación de la carne y se mantendrá a una temperatura de -10° C.

CUADRO N° 62 Equipo de proceso cárnico

MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Frigoríficos de 4 bandejas de mm	U	1	900	900
Sierra para cortar carne y hueso de acero inoxidable	U	1	800	800
Mesa de trabajo construida en acero inoxidable	U	2	450	900
Romana cap. 5 quintales	U	1	390	390
Bomba de agua 1 HP	U	1	330	330
Empacadora al vacío 362x459x385mm	U	1	600	600
Juegos de cuchillos	U	8	4	32
Gavetas plásticas	U	6	15	90
Valdes plásticos	U	4	2,5	10
Tanque 200 litros	U	1	65	65
Manguera de 1/2" de 20m	M	20	0,48	9,6
Material de aseo protección industrial	U	1	150	150
Transporte				25
Total				4.301,6

Fuente: Asociación de ganaderos caprinos
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Equipo de riego

El sistema de riego es para 4 hectáreas regará los cultivos de plátano, maíz, pasto puntero y frejol gandul, tendrá su distanciamiento apropiado para cada tipo de siembra. Este sistema consta de acoples móviles en cada tubos de PVC de 90 mm, que servirán para el transporte del agua, tubos de 63 mm que serán utilizados para los ramales de los cultivos; los anillos de goma, codos, lubricantes para los anillos, pegamento de tubo PVC para las uniones, además este veinte unidades de

manguera de riego, el pilón, teflón, para que el sistema no sufra roturas de presión del agua.

CUADRO N° 63 Equipo de riego

MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Tuberías PVC, DN=63mm	U	16	15	240
Anillo de goma x63mm	U	5	0,9	4,5
Tuberías PVC, DN=90mm	U	20	15	300
Anillo de goma x90mm	U	20	1,3	26
Codo PVC 90° x63 mm	U	12	4,7	56,4
Lubricantes de anillos para PVC	litros	1	23,4	23,4
Manguera PEx16mmx100	U	10	1,45	14,5
Conector inicial + empaque	U	10	2,23	22,3
Pilón de 1/2"	U	2	25	50
Cinta teflón	U	8	0,6	4,8
Collarín PE x 90 mm (abrazaderas)	U	2	7,83	15,66
Válvula de aire x1"	U	1	14,8	14,8
Unión simple	U	2	16	32
Tapón PVC x90 mm	U	2	0,27	0,54
Válvula de bola con unión universal de 2"	U	2	4	8
Tapón PVC rosca x90mm	U	1	0,56	0,56
Conector de manguera cinta 16mm	U	20	1,25	25
Aspersores 3.5 m3/h	U	112	1,67	187,04
Llave de compuerta	U	1	56,87	56,87
Transporte				25
Subtotal				1.107,37
Imprevisto (5%)				55,3685
Total				1.162,74

Fuente: Asociación de ganaderos caprinos
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Instalaciones eléctricas

Las instalaciones eléctricas serán ubicadas en el departamento administrativo, equipo de procesamiento cárnico, bomba de agua y corrales.

CUADRO N° 64 Instalaciones eléctricas

MATERIALES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Abrazaderas de 1/2 galvanizada	25	0,25	6,25
Alambre N° 12 rollo 100 m	2	45	90
Boquillas	1	0,25	0,25
Breaker 15 A	5	5,2	26
Breaker 20-30 A	5	10	50
Caja cuadrada	4	0,48	1,92
Caja octogonal	10	0,35	3,5
Cintas aislantes	3	1	3
Codos plásticos 1" PVC	7	0,5	3,5
Disyuntor	1	3,5	3,5
Focos 20w	2	0,5	1
Interruptores sobrepuestos	5	4,5	22,5
Panel (120 -220)	1	16,9	16,9
Tornillo 1/2"	20	0,1	2
Tubos plásticos 1" PVC	5	1,25	6,25
Tubos plásticos 1/2" PVC	7	8	56
Conector de manguera cinta 16mm	20	1,25	25
TOTAL			317,57

Fuente: Asociación de ganaderos caprinos
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Materiales de oficina

Para las oficinas administrativas se utilizaran materiales que son necesarios para el desempeño de la explotación caprina, cada uno de estos materiales son indispensable para el desenvolvimiento administrativo.

CUADRO N° 65 Materiales de oficina

CANTIDAD	MATERIALES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
5	Resmas de papel A4 75g	3,5	17,5
2	Cajas de bolígrafos	2	4
2	Cajas de lápiz H y borrador	1,5	3
1	Grapadora	1	1
2	Sellos	7	14
1	Almohadillas	3	3
1	Perforadora	9	9
10	Sillas	6	60
1	Escritorios	120	120
1	Archiveros de 6 cajones	89	89
3	Marcador	1	3
1	Cinta Masking	0,8	0,8
SUBTOTAL			324,3
IMPREVISTA (5%)			16,22
TOTAL			340,52

Fuente: Asociación de ganaderos caprinos
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Bodega de insumos

Es necesario construir una bodega que servirá para colocar los diferentes insumos agrícolas y pecuarios, se debe evitar la contaminación cruzada entre productos. Su estructura será de madera con techo de zinc de ondas pequeñas por ser más económicos para su uso y su costo será \$1934,19

Costo de formación de una hectárea de pasto puntero

En la formación de una hectárea de pasto puntero se necesitará dos kilogramos por hectárea de semillas, este cultivo estará establecido antes de la llegada de los animales evitando con ello los escases de alimentos. A este cultivo se ha de abonar con DAP (Densidad atmosférica promedio), sulfato de amonio, sulfato de potasio, por ser suelos con tendencia a la salinidad, de esta forma se evitará que las plantas estén cloróticas, a su vez se tendrá que realizar un control de malezas, en una hectárea se realizará en forma manual arrancando las malezas o cortándolas, evitando que éstas alcancen mayor altura que el cultivo y a su vez estas sean hospederas de plagas y enfermedades.

Costos de producción de maíz y frejol de una hectárea

Para la preparación de la dieta de los animales estarán los cultivos asociados de maíz y frejol gandul, serán sembrados en una hectárea los dos cultivos ya que estos aportan carbohidratos y proteínas necesarias para la nutrición en la producción de cabras. El follaje del frejol en cantidad reúne más proteína y también es una fuente de alimento para los animales. Para optimizar los recursos se lo preparará a un costado de los corrales para después dado al ganado. Su costo será de \$1000,00

Costo de mantenimiento de cabras y machos.

El proyecto para la asociación comenzará con 10 machos reproductores y 200 cabras considerando animales gestados y no gestados siendo el promedio de reproducción 2 partos al año por animal, de esa se mantendrá de esta forma durante los 5 años, estas deben ser alimentadas para responder cualquier pérdida de reserva del cuerpo en el desarrollo del feto esto será al primer año. Por la edad de estos animales se considera su ración alimenticia del 2,6% de materia seca con respecto a su peso vivo, con el porcentaje de humedad del pasto del 18%, además del 15% de proteína cruda se obtiene 12 Tm de pasto verde, se tiene un peso

promedio por animal de 25 kg el consumo diario por animal es de 3.02 kg., la ración diaria por animal es de 13,84 kg, el consumo del hato es de 3323.076.

CUADRO N° 66 Costo de mantenimiento de cabras y machos por año

CANTIDAD	CONCEPTO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
4984,5	kg. Dieta elaborada incluida la sal	0,38	1894,11
3	Yodo	12,5	37,5
5	Frasco (Lapecef 300 ml)	7	35
4	Frasco Desparasitantes (100ml)	5,3	21,2
1	Frasco Vigantol AD,E (500ML)	23,5	23,5
1	Triple 250 dosis	11,32	11,32
1	Ibermec (500ml)	15,25	15,25
2	Aftosa	10	20
SUBTOTAL			2057,88
IMPREVISTO (10%)			308,682
TOTAL			2.366,562

Fuente: Asociación de ganaderos caprinos
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Costo de mantenimiento de cabritos

El mantenimiento de 210 cabras jóvenes será cada seis meses, las cuales se consideraran hembras y machos de engorde y descarte como también hembras reproductoras y selección de machos, el propósito es criar cabras estabuladas con fines de producción cárnica, por lo que estos animales no estarán sueltos y alimentación será en corrales, se tomará en cuenta que solo las dos primeras semanas se les dará lacto emplazantes se ahí se destetaran.

CUADRO N° 67 Costo de mantenimiento de cabritos

CANTIDAD	CONCEPTO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
3240	kg. Dieta elaborada incluida la sal	0,38	1231,2
3	Yodo	12,5	37,5
4	Saco de lacto reemplazante Agrillact	47,35	189,4
4	Frasco (Lapecef 300 ml)	7	28
2	Frasco Desparasitantes (100ml)	5,3	10,6
1	Frasco Vigantol AD,E (500ML)	23,5	23,5
1	Triple 250 dosis	11,32	11,32
1	Ibermec (500ml)	15,25	15,25
2	Aftosa	10	20
SUBTOTAL			1.566,77
IMPREVISTO (10%)			235,0155
TOTAL			1.801,7855

Fuente: Asociación de ganaderos caprinos
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Gastos administrativos

Los gastos administrativos se generaran por la intervención del técnico de preferencia Tecnólogo Agropecuario, se encargará del manejo y venta de la producción caprina tendrá un sueldo mensual de 400, también existirá una persona encargada de llevar la contabilidad de la asociación este puede ser un bachiller y ganará \$200 mensuales, habrá un trabajadores permanentes con un sueldo también con el sueldo básico con los beneficios de la ley, el guardián vigilará permanentemente y su sueldo será el básico. Se contratará a un chofer para el transporte de la carne de cabra e insumos agrícolas y su sueldo será de 250,00.

CUADRO N° 68 Gastos administrativos

CONCEPTO	CANTIDAD	SUELDO MES	MESES	TOTAL ANUAL
1	Administrador	400	12	4.800
1	Tesorero	340	12	4.080
1	Trabajadores permanentes	340	12	4.080
1	Conductor	340	12	4.080
1	Guardias	250	12	3.000
	Total	1.670		18.040

Fuente: Asociación de ganaderos caprinos
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

CUADRO N° 69 Beneficios sociales

CONCEPTO	CANTIDAD	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	TOTAL ANUAL
1	Administrador	400	400	800
1	Tesorero	340	340	680
1	Trabajadores permanentes	340	340	680
1	Conductor	340	340	680
1	Guardias	250	250	500
TOTAL				3.340

Fuente: Asociación de ganaderos caprinos
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Costos fijos

Dentro de los costos fijos está renta de la tierra, considerando la ubicación donde se va a implementar la instalación caprina, el costo para el primer año es de \$495,00 con un incremento del 3%. El mantenimiento de las mejoras territoriales, construcciones, instalaciones, maquinarias y equipos los valores son aceptables de

cada uno de ellos y son estables para los cinco años. Las depreciaciones estarán basadas de acuerdo a la vida útil de cada bien y del uso adecuado, los servicios básicos tendrán un costo de \$180,00 anuales, el servicio de internet que servirá para mantener comunicado y actualizado con los precios del mercado y a la vez realizar transacciones facilitando el trabajo, en la hacienda el costo será de 264,00, los costos serán para cinco años como lo indica el siguiente cuadro:

CUADRO N° 70 Costos fijos

Concepto	Años				
	1	2	3	4	5
1. Renta de tierra (0,03)	\$ 495,00	\$ 509,85	\$ 525,15	\$ 540,90	\$ 557,13
2. Mantenimiento					
2.1 Mejoras territoriales (5%)	\$ 1.615,00	\$ 1.695,75	\$ 1.780,54	\$ 1.869,56	\$ 1.963,04
2.2Mantenimiento de construcciones e instalaciones (5%)	\$ 1.737,93	\$ 1.824,83	\$ 1.916,07	\$ 2.011,87	\$ 2.112,46
2.3. Maquinarias y equipos (5%)	\$ 371,68	\$ 369,60	\$ 369,60	\$ 369,60	\$ 369,60
2.4 Oficinas (5%)	\$ 340,55	\$ 357,58	\$ 375,46	\$ 394,23	\$ 413,94
Subtotal de mantenimiento	\$ 4.065,16	\$ 4.247,76	\$ 4.441,66	\$ 4.645,27	\$ 4.859,05
3. Depreciaciones					
3.1 Vivienda para guardian	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00
3.2. Bodega de insumos agropecuarios	\$ 193,41	\$ 193,41	\$ 193,41	\$ 193,41	\$ 193,41
3.3 Procesamiento cárnico	\$ 116,27	\$ 116,27	\$ 116,27	\$ 116,27	\$ 116,27
3.4 Establos 10 años	\$ 771,80	\$ 771,80	\$ 771,80	\$ 771,80	\$ 771,80
3.5 Equipo de riego	\$ 726,41	\$ 726,41	\$ 726,41	\$ 726,41	\$ 726,41
3.6 Picadora	\$ 343,00	\$ 343,00	\$ 343,00	\$ 343,00	\$ 343,00
3.7 Computadora	\$ 166,67	\$ 166,67	\$ 166,67	\$ 166,67	\$ 166,67
3.8 Muebles de oficina	\$ 68,10	\$ 68,10	\$ 68,10	\$ 68,10	\$ 68,10
3.9 Vehículo	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00
Subtotal de depreciaciones	\$ 3.855,66	\$ 3.855,66	\$ 3.855,66	\$ 3.855,66	\$ 3.855,66
Servicios básicos	\$ 180,00	\$ 189,00	\$ 198,45	\$ 208,37	\$ 218,79
Servicio de internet	\$ 264,00	\$ 277,20	\$ 22.661,10	\$ 22.661,10	\$ 22.661,10
Total	\$ 8.859,82	\$ 9.079,47	\$ 31.682,02	\$ 31.911,30	\$ 32.151,73

Fuente: Asociación de ganaderos caprinos

Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Gastos operacionales

En los gastos operacionales se registrarán todos los gastos que se realizarán mientras dure el proyecto. Aquí ingresarán los gastos de mantenimiento de los

cultivos del segundo y quinto año y los animales desde el primer año al igual que los cabritos. Las construcciones e instalaciones, maquinarias y equipos, de la misma manera el vehículo estará desde el inicio de la producción incluyendo las depreciaciones, los servicios básicos internet y combustible constarán desde su inicio y son fijos para los cinco años.

CUADRO N° 71 Gastos operacionales

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Pastos					
Mantenimiento de 1 hect. De maíz y frej	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Mantenimiento de siembra de plátano	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Mantenimiento de siembra de pasto puntero	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
Animales					
Mantenimiento de reproductoras	\$ 1.150,00	\$ 1.150,00	\$ 1.150,00	\$ 1.150,00	\$ 1.150,00
Mantenimiento de cabritos	\$ 1.801,79	\$ 1.801,79	\$ 1.801,79	\$ 1.801,79	\$ 1.801,79
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos y salarios	\$ 23.380,00	\$ 23.380,00	\$ 23.380,00	\$ 23.380,00	\$ 23.380,00
CONSTRUCCIÓN E INSTALACIONES					
Mantenimiento	\$ 1.737,93	\$ 1.737,93	\$ 1.737,93	\$ 1.737,93	\$ 1.737,93
MAQUINARIA Y EQUIPO					
Mantenimiento	\$ 371,68	\$ 371,68	\$ 371,68	\$ 371,68	\$ 371,68
DEPRECIACIONES	\$ 3.855,66	\$ 3.855,66	\$ 3.855,66	\$ 3.855,66	\$ 3.855,66
Servicios básicos (0,05)	\$ 180,00	\$ 189,00	\$ 198,45	\$ 208,37	\$ 218,79
Servicio Internet (0,05)	\$ 264,00	\$ 277,20	\$ 22.661,10	\$ 22.661,10	\$ 22.661,10
Combustible (0,05)	\$ 1.325,00	\$ 1.391,25	\$ 1.460,81	\$ 1.533,85	\$ 1.610,55
TOTAL	\$ 38.066,06	\$ 38.154,51	\$ 60.617,42	\$ 60.700,39	\$ 60.787,50

Fuente: Asociación de ganaderos caprinos.
Elaborado: Daycy Flores Rodríguez

CUADRO N° 72 Inversión

CANT/UNID.	DESCRIPCIÓN	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
	Mejoras territoriales		1.615
25	Rollos de alambres	38,2	955
1000	Estacas	0,5	500
40	Grapas libra	1,5	60
20	Cerca perímetro	5	100
	Ganado caprino		
200	Cabras	35	7.000
20	Machos reproductores Anglo nubian	100	2.000
	Mantenimiento de cabras y machos		1.150
	Siembra de maíz y frejol 1 héct.		1.000
	Siembra de plátanos 1 héct.		1.200
	Siembra de pasto puntero 1 héct.		1.800
	Subtotal de materias primas		14.150
	Construcción e instalaciones		0
	Vivienda para guardián		700
	Corrales		7.717,98
	Instalaciones eléctricas		444,74
	Área de procesamiento cárnico (7x5 m2)		1.162,74
	Bodegas para insumos agropecuarios (5x4m2)		1.934,09
	Oficinas administrativas (5x6m2)		522,4
	Muebles de oficina		340,52
	Útiles de oficina		150
	Vehículo		7.000
	Subtotal de construcción e instalaciones		19.972,46
	Maquinarias y equipos		
	Equipo de riego con 60m3/h 8.8 hp tubo de 3" 76 psi		3.632,04
	Frigorífico de 4 bandejas de 3mm de espesor, electrónico		1.100
	Sierra de acero inoxidable de 3700 rpm para cortar carne y hueso		1.200
	Empacadora de plato laminado de 36x450x385 mm		660
	Instrumental veterinario		300
	Computadora, depósito de internet		500
	Subtotal maquinarias y equipos		7.392,04
	TOTAL DE INVERSIONE S		43.129,50

Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Financiamiento

Para poner en marcha el proyecto se ha estimado que se requiere inversiones de \$43.129,50 de los cuales 10583,6 serán destinados como aporte de los ganaderos caprinos directamente de las ventas y que corresponde al 10% de las inversiones totales y el 90% cuya cuantificación es de \$ 32545,9 será gestionada en las instituciones financieras

CUADRO N° 73 Fuente de financiamiento

FUENTES	FINANCIAMIENTO	PORCENTA.
Banco	\$ 32.545,90	0,90
Ganaderos	\$ 10.583,60	0,10
Inversión	\$ 43.129,50	100,00%

Fuente: Asociación de ganaderos caprinos
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

En el sistema bancario ecuatoriano la tasa de interés percibe fluctuaciones entre el 5% y 6% ya sean para cuentas de ahorro y certificados a plazo. La tasa percibida es decir los que cobran las instituciones financieras por prestar sus dineros, oscilan entre las 12% y 13% para las actividades productivas, entonces para el cálculo de la (TMAR), tasa marginal atractiva de retorno asociado al costo de oportunidades de capital de participación empresarial y recursos propios.

CUADRO N° 74 Ponderación del costo de capital

	APORTACIÓN	TMAR	PONDERACIÓN
Banco	0,9	12%	10,80
Ganaderos	0,1	6%	0,60
Tasa de descuento			11,40

Fuente: Asociación de ganaderos caprinos
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Flujo de caja

El flujo de caja consta de los ingresos y egresos durante los cinco años que se proyecta la asociación.

En los ingresos estarán las ventas de carne, el aporte empresarial de los ganaderos caprinos y el crédito al banco. Los egresos corresponden a las inversiones debido a la implementación de la finca.

CUADRO N° 75 Ingreso por el proyecto

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Venta de la carne a libras por \$2	\$ 86.240,00	\$ 90.552,00	\$ 95.079,60	\$ 99.833,58	\$ 104.825,26
Venta de cueros a \$7,85	\$ 4.396,00	\$ 4.615,80	\$ 4.846,59	\$ 5.088,92	\$ 5.343,37
Total ingreso	\$ 90.636,00	\$ 95.167,80	\$ 99.926,19	\$ 104.922,50	\$ 110.168,62
Crédito a largo plazo	\$ 1.200,00				
Aporte empresarial	\$ 14.000,00				
TOTAL	\$ 105.836,00	\$ 95.167,80	\$ 99.926,19	\$ 104.922,50	\$ 110.168,62

Fuente: Asociación de ganaderos caprinos
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

CUADRO N° 76 Amortización de la deuda

AÑOS	CAPITAL INICIAL	AMORTIZACIÓN	INTERESES	CUOTA ANUAL	CAPITAL REDUCIDO
0					\$ 32.545,90
1	\$ 32.545,90	\$ 6.509,18	\$ 3.905,51	\$ 10.414,69	\$ 26.036,72
2	\$ 26.036,72	\$ 6.509,18	\$ 3.124,41	\$ 9.633,59	\$ 19.527,54
3	\$ 19.527,54	\$ 6.509,18	\$ 2.343,30	\$ 8.852,48	\$ 13.018,36
4	\$ 13.018,36	\$ 6.509,18	\$ 1.562,20	\$ 8.071,38	\$ 6.509,18
5	\$ 6.509,18	\$ 6.509,18	\$ 781,10	\$ 7.290,28	\$ 0,00

Fuente: Asociación de ganaderos caprinos
Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

CUADRO N° 77 Flujo de cajas

	AÑOS				
	1	2	3	4	5
INGRESOS					
Ventas de productos	\$ 105.836,00	\$ 95.167,80	\$ 99.926,19	\$ 104.922,50	\$ 110.168,62
TOTAL INGRESOS	\$ 105.836,00	\$ 95.167,80	\$ 99.926,19	\$ 104.922,50	\$ 110.168,62
EGRESOS					
Inversiones	\$ 43.129,50				
GASTOS OPERACIONALES	\$ 38.066,06	\$ 38.154,51	\$ 60.617,42	\$ 60.700,39	\$ 60.787,50
Servicio de la deuda					
Amortización	\$ 6.509,18	\$ 8.146,00	\$ 8.146,00	\$ 8.146,00	\$ 8.146,00
Intereses	\$ 3.905,51	\$ 3.124,41	\$ 2.343,30	\$ 1.562,20	\$ 781,10
TOTAL EGRESOS	\$ 91.610,25	\$ 49.424,92	\$ 71.106,73	\$ 70.408,59	\$ 69.714,60
Flujo operativo	\$ 14.225,75	\$ 45.742,88	\$ 28.819,46	\$ 34.513,91	\$ 40.454,03

Fuente: Asociación de ganaderos caprinos

Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Flujo de efectivo

Los siguientes datos están dados por los ingresos de la venta de carne y cuero de cabra, a la vez los egresos considerando el flujo de cajas, inversiones para el primer año, gastos operacionales y servicio de la deuda incluyendo amortización e intereses.

CUADRO N° 78 Flujo de efectivo

		1	2	3	4	5
Inversión inicial	-\$ 43.129,50					
Ingresos		\$ 90.636,00	\$ 95.167,80	\$ 99.926,19	\$ 104.922,50	\$ 110.168,62
Costo de venta		\$ 18.127,20	\$ 13.323,49	\$ 13.989,67	\$ 14.689,15	\$ 15.423,61
Margen de contribución		\$ 72.508,80	\$ 81.844,31	\$ 85.936,52	\$ 90.233,35	\$ 94.745,02
Gastos						
Operacionales		\$ 38.066,06	\$ 38.154,51	\$ 60.617,42	\$ 60.700,39	\$ 60.787,50
Utilidad antes de depreciación y amort.		\$ 34.442,74	\$ 43.689,80	\$ 25.319,10	\$ 29.532,96	\$ 33.957,52
Depreciación		\$ 4.197,85	\$ 4.197,85	\$ 4.197,85	\$ 4.197,85	\$ 4.197,85
Amortización		\$ 6.509,18	\$ 3.124,41	\$ 2.343,30	\$ 1.562,20	\$ 781,10
Utilidad desp. de depreciación y amort.		\$ 23.735,71	\$ 36.367,54	\$ 18.777,95	\$ 23.772,91	\$ 28.978,57
-15% participación a trabajadores		\$ 3.560,36	\$ 5.455,13	\$ 2.816,69	\$ 3.565,94	\$ 4.346,79
Utilidad desp. de participación a trab.		\$ 20.175,36	\$ 30.912,41	\$ 15.961,26	\$ 20.206,98	\$ 24.631,79
Ir		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Utilidad después de Ir		\$ 20.175,36	\$ 30.912,41	\$ 15.961,26	\$ 20.206,98	\$ 24.631,79
Depreciación		\$ 4.197,85	\$ 4.197,85	\$ 4.197,85	\$ 4.197,85	\$ 4.197,85
Amortización		\$ 6.509,18	\$ 3.124,41	\$ 2.343,30	\$ 1.562,20	\$ 781,10
Flujo operativo		\$ 30.882,38	\$ 38.234,67	\$ 22.502,41	\$ 25.967,03	\$ 29.610,73
Capital de trabajo 10%		\$ 9.063,60	\$ 9.516,78	\$ 9.992,62	\$ 10.492,25	\$ 11.016,86
Flujo operacional	-\$ 43.129,50	\$ 21.818,78	\$ 28.717,89	\$ 12.509,79	\$ 15.474,78	\$ 18.593,87

Fuente: Asociación de ganaderos caprinos

Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

CUADRO N° 79 Determinación Del Van

AÑOS	VAN		TASA DE DESCUENTO			
1	18128,89					
2	23247,22		11,40%			
3	24558,24					
4	25941,05					
5	27399,26					
suma	119274,66		VAN			
			\$ 85.584,79	-43129,5	\$ 42.455,29	proyecto aceptado

Fuente: Asociación de ganaderos caprinos

Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

CUADRO N° 80 Determinación de la Tasa interna de retorno

	TIR	
0	-43129,5	
1	18128,89	
2	23247,22	
3	24558,24	
4	25941,05	
5	27399,26	
		43%

Fuente: Asociación ganaderos caprinos

Elaborado por: Daycy Flores Rodríguez

Conclusiones

- En la comuna Manantial de Colonche existe actividad pecuaria y comercial por varias familias quienes durante varios años trabajaron de forma individual lo cual les generó pocos ingresos; el formar parte del proyecto asociativo les permitirá obtener diversos beneficios, se solucionarán los problemas como pequeños productores y se logrará mejorar el poder de negociación y rentabilidad del negocio.

- La propuesta de asociatividad permitirá mejorar la competitividad de los ganaderos caprinos dedicados a la producción y comercialización de carne de cabra, a la vez se definirán a través de las siguientes etapas, formalización e integración del grupo, promoción, selección, desarrollo del proyecto asociativo e inicio de operaciones; asimismo contará con líderes encargados del cumplimiento de los objetivos propuestos.

- La asociatividad permitirá contar con estructura organizacional con las respectivas funciones de los responsables, a la vez posee elementos estratégicos tales como misión, visión, filosofía, valores y objetivos acompañados de las debidas herramientas que generarán estrategias, marketing entre otras lo cual formando mayor direccionamiento empresarial.

- Con la asociatividad los ganaderos caprinos recibirán capacitaciones de instituciones públicas y privadas, y acceso a financiamiento de varios sectores, además permitirá mejorar la calidad de los productos a precios módicos, brindando buen servicio, asimismo se pretende desarrollar la credibilidad entre productores, proveedores y consumidores al momento de recibir el producto.

- La asociatividad de los ganaderos caprinos se convertirá en un mecanismo de desarrollo sustentable; en donde recibirán el aporte de Instituciones Educativas, por ende la UPSE a través de sus estudiantes se vincula con la comunidad dando énfasis a lo que dice la LOES, a la vez PNBV está fomentando el desarrollo de la matriz productiva en sectores microempresariales y asociaciones impulsando el mayor valor agregado en la producción nacional, fortaleciendo las industrias estratégicas en los encadenamientos productivos; por ende el Estado recalca que todos los organismos deben trabajar conjuntamente para el progreso de los pueblos.

Recomendaciones

- Este trabajo demuestra que los ganaderos caprinos de la comuna Manantial de Colonche deberán trabajar de acuerdo a los lineamientos propuestos, creando un modelo económico que sirva de guía para las generaciones, fomentando el desarrollo productivo y comercial en la provincia acompañados de la capacitación continua, desarrollo de programas y proyectos en beneficios de la asociación.

- Optimizar la productividad de los ganaderos a través del entrenamiento permanente al talento humano para mejorar la educación, la experiencia, los niveles de aspiraciones, compromiso laboral, liderazgo y motivación hacia al trabajo, dando como resultado mejores niveles de competitividad lo cual garantizará mayor confiabilidad en los clientes.

- Se recomienda que otros estudiantes tanto de instituciones públicas y privadas realicen planes estratégicos, planes de negocio y estudios de mercado exhaustivos para conocer las nuevas tendencias en gustos y preferencias, y de esta manera emprender en nuevos tipos de productos y logrando el crecimiento organizacional, y de esta forma tomar decisiones a través de datos obtenido, permitiendo generar mayores ingresos y satisfacción de los clientes.

- Concienciar a los asociados que para el desarrollo del negocio necesita el apoyo de entidades financieras las mismas otorgan créditos a intereses bajos, y con ello comenzar las operaciones de forma estructurada como organización empresarial, lo cual permitirá el progreso del sector capricultor, creando disciplina de ahorro y responsabilidad financiera.

- Es indispensable crear una mayor disciplina organizacional en relación con las responsabilidades individuales de los miembros de una sociedad y mejorar la capacidad de producir y distribuir de manera estandarizada. El plan de asociatividad permitirá además aprovechar las oportunidades de mercado, es así que mediante el estudio realizado se pudo observar que el proyecto demuestra una adecuada factibilidad, lo que nos indica que las probabilidades de éxito son altas para que esta pueda generar recursos económicos suficientes que les permitan mantenerse y crecer a través del tiempo.

BIBLIOGRAFÍA

- ACUÑA, M. (2006). Trabajo en Equipo.
- ALBERT, M. J. (2007). Metodología cuantitativa de la investigación: El proceso de la investigación. España: McGraw Hill.
- ÁLVAREZ, C. E. (2006). Metodología: Diseño y desarrollo del proceso de la investigación. Bogotá: Limusa.
- ARELLANO, E. E. (2012). Ecuador con superficie agrícola. El Agro.
- ARIMANY, L. (2010). La cadena de Valor.
- ARRIBAS, J. R. (s.f.). Espacios Sociales de Participación.
- ASAMBLEA Nacional , D. (Mayo de 2011). Ley de Economía popular y solidaria y su reglamento. Ley de Economía popular y solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario. Quito, Pichincha, Ecuador: Ministerio de Inclusión Económica y Social .
- ASAMBLEA NACIONAL DEL ECUADOR. (2008). Constitución del Ecuador. QUITO-ECUADOR.
- ASAMBLEA Nacional del, E. (24 de Junio de 2013). Plan Nacional Para el Buen Vivir. Plan Nacional Para el Buen Vivir. Quito, Pichincha, Ecuador: Secretaría General de Planificación y Desarrollo.
- BELTRÁN Jaramillo, J. (2007). Indicadores de gestión: Herramientas para lograr la competitividad. Colombia: 3R Edotores.
- BOTANICAL-Online.com. (s.f.). <http://www.botanical-online.com>. Recuperado el 24 de Febrero de 2014, de <http://www.botanical-online.com>: <http://www.botanical-online.com/animales/cabra.htm>
- CASTELLANO. (2002). Producción pecuariade rumiantes. Barcelona: Alfa Omega.
- CEPAL, N. U. (2006). Definiendo la competitividad.
- CODINA, A. (2006). Trabajo En Equipo.
- COLOMBO, M. A. (2003). El Congreso de Administración Pública.
- CORNEJO, M. J. (2012). Etapas En El Desarrollo De Un Equipo De Trabajo. Plantilla Ethereal .

- DAVID, F. (2008). *Conceptos De Administración Estratégica*. México: Pearson Educación.
- DIAZ, B. B. (2007). *Planeación Estratégica*. MEDELLÍN-COLOMBIA.
- DIÓMENES. (2010). *Competitividad, ¿Cómo Ser Más Competitivos?* España.
- FERNÁNDEZ, J. C. (2009). *Productividad Y Desarrollo Humano* .
- FRACANZANI. (2004). *Cría Y Animales De Granja*. Barcelona: Ceac.
- FRANCO, J. (2009). *Asociatividad Empresarial Y Apropiación De La Cadena Productiva*.
- FREDDY, Z. (2010). *Productor De Caprinos Del Cantón Zapotillo*.
- GALLEGOS Sánchez, C. G. (07 de Noviembre de 2005). *La Cabra. Manejo de cría de cabras*, 4. Puebla, Puebla, San Luis Potosí, Tabasco, Veracruz, Córdoba, Mexico.
- GALLEGOS Sánchez, J., GERMÁN Alarcón, C. G., & CAMACHO Ronquillo , J. (07 de Noviembre de 2005). *La Cabra. Manejo de Crías de Cabra*. SAN Luis., Puebla, México.
- GASTÓN Arriagada Rodríguez. Recuperado el 3 de diciembre 2013
- Granda, N. E. (01 de Diciembre de 2013). www.seps.gob.ec. Recuperado el 15 de Septiembre de 2013, de www.seps.gob.ec: www.seps.gob.ec/c/document_library/get_file?uuid=835ac674-be18-4642-a635-9ebafd804325&groupId=10157
- HERNÁNDEZ. (2000). *¿Qué Es La Competitividad?* Mexico.
- IDALBERTO, C. (2011). *Planificación Estratégica*.
- Iguera, M. (2010). *Asociatividad en Pymes.*, (pág. 3).
- J, F. C. (2009). *Asociatividad Empresarial camino a la competitividad*.
- LEÓN, D. L. (2008). *Trabajo En Equipo La Verdadera Historia* .
- MARTÍNEZ, J. (2009). *Trabajo en Equipo*.
- Michael Porter, H. y. (2006). *Administración*. México: Pearson Education.
- MIÑO, M. (2013). *Management*.
- Mónica G. Lindo, Adriana M. Martínez. (noviembre de 2001). <http://www.fcecon.unr.edu.ar/investigacion/jornadas/archivos/liendoasociativ01.pdf>. Recuperado el 21 de mayo de 2013, de

- <http://www.fcecon.unr.edu.ar/investigacion/jornadas/archivos/liendoasociativ01.pdf>: <http://www.fcecon.unr.edu.ar>
- ASAMBLEA Nacional, A. (2011). Ley de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero popular y solidario. Quito, Pichincha, Ecuador: Ministerio de Inclusión, Económica y Social.
- PARRINI. (2009). Capra Ibex, Mammalian Species.
- PORTER, M. (2005). Claves para una verdadera competitividad.
- PORTER, M. (2005). Técnicas para el análisis de los sectores Industriales Y De Competencia. Cecsca.
- PORTER, M. (2006). Fuerzas Competitivas. En M. Porter, Estrategia Competitiva (Pág. 83).
- PORTER, M. (2006). Ventajas Competitivas. México: Continental.
- Rmindiola. (10 de Enero de 2012). <http://www.slideshare.net>. Recuperado el 23 de Febrero de 2014, de <http://www.slideshare.net>: <http://www.slideshare.net/rmindiola/presentacin-cabras-razas1>
- ROJAS, P., & SEPÚLVEDA, S. (25 de ABRIL de 2005). ¿Qué Es La Competitividad? Mexico.
- Rosales, F. A. (2007). “La asociatividad como estrategia de fortalecimiento de las Pymes. Caracas.
- SANTOS, A. P. (2008). Planificación Estratégica. En A. P. Santos.
- SCHEINSOHN, D. (2011). El Poder Y La Acción A Través De Comunicación Estratégica. Buenos Aires: Granica S.A.
- STRICKLAND, T. Y. (2009). Administración Estratégica. México
- TALACÓN Ponce, H. (2007). Matriz FODA. En T. P.H., Una alternativa para realizar diagnóstico y determinar estrategias (pág. 16).
- TALACÓN, H. P. (2006). Contribuciones A La Economía. Universidad Tecnológica de El Salvador . (21 de Octubre de 2006). <http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/auprides/16870/capitulo%201.pdf>. Recuperado el 12 de julio de 2013, de

<http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/auprides/16870/capitulo%201.pdf>:

<http://biblioteca.utec.edu.sv/>

VIDAL. (2009). Estudio De La Cadena Productiva De Caprinos En El Bosque Seco De Loja.

WEIRICH, K. (2004). Proceso Y Etapas En La Formación De Equipos.

Nedgrafía

<http://www.agricultura.gob.ec/>

<http://biblioteca.espe.edu.ec/upload/2008.pdf>

www.bce.fin.ec/

<http://www.fcecon.unr.edu.ar/investigacion/jornadas/archivos/liendoasociativ01.pdf>

www.hoy.com.ec/.../la-produccion-caprina-un-negocio-que-se-fortalece-

<http://www.expreso.ec>

www.economiasolidaria.org/.../Ley de la economia popular y solidaria

www.buenvivir.gob.ec

ANEXO N° 1 Formato de socios fundadores en EPS

“LAS CABRITAS DE LAS CHACRAS”,

Anexo N° 1 Formato de socios fundadores en EPS
“LAS CABRITAS DE LAS CHACRAS”- MANANTIAL DE COLONCHE

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	OCUPACIÓN	CÉDULA	APORTE INICIAL	FIRMA
1	MAGALLÁN TOMALÁ DARIO	AGRICULTOR	0908852643	\$60,00	<i>Dario Magallán</i>
2	FLORES TOMALÁ JUAN	AGRICULTOR	0913272811	\$60,00	<i>Juan Flores</i>
3	CACAO JULIO ANTONIO	AGRICULTOR	0901573196	\$60,00	<i>Julio A cacao</i>
4	FLORES TOMALÁ ROSA AURORA	QUEHACERES	0906449368	\$60,00	<i>Rosa Flores</i>
5	CACAO RAMÍREZ FÉLIX IGNACIO	AGRICULTOR	0900484139	\$60,00	<i>Felix Cacao</i>
6	MAGALLÁN TOMALÁ GERÓNIMO	JORNALERO	0901281527	\$60,00	<i>Gerónimo Magallán</i>
7	CARLOS CACAO BERTHA	PROFESOR	0921263836	\$60,00	<i>Bertha Carlo Cacao</i>
8	CATUTO CATUTO JACINTO ELENO	AGRICULTOR	0913600523	\$60,00	<i>Jacinto Catoto Catuto</i>
9	FLORES FLORES ELÍAS JAVIER	JORNALERO	0921495157	\$60,00	<i>Elias Flores</i>
10	FLORES RODRÍGUEZ JOSÉ ANTONIO	QUEHACERES	0920937257	\$60,00	<i>José Flores</i>
11	MAGALLÁN F. EVELYN SELENA	ESTUDIANTE	2450177744	\$60,00	<i>Selena</i>
12	FLORES RODRÍGUEZ CARLOS	AGRICULTOR	0913642625	\$60,00	<i>Carlos Flores R</i>
13	GONZABAY AURELIO B.	AGRICULTOR	0912987244	\$60,00	<i>Aurelio B. Gonzabay</i>
14	FLORES RODRÍGUEZ MONICA LORENA	AGRICULTORA	0916853062	\$60,00	<i>Monica Rodriguez</i>
15	MAGALLÁN TOMALÁ ROXANA INÉS	QUEHACERES	0926126749	\$60,00	<i>Roxana Magallán I</i>
16	FLORES F. VICTOR PASCUAL	AGRICULTOR	0901233502	\$60,00	<i>Victor Flores</i>
17	POZO TOMALÁ NELSON	AGRICULTOR	0921241527	\$60,00	<i>Nelson Melbun Pozo</i>
18	TOMALÁ CARLO DANILO	AGRICULTOR	0934847585	\$60,00	<i>Danielo Tomalá</i>
19	MAGALLÁN RODRÍGUEZ MARCIA	AGRICULTORA	0922157565	\$60,00	<i>Marcia Magallán</i>
20	MAGALLÁN TOMALÁ CATALINA	QUEHACERES	0987654311	\$60,00	<i>Catalina Magallán</i>
	TOTAL			\$1200,00	

Yo, SELENA MAGALLÁN FLORES, en mi calidad de SECRETARIA PROVISIONAL de la ASOCIACIÓN “LAS CABRITAS DE LAS CHACRAS”, domiciliada en la Parroquia COLONCHE, del Cantón SANTA ELENA, de la Provincia de Santa Elena CERTIFICO, que la presente nómina de socios fundadores es fiel copia de la original, conforme consta en el libro de actas de la organización. LO DECLARO Y CERTIFICO, en el libro a los 16 días del mes de enero del año 2014.

Selena
SECRETARIA PROVISIONAL DE LA ASOCIACIÓN “LAS CABRITAS DE LAS CHACRAS”
 CI: 2450177744

ANEXO N° 2 Solicitud de constitución



Salinas, _____

Señor
Superintendente de Economía Popular y Solidaria
Presente.-

De mi consideración:

Yo, Carlos Flores Rodríguez, portador de la cédula de identidad No 0913642625, en mi calidad de Presidente Provisional, comparezco ante usted y solicito iniciar el trámite de constitución de la ASOCIACIÓN DE “LAS CABRITAS DE LAS CHACRAS”, que operará en la Parroquia COLONCHE, del Cantón SANTA ELENA, de la Provincia Santa Elena, Según consta en el Acta de Constitución y demás documentos que se adjuntan.

Para futuras notificaciones registro como domicilio la siguiente dirección: COMUNA MANANTIAL DE COLONCHE, BARRIO SANTUARIO, FRENTE A LA CASA COMUNAL.

Atentamente,

Firma
C.I. 0913642625

ANEXO N° 3 Certificación Del Secretario Provisional De La Asociación

Yo, **Evelyn Selena Magallán Flores** en mi calidad de **SECRETARIA** provisional de la **ASOCIACION DE "LAS CABRITAS DE LAS CHACRAS"**, domiciliada en la Parroquia **COLONCHE**, Cantón **SANTA ELENA** de la Provincia de **Santa Elena**, de la República del Ecuador en cumplimiento de mis funciones de acreditar la veracidad de los actos y documentos que reposan en el archivo de la asociación, que se encuentra a mi cargo, **DECLARO Y CERTIFICO:**

1. Que la **ASAMBLEA CONSTITUTIVA**, fue realizada el día **16 DE NOVIEMBRE DE 2013**, en la cual se aprobó lo siguiente:

- El constituir y administrar el funcionamiento de la **ASOCIACION DE "LAS CABRITAS DE LAS CHACRAS"**,
- Designar en calidad de directorio provisional a las siguientes personas:

PRESIDENTE: CARLOS HONORIO FLORES RODRÍGUEZ
SECRETARIO: EVELYN SELENA MAGALLÁN FLORES
TESORERA: BERTHA CARLOS CACAO

- La organización asociativa se denominara **ASOCIACION DE "LAS CABRITAS DE LAS CHACRAS"**,

La Superintendencia podrá, en cualquier momento, podrá verificar el cumplimiento de los requisitos contemplados en la Ley y su Reglamento General, y en caso de incumplimiento, se aplicarán las sanciones correspondientes.

Que tengo pleno conocimiento de la responsabilidad civil y penal en que puedo incurrir en caso de comprobarse falsedad en mis declaraciones, por inconsistencias con los documentos que reposan en el archivo a mi cargo, o por inexistencia de dichos documentos.

Ratificándome en el contenido de la presente **DECLARACIÓN**, la suscribo con la firma y rúbrica que uso en todos mis actos públicos y privados, que me comprometo a reconocer, en caso necesario o a requerimiento de autoridad.

LO **DECLARO Y CERTIFICO**, en la parroquia **COLONCHE** cantón **SANTA ELENA** a los **16** días del mes de **NOVIEMBRE** del año **2013**


EVELYN SELENA MAGALLÁN
SECRETARIA PROVISIONAL DE LA ASOCIACIÓN "LAS CABRITAS DE LAS CHACRAS"

ANEXO N° 4 Estatutos Según EPS

ESTATUTO DE LA ASOCIACIÓN DE " LAS CABRITAS DE LAS CHACRAS "

TÍTULO PRIMERO GENERALIDADES Y PRINCIPIOS

Artículo 1.- CONSTITUCIÓN: Se constituye la Asociación Las Cabritas de las Chacras que se registrará por la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario y del Sector Financiero Popular y Solidario, su Reglamento General, las Resoluciones de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria y del ente regulador, el presente Estatuto, los Reglamentos Internos y las normas jurídicas que le fueren aplicables, en razón de su actividad.

Artículo 2.-DOMICILIO, RESPONSABILIDAD Y DURACIÓN: El domicilio principal de la Asociación será la Parroquia **Colonche**, del Cantón Santa Elena, de la Provincia SANTA ELENA; pudiendo ejercer su actividad en cualquier parte del territorio nacional, previa autorización de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. La asociación será de duración indefinida, y responsabilidad limitada a su capital social, por tanto, la responsabilidad de sus asociados estará limitada al capital que aporten a la entidad.

Artículo 3.- OBJETO SOCIAL: La Asociación tendrá como objeto principal es consolidar mecanismos de producción, comercialización de servicios de alimentación, para entidades públicas y privadas que coadyuven al desarrollo social, económico y cultural.

Para su cumplimiento podrá efectuar especialmente las siguientes actividades.

1. Adquirir, arrendar, enajenar, administrar, preñar o hipotecar bienes inmuebles;
2. Importar maquinaria, vehículos, equipos, materia prima, insumos y similares, destinados al cumplimiento de su objeto social;
3. Exportar la producción de sus asociados preservando la soberanía alimentaria;
4. Propender al mejoramiento social de sus miembros, mediante la comercialización de los productos o servicios desarrollados por ellos;

5. Propender a la eficiencia de las actividades económicas de sus asociados, fomentando el uso de técnicas y tecnologías innovadoras y amigables con el medio ambiente;
6. Suscribir convenios de cooperación técnica y capacitación con organismos gubernamentales y no gubernamentales, nacionales y/o extranjeros, para el fortalecimiento de las capacidades de sus asociados; y,
7. Promover la integración con organizaciones afines o complementarias, procurando el beneficio colectivo;

TITULO SEGUNDO DE LOS ASOCIADOS

Artículo. 4.- ASOCIADOS: Son miembros de la Asociación, las personas naturales legalmente capaces, con actividades relacionadas con el objeto social establecido en el artículo 3 del presente Estatuto, aceptadas por la Junta Directiva, previo el cumplimiento de los requisitos y procedimientos específicos que constarán en el Reglamento Interno.

Artículo. 5.- OBLIGACIONES Y DERECHOS DE LOS ASOCIADOS: Son obligaciones y derechos de los asociados, además de los establecidos en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y su Reglamento General, los siguientes:

1. Intervenir en las Juntas Generales con voz y voto, pudiendo elegir y ser elegidos para los cargos directivos, previo el cumplimiento de los requisitos previstos en el presente estatuto y en su Reglamento Interno;
2. Ser beneficiarios de los programas de capacitación, asistencia técnica y de los servicios que ofrezca la Asociación;
3. Utilizar responsablemente los bienes y servicios comunes;
4. Cumplir las disposiciones legales, reglamentarias, los estatutos sociales y la normativa interna que rigen a la Asociación;
5. Cancelar los aportes de capital no reembolsable y las cuotas ordinarias y extraordinarias que sean fijadas por la Junta General o la Junta Directiva;
6. Desempeñar las obligaciones inherentes al cargo para el que hayan sido designados;
7. Contribuir con su comportamiento al buen nombre y prestigio de la Asociación;

8. No incurrir en competencia desleal en los términos dispuestos en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y su Reglamento;
9. No utilizar a la organización para evadir o eludir obligaciones tributarias propias o de terceros, o para realizar actividades ilícitas;
10. Los demás que consten en el Reglamento Interno.

Artículo 6.- PÉRDIDA DE LA CALIDAD DE ASOCIADO: La calidad de asociado se pierde por retiro voluntario, exclusión o fallecimiento.

Artículo 7.- RETIRO VOLUNTARIO: El asociado podrá solicitar a la Junta Directiva, en cualquier tiempo, su retiro voluntario. En caso de falta de pronunciamiento por parte de la Junta Directiva, la solicitud de retiro voluntario surtirá efecto transcurridos 30 días desde su presentación.

Artículo 8.- EXCLUSIÓN: La exclusión del asociado será resuelta por la Junta Directiva de conformidad con las causas y el procedimiento establecidos en el Reglamento Interno. La exclusión será susceptible de apelación ante la Junta General en última y definitiva instancia.

TÍTULO TERCERO ORGANIZACIÓN Y GOBIERNO

Artículo 9.- ESTRUCTURA INTERNA: El gobierno, dirección, administración y control interno de la Asociación, se ejercerá por medio de los siguientes organismos:

1. Junta General;
2. Junta Directiva;
3. Junta de Vigilancia; y;
4. Administrador.

DE LA JUNTA GENERAL

Artículo 10.- La Junta General es la máxima autoridad de la Asociación, estará integrada por todos los asociados, quienes tendrán derecho a un solo voto. Sus

decisiones serán obligatorias para los órganos internos y sus asociados, siempre que estas decisiones no sean contrarias a la ley, al reglamento o su estatuto social.

Artículo 11.-ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA GENERAL

1. Aprobar y reformar el Estatuto Social y el Reglamento Interno;
2. Elegir y remover a los miembros de las Juntas Directiva y de Vigilancia y al Administrador, con el voto secreto de más de la mitad de sus integrantes;
3. Fijar las cuotas de admisión, ordinarias y extraordinarias que tendrán el carácter de no reembolsables;
4. Resolver las apelaciones presentadas por los asociados sancionados por la Junta Directiva;
5. Aprobar los estados financieros y el balance social de la asociación;
6. Aprobar o rechazar los informes de la Junta Directiva, Junta de Vigilancia y Administrador;
7. Aprobar el plan estratégico y el plan operativo anual, con sus presupuestos, presentados por la Junta Directiva;
8. Resolver la transformación, fusión, disolución y liquidación, de la Asociación en Junta General extraordinaria con el voto de las dos terceras partes de los asociados;

Artículo 12.- CLASES Y PROCEDIMIENTO DE JUNTAS GENERALES: Las Juntas Generales serán ordinarias y extraordinarias y su convocatoria, quórum y normas de procedimiento parlamentario, constarán en el Reglamento Interno de la Asociación. En la convocatoria constará por lo menos: lugar, fecha, hora de la Junta y el orden del día.

DE LA JUNTA DIRECTIVA

Artículo 13.- La Junta Directiva estará integrada por el Presidente, el Secretario y 3 Vocales elegidos en votación secreta por la Junta General, previo cumplimiento de los requisitos que constarán en el Reglamento Interno de la Asociación. Los miembros de la

Junta Directiva durarán 2 años en sus funciones y podrán ser reelegidos por una sola vez consecutiva. Cuando concluyan su segundo período inmediato, no podrán ser elegidos para ningún cargo directivo hasta después de 2 años.

Artículo 14.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA DIRECTIVA: Son atribuciones y deberes de la Junta Directiva:

1. Dictar las normas de funcionamiento y operación de la Asociación;
2. Aceptar o rechazar las solicitudes de ingreso o retiro de asociados;
3. Autorizar la celebración de contratos en los que intervenga la Asociación, hasta por el 30% del presupuesto anual;
4. Sancionar a los socios de acuerdo con las causas y el procedimiento establecidos en el Reglamento Interno;
5. Aprobar los programas de educación, capacitación y bienestar social de la Asociación, con sus respectivos presupuestos;
6. Presentar, para aprobación de la Junta General, los estados financieros, balance social y su informe de labores;
7. Elaborar el proyecto de reformas al Estatuto y someterlo a consideración y aprobación de la Junta General.

DE LA JUNTA DE VIGILANCIA

Artículo 15.- La Junta de Vigilancia supervisará las actividades económicas y el cumplimiento de las resoluciones de la Junta General y la Junta Directiva. Estará integrada por 3 vocales principales y sus respectivos suplentes, elegidos en votación secreta por la Junta General, previo cumplimiento de los requisitos constantes en el Reglamento Interno. Los miembros de la Junta Vigilancia durarán 2 años en sus funciones y podrán ser reelegidos por una sola vez consecutiva. Cuando concluyan su segundo período inmediato, no podrán ser elegidos para ningún cargo directivo hasta después de 2 años.

Artículo 16.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA DE VIGILANCIA: Son atribuciones y deberes de la Junta de Vigilancia:

1. Supervisar los gastos económicos que realice la Asociación;
2. Vigilar que la contabilidad se encuentre al día y debidamente sustentada;
3. Conocer el informe administrativo, los estados financieros y el balance social presentados por el Administrador;
4. Presentar su Informe anual de labores a la Junta General.

DEL PRESIDENTE

Artículo 17.-ATRIBUCIONES: El Presidente de la Junta Directiva presidirá también la Asociación y la Junta General. Durará 2 años en sus funciones, pudiendo ser reelegido por una sola vez, mientras mantenga la calidad de vocal de la Junta Directiva; y, además de las atribuciones propias de la naturaleza de su cargo, tendrá las siguientes;

1. Convocar y presidir las juntas generales y sesiones de junta directiva;
2. Firmar, conjuntamente con el Secretario, la documentación de la Asociación y las actas de las sesiones;
3. Presidir todos los actos oficiales y protocolarios de la Asociación;
4. Cumplir y hacer cumplir el Estatuto, Reglamento Interno y demás disposiciones emitidas por la Junta General y la Junta Directiva.

DEL SECRETARIO

Artículo 18.- FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES: El Secretario de la Asociación, además de las funciones y responsabilidades propias de la naturaleza de su cargo, tendrá las siguientes:

1. Elaborar las actas de las sesiones de Junta General y Junta Directiva, responsabilizándose por su contenido y conservación;
2. Firmar, conjuntamente con el Presidente, la documentación de la Asociación y las actas de las sesiones;
3. Certificar y dar fe de la veracidad de los actos, resoluciones y de los documentos institucionales, previa autorización del Presidente;

4. Cumplir las obligaciones relacionadas con la recepción, conocimiento y despacho de la correspondencia de la Asociación;
5. Custodiar y conservar ordenadamente el archivo;
6. Entregar a los asociados, previa autorización del Presidente, la información que esté a su cargo y que le sea requerida;
7. Notificar las resoluciones;
8. Llevar el registro actualizado de la nómina de asociados, con sus datos personales.

DEL ADMINISTRADOR

Artículo 19.- FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES: El Administrador será elegido por la Junta General, por un período de 2 años y además de las atribuciones propias de la naturaleza de su cargo, tendrá las siguientes:

1. Representar legalmente a la Asociación;
2. Cumplir y hacer cumplir a los asociados, las disposiciones emitidas por las Juntas General y Directiva;
3. Administrar la asociación, ejecutando las políticas, planes, proyectos y presupuestos debidamente aprobados;
4. Presentar el informe administrativo, los estados financieros y el balance social para conocimiento de la Junta de Vigilancia y aprobación de la Junta General;

TÍTULO CUARTO RÉGIMEN ECONÓMICO

Artículo 20.- CAPITAL SOCIAL: El capital social de la Asociación estará constituido por:

1. Las cuotas de admisión, ordinarias y extraordinarias, que tienen el carácter de no reembolsables;

2. La totalidad de las utilidades y excedentes del ejercicio económico una vez cumplidas las obligaciones legales; y,

3. Las donaciones efectuadas a su favor que, en caso de disolución, no podrán ser objeto de reparto entre los asociados. La Junta General determinará, la organización pública o privada, sin fin de lucro, que será beneficiaria de estos bienes y que tendrá como objeto social una actividad relacionada con el sector economía popular y solidaria.

Art.21.- CONTABILIDAD Y BALANCES: La Asociación aplicará las normas contables establecidas en el catálogo Único de Cuentas emitido por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. Los estados financieros y balance social anuales serán aprobados dentro de los primeros noventa días de cada año por la Junta General.

TÍTULO QUINTO DE LA TRANSFORMACIÓN, FUSIÓN, DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

Artículo 22.- TRANSFORMACIÓN: La Asociación podrá transformarse en cooperativa por decisión de las dos terceras partes de los asociados tomada en Junta General convocada para ese efecto y con aprobación de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria; o, por disposición de esta Superintendencia, cuando haya superado los niveles de activos, ventas y número de asociados para mantener la condición de Asociación.

Artículo 23.- FUSIÓN: La Asociación podrá fusionarse con otra u otras de actividad similar, por decisión tomada por las dos terceras partes de los asociados en la Junta General convocada especialmente para este efecto y con aprobación de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

Art 24.- DISOLUCIÓN y LIQUIDACIÓN: La Asociación se disolverá y liquidará por voluntad de sus integrantes, expresada con el voto secreto de las dos terceras partes de los asociados, en Junta General convocada especialmente para el efecto; y, por resolución de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, de acuerdo con las causales establecidas en la Ley y su Reglamento.

DISPOSICIONES GENERALES

PRIMERA.- Se entienden incorporadas al presente estatuto y formando parte del mismo, las disposiciones de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, su Reglamento General, las dictadas por el ente regulador y la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

SEGUNDA. - Los conflictos que surgieren al interior de la Asociación serán resueltos según los mecanismos establecidos en el Reglamento Interno que deberá incluir como instancia de resolución, la presentación ante un Centro de Mediación debidamente autorizado y calificado por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, antes del ejercicio de las acciones administrativas o judiciales que sean pertinentes.

TERCERA.- Los directivos, asociados y administrador de la Asociación, brindarán, obligatoriamente, las facilidades necesarias para la realización de inspecciones, supervisiones, exámenes especiales, auditorías y entregarán la información que fuere requerida por la Superintendencia, caso contrario, serán de su responsabilidad, las sanciones que pudieran imponerse a la asociación

CERTIFICACIÓN.- En mi calidad de Secretaria de la **ASOCIACIÓN LAS CABRITAS DE LAS CHACRAS.**, CERTIFICO que el presente Estatuto, fue realizado conforme a lo establecido en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, y aprobado en Asamblea General, efectuada el 30 DE NOVIEMBRE DEL 2013 conforme consta en el Libro de Actas, al que me remito en caso de ser necesario. Lo certifico, en la parroquia COLONCHE a los 30 días del mes de NOVIEMBRE del año 2013.


.....

FIRMA

SECRETARIA

ANEXO N° 5 Plan De Acción

Problema Principal.- Muchos habitantes viviendo en condiciones de carencia en la Comuna Manantial de Colonche dedicados a la crianza empírica de animales caprinos.			
Fin del proyecto: Diseñar un Plan de Asociatividad para los ganaderos caprinos dedicados a la producción y comercialización de carne de cabras, para fortalecer el desarrollo de la competitividad.		Indicadores: ➤ Base de datos de comuneros dedicados a la producción y comercialización de carnes y cuero de cabras. ➤ Número de Entrevistas y encuestas a comuneros y habitantes de la comuna Manantial de Colonche.	
Propósito del proyecto: Implementar la Asociatividad mediante un enfoque participativo como estrategia para mejorar la producción y comercialización de carne y cuero de cabras.		Indicador ➤ Números de personas que desean asociarse para formar parte de esta perspectiva participativa.	
Objetivos específicos	Indicador	Estrategias	Actividades
Efectuar el proceso asociativo entre ganaderos caprinos de la comuna Manantial de Colonche	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Identificación de actores ➤ Sensibilidad de los actores. ➤ Investigación de mercado para determinar a los comuneros que deseen asociarse. 	Estrategia de apertura	-Determinar las herramientas necesarias para recopilación de información.
		-Integrar a comuneros dedicados a la producción y comercialización de carne y cuero de cabras.	-Seleccionar a las personas que formaran parte de la Asociatividad.
		-Contribuir a la reducción de costos de asociarse e incrementar el capital social entre los comuneros productores.	-Realizar los trámites correspondientes para formar la asociatividad.
			-Definir el número de comuneros asociarse.
Generar confianza en los ganaderos caprinos al adquirir productos e insumos para la asociación.	<ul style="list-style-type: none"> -Investigar quienes son los proveedores locales de insumos para la producción de cabras. -Investigar los mercados de mayor concurrencia en la provincia para la promoción y venta de los productos. -Investigación y desarrollo de líneas de producción caprina. 	Estrategia de crecimiento y refuerzo. <ul style="list-style-type: none"> -Obtener un producto de calidad cada seis meses con la posibilidad de incursionar al mercado provincial. -Apertura de los puntos de distribución de los productos a nivel local y provincial mediante proceso asociativo. -Realizar convenios con proveedores para obtener mejor rentabilidad en la distribución de los productos a través de una Asociatividad. -Diseñar un plan de marketing para obtener nuevos clientes dentro de la provincia. -Mejorar el hato de las cabras para mejorar la producción de la carne estableciendo proceso de control. 	<ul style="list-style-type: none"> -Realizar convenios con los productores agrícolas cercanos para obtener alimentación para las cabras. -Efectuar alianza con tercenas, restaurantes, centro comerciales para la venta de carne de cabras. -Realizar un plan de marketing. -Realizar convenios con propietarios de locales comerciales en zonas estratégicas dentro de la provincia -Diseñar el proceso de control de calidad -Visitar a los proveedores locales -Aplicar nuevas técnicas en la producción de cabras (faenamamiento)

PLAN DE ACCIÓN

Objetivos específicos	Indicador	Estrategias	Actividades
<p>Renovar la infraestructura de los galpones, y la sala de reuniones creando un ambiente laboral y acogedor para los integrantes de la asociación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Adquisición de tecnología para el mejoramiento del proceso. -Identificación del personal preparado o con experiencia para el manejo adecuado de las cabras. -Análisis de las nuevas técnicas de producción aplicadas en el mercado. 	<p>Estrategia de respuesta.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Distribuir un producto de calidad a través de la mejora continua de la producción y comercialización de la carne de cabra. -Elegir un equipo de trabajo para una mejor distribución del producto. -Diseñar un programa para mejorar los costos de producción. 	<ul style="list-style-type: none"> -Adquisición de maquinarias adecuadas para el proceso de elaboración. -Comercialización en grupo. -Disminución de costos. -designar equipos de trabajo para una distribución exitosa. <p>Implementar un programa para mejorar los costos de producción.</p>
<p>Establecer y mantener relaciones interinstitucionales con entidades públicas y privadas para el mejoramiento de la competitividad de los ganaderos caprinos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Solucionar y concienciar a los ganaderos caprinos de los beneficios en relación de los costos al momento de asociarse. -Productos existentes en el mercado. -Encuestas a los futuros clientes. -Entidades públicas y privadas de financiamiento. 	<p>Estrategia de repliegue.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Contribuir a la reducción de costo, el Asociarse incrementar el capital social entre ganaderos caprinos, con el fin de mejorar el proceso de distribución de la carne y cuero de cabra -Conseguir financiamiento asociativo, para fortalecer la asociatividad y continuar en el mercado logrando el desarrollo colectivo entre los asociados y sembrando beneficios en la organización. 	<ul style="list-style-type: none"> -Producción y comercialización de carne de cabra en el mercado. -Implementar un programa de sistema de gestión financiera. -Ampliación de la línea de diferentes cortes para la carne de cabra. -Acceder a financiamiento que otorgan las entidades financieras públicas y privadas. -Participar en programas del Estado que ayudan a la productividad.

Anexo N° 6 Formato de encuesta



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



BUENOS DÍAS AMIGO, SOY DAYCY FLORES RODRÍGUEZ ESTUDIANTE DE LA CARRERA DE INGENIERÍA EN DESARROLLO EMPRESARIAL Y ME ENCUENTRO REALIZANDO UNA ENCUESTA PARA REALIZAR MI TRABAJO DE TITULACIÓN.

INSTRUCCIONES

LEA DETENIDAMENTE CADA UNA DE LAS PREGUNTAS Y MARQUE CON UNA (X).

INFORMACIÓN GENERAL

GÉNERO:

HOMBRE _____

MUJER _____

EN QUE RANGO DE EDAD SE ENCUENTRA

18-25 _____

26-32 _____

39-46 _____

47 EN ADELANTE _____

CONDICIÓN DEL INFORMANTE

1. DUEÑOS DE TIENDAS
2. DIREGENTE COMUNAL
3. COMERCIANTES

OBJETIVO:

CONOCER LA OPINIÓN DE LOS HABITANTES SOBRE LA ACEPTACIÓN DEL PLAN DE ASOCIATIVIDAD DE GANADEROS CAPRINOS COMO DESARROLLO COMPETITIVO DE LA COMUNIDAD.

INFORMACIÓN ESPECÍFICA

1.- ¿Considera que la unión entre habitantes es fundamental para el desarrollo de sus familias?

- a. Totalmente de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo,
- d. En desacuerdo
- e. Totalmente en desacuerdo

2.- ¿Cree usted que el trabajo en equipo es un factor primordial que permita crear confianza entre sus habitantes?

- a. Totalmente de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo,
- d. En desacuerdo
- e. Totalmente en desacuerdo

3.- ¿Considera que debe existir alguna organización dedicada a impulsar la crianza adecuada y comercialización del ganado caprino dentro de la comunidad y sus alrededores?

- a. Totalmente de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo,
- d. En desacuerdo
- e. Totalmente en desacuerdo

4.- ¿Cree usted que las personas dedicadas a la crianza de ganado caprino debe formarse correctamente para obtener un producto de calidad?

- a. Totalmente de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo,
- d. En desacuerdo
- e. Totalmente en desacuerdo

5.- ¿Considera que los ganaderos caprinos por lo general se dedican a la crianza de ganado de cabras o chivos sin esperar mayores ingresos económicos?

- a. Totalmente de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo,
- d. En desacuerdo
- e. Totalmente en desacuerdo

6.- ¿Cree usted que se debe capacitar a los dueños de las cabras constantemente para mejorar su aprendizaje con el manejo de sus crías?

- a. Totalmente de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo,
- d. En desacuerdo
- e. Totalmente en desacuerdo

7.- ¿Estaría dispuesto a participar y a brindar apoyo a proyectos en beneficio del sector ganadero caprino en la comunidad?

- a. Totalmente de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo,
- d. En desacuerdo
- e. Totalmente en desacuerdo

8.- ¿Considera que los ministerios públicos debe fomentar la producción caprina con mayor impulso en las zonas rurales?

- a. Totalmente de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo,
- d. En desacuerdo
- e. Totalmente en desacuerdo

9.- ¿Cree usted que una asociación es una oportunidad para generar ingresos a las familias y con ello mejorar la situación de vida de la comunidad?

- a. Totalmente de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo,
- d. En desacuerdo
- e. Totalmente en desacuerdo

10.- ¿Considera que los habitantes de la comuna Manantial de Colonche estarían dispuestos en formar una Asociación de ganaderos caprinos?

11.- ¿En caso de formarse una Asociación de ganaderos caprinos estaría dispuesto a apoyarla?

- a. Totalmente de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo,
- d. En desacuerdo
- e. Totalmente en desacuerdo

MUCHAS GRACIAS

ANEXO N° 7 Formato de entrevistas

Instrumento dirigido a ganaderos caprinos orientados a conocer el nivel de aceptación sobre la propuesta de asociatividad del sector capricultor en la comuna Manantial de Colonche.

Objetivo.- Recaudar información sobre la Conformación de la Asociatividad en la Comuna Manantial de Colonche para el mejoramiento de la competitividad.

INSTRUCTIVO

Sírvase a marcar con una X una sola alternativa según su elección, recuerde que de sus respuestas depende el éxito de nuestro estudio.

Información General

Condición del informante

Género: Hombre Mujer

1. De las siguientes opciones cual considera la más idónea según la frase:

“Yo hago lo que usted no puede, y usted hace lo que yo no puedo. Juntos podemos hacer grandes cosas” Madre Teresa de Calcuta

- a. Participar en actividad
- b. Colaborar económicamente
- c. Trabajo en conjunto
- d. Apoyo con interés
- e. Contribución

2. ¿Qué es para usted trabajar en equipo?

- a. Intercambiar opiniones respetando las ideas de los demás
- b. Es más gratificante por ser participe del trabajo bien hecho
- c. Existe un mayor conocimiento e información
- d. Grupo de personas trabajando de manera coordinada en la ejecución de un proyecto.
- e. Dividir el trabajo y multiplicar los resultados

3. ¿Qué es un plan?

- a. Es un proyecto o una intención
- b. Es un documento que describe a un negocio
- c. Es algo ordenado
- d. Es una herramienta que permite realizar un trabajo
- e. Es el resultado de una idea

4. ¿Ha participado en la elaboración de un plan?

- a. Siempre
- b. A menudo
- c. Rara vez
- d. Casi nunca
- e. Nunca

5. ¿Cree usted que las personas deben trabajar de acuerdo a una planificación?

- a. Siempre
- b. A menudo
- c. Rara vez
- d. Casi nunca
- e. Nunca

6. ¿Ha participado en asociaciones?

- a. Siempre
- b. Casi siempre
- c. Rara vez
- d. Casi nunca
- e. Nunca

7. ¿Conoce sobre los beneficios que traen estos grupos?

- a. Si
- b. No
- c. No lo se

8. ¿Formando parte de una Asociación los costos de sus productos bajaría de precio?

- a. Siempre
- b. A menudo
- c. Rara vez
- d. Casi nunca
- e. Nunca

9. ¿Conoce sobre el apoyo que brindan los gobiernos a las asociaciones?

- a. Si
- b. No
- c. No lo se

10. ¿Considera que trabajar en conjunto mejorará la capacidad de negociación de sus productos?

- a. Si
- b. No
- c. No lo se

11. Qué es para usted competir?

- a. Es una lucha sin fin
- b. Es Ser mejores sin importar los otros negocios
- c. Es aliarse para brindar servicio de calidad

12. ¿De qué forma observa que los moradores compitan en sus negocios?

- a. Realizando ofertas
- b. Bajando los precios de sus productos
- c. Descuentos especiales
- d. Ninguno de las anteriores

13. ¿Considera que la competencia ayudaría a incrementar a sus negocios?

- a. Si
- b. Tal vez
- c. Quizás
- d. No

14. ¿Cree Ud., que si su producto es de calidad puede competir con los demás?

- a. Si
- b. Tal vez
- c. Quizás
- d. No

15. ¿Considera que si las personas se prepararan puedan ofrecer productos excelentes al mercado?

- a. Si
- b. Tal vez
- c. Quizás
- d. No

16. ¿Considera que es necesario conocer las necesidades de sus clientes?

- a. Siempre
- b. A menudo
- c. Rara vez
- d. Casi nunca
- e. Nunca

17. ¿Cree conveniente que todos conozcan procesos tecnológicos?

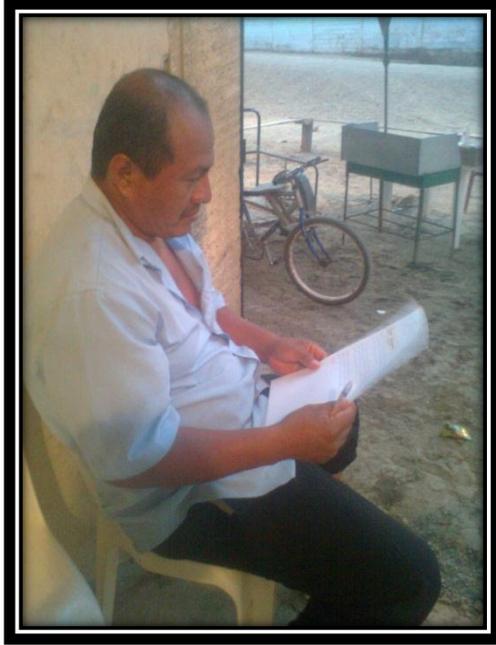
- a. Si
- b. Tal vez
- c. Quizás
- d. No

18. ¿Considera que todos los socios deben conocer los problemas del grupo o equipo al que pertenecen?

- a. Si
- b. Tal vez
- c. Quizás
- d. No

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO N° 8 ENTREVISTA EN MANANTIAL DE COLONCHE



Dirigente: Jacinto Catuto



Dirigente: Germán Cacao



ANEXO N° 9 Cabras criollas en la comuna

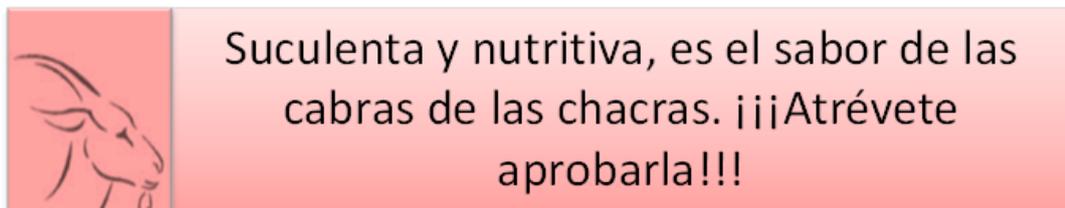


CABRAS DE LA SRA. BÁRBARA FLORES RAMÍREZ

ANEXO N° 10 Raza que se desea obtener ANGLO NUBIAN



ANEXO N° 11 Logotipo y Slogan



ANEXO N° 12 Carta al gramatólogo

CERTIFICADO DE REVISIÓN DE LA REDACCIÓN Y ORTOGRAFÍA

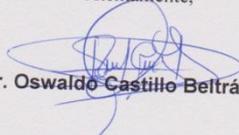
Yo, Magister. Oswaldo Flavio Castillo Beltrán. Certifico: que he revisado la redacción y ortografía del contenido, trabajo de investigación: **Propuesta de Asociatividad para los ganaderos caprinos en la comuna Manantial de Colonche, Provincia Santa Elena-Año 2013**, elaborado por la egresada, Sra. **FLORES RODRÍGUEZ DAYCY ESTELA**, previo a la obtención del título de: **INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**.

Para efecto he procedido a leer y analizar de manera profunda el estilo y la forma del contenido del texto:

- Se denota pulcritud en la escritura en todas sus partes
- La acentuación es precisa
- Se utilizan los signos de puntuación de manera acertada
- En todos los ejes temáticos se evita los vicios de dicción
- Hay concreción y exactitud en las ideas
- No incurre en errores en la utilización de las letras
- La aplicación de la Sinonimia es correcta
- Se maneja con conocimiento y precisión de la morfosintaxis
- El lenguaje es pedagógico, académico, sencillo y directo, por lo tanto es de fácil comprensión.

Por lo expuesto y en uso de mis derechos como Magister en Docencia y Gerencia en Educación Superior, recomiendo la VALIDEZ ORTOGRÁFICA de su trabajo de investigación previo a la obtención del Título de Ingeniera y deja a vuestra consideración el certificado de rigor para los efectos legales correspondientes.

Atentamente,


Dr. Oswaldo Castillo Beltrán. Mg

ANEXO N° 13 Carta Aval

COMUNA MANANTIAL DE COLONCHE

R.U.C: 0992133430001
Fundado El 12 De Mayo De 1936
Acuerdo Ministerial 37-39 Del 21 De Septiembre De 1951
Afiliada A La Federación De La Provincia De Santa Elena
Parroquia Colonche- Cantón Santa Elena-Provincia Santa Elena
e-mail: manantialdecolonche@hotmail.com

Manantial de Colonche, enero de 2013

CARTA AVAL

Por medio del presente yo Germán Evaristo Cacao Flores, con cédula de identidad N° 0901571737 en calidad de presidente de la comuna antes mencionada me comprometo a brindar información necesaria a la Sra. Daycy Estela Flores Rodríguez con cédula de identidad N° 0926676420, estudiante del último año de la carrera de Ingeniería en Desarrollo Empresarial, para su tema de tesis PROPUESTA DE ASOCIATIVIDAD PARA LOS GANADEROS CAPRINOS DE LA COMUNA MANANTIAL DE COLONCHE, PARROQUIA COLONCHE, PROVINCIA DE SANTA ELENA, la misma que trabajará en bien de nuestra comunidad



Sr. Germán Cacao Flores

PRESIDENTE

C.I.: 0901571737