



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS AGROPECUARIAS Y AGRONEGOCIOS**

**“PROPUESTA DE ASOCIATIVIDAD PARA LOS GANADEROS
DE LA COMUNA MANANTIAL DE COLONCHE, PARROQUIA
COLONCHE, CANTÓN SANTA ELENA”.**

TRABAJO DE GRADUACIÓN

Previa a la obtención del título de:

**INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
AGROPECUARIAS Y AGRONEGOCIOS**

RAMÓN ANTONIO FLORES CATUTO

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS AGROPECUARIAS Y AGRONEGOCIOS.**

**“PROPUESTA DE ASOCIATIVIDAD PARA LOS GANADEROS
DE LA COMUNA MANANTIAL DE COLONCHE, PARROQUIA
COLONCHE, CANTÓN SANTA ELENA”**

TRABAJO DE GRADUACIÓN

Previa a la obtención del título de:

**INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
AGROPECUARIAS Y AGRONEGOCIOS**

RAMÓN ANTONIO FLORES CATUTO

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Antonio Mora Alcívar, M.Sc.
DECANO DE LA FACULTAD
PRESIDENTE

Ing. Lenni Ramírez Flores, Mg.
DIRECTORA DE CARRERA

Ing. Julio Villacrez Matías, M.Sc.
PROFESOR DEL ÁREA

Lcda. Ma. Fernanda Alejandro L, MAE.
PROFESORA TUTOR

Abg. Joe Espinoza Ayala
SECRETARIO GENERAL

El contenido del presente Trabajo de Titulación es de mi responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo le pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

ÍNDICE GENERAL

PÁG.

1. INTRODUCCIÓN	1
Objetivo general.....	5
Objetivos específicos.....	5
HIPÓTESIS	6
2. REVISIÓN DE LITERATURA.....	7
2.1. ASOCIATIVIDAD.....	7
2.1.1 Estrategias de asociatividad.....	8
2.1.2 Alianzas estratégicas.....	9
2.1.3 Objetivo de la asociatividad.....	9
2.1.4 Característica de la asociatividad.....	9
2.1.5 ¿Por qué asociarse?.....	10
2.1.6 Ventaja de la asociatividad.....	10
2.1.7 Desventaja de no tener una asociatividad.....	11
2.1.8 Clave del éxito de la asociatividad.....	11
2.1.9 Causa del fracaso en la asociación.....	11
2.1.10 Modalidades de la asociatividad.....	12
2.1.11 Proceso de asociatividad.....	13
2.1.12 Descripción del proceso de asociatividad.....	14
2.1.13 Rol del estado y otras instituciones en el proceso de asociatividad.....	15
2.1.14 La asociatividad como alianza voluntaria para la competitividad.....	15
2.2 LA COMPETITIVIDAD	15
2.2.1 Definición de competitividad.....	16
2.2.2 ¿De qué depende la competitividad?.....	17
2.2.3 Objetivo de la competitividad.....	18
2.2.4 Importancia de la competitividad.....	18
2.2.5 Modelo competitivo de MICHAEL PORTER.....	18
2.2.6 Las cinco fuerzas de Michael Porter.....	19
2.2.6.1 Amenazas de entrada de nuevos competidores.....	19
2.2.6.2 Amenaza de posibles productos sustitutos.....	20

2.2.6.3 Poder de negociación de los proveedores.	20
2.2.6.4 Poder de negociación de los clientes.	20
2.2.6.5 Rivalidad entre competidores existentes.	21
2.2.7 Ventajas competitivas	21
2.2.8 Estrategias competitivas.....	21
2.2.9 Formulación de una estrategia competitiva	22
2.3 COMERCIALIZACIÓN	22
2.3.1 Canales de comercialización	22
2.3.2 Clasificación de los canales de comercialización.....	23
2.3.3 Componente de un canal de distribución.	24
2.4 MANEJO TÉCNICO DE GANADO BOVINO	24
2.4.1 Buenas prácticas pecuarias.....	25
2.4.2 Manejo y cría del ganado bovino.	25
2.4.2.1 Controles de salud del ganado bovino.	25
2.4.3 Reconocimiento del comportamiento del animal saludable.	25
2.4.4 Categorización de los animales de reemplazo.....	26
2.4.5 Principales enfermedades del ganado bovino.	26
2.5 MARCO REFERENCIAL.....	29
2.5.1. Comuna Manantial de Colonche.	29
2.5.2 Reseña histórica de la comuna Manantial de Colonche.	30
2.5.3. Aspectos generales de la comuna.	32
2.5.3.1. Vías y medios de comunicación.	32
2.5.4. Servicios Básicos.....	32
2.5.4.1. Agua.....	32
2.5.4.2. Energía eléctrica.	32
2.5.5. Aspectos culturales.	32
2.5.5.1. Costumbres y tradiciones.	32
2.5.5.2. Festividades locales	33
2.5.5.3. Tradiciones	33
2.5.5.4. Actividades de los habitantes	33
2.5.6. Estructuras Administrativas.	34

2.5.6.1. Organigrama de la comuna Manantial de Colonche.....	34
2.5.7. Aspectos políticos.....	35
2.6 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	36
2.6.1 Objetivo del milenium.....	36
2.6.2 Constitución de la República del Ecuador (2008).....	36
2.6.3 Objetivos del Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017.....	37
2.6.4 Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario. LOEPS.....	39
3. MATERIALES Y MÉTODOS.....	41
3.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	41
3.1.1 Investigación Descriptiva.-	41
3.1.2 Investigación de Campo.-	41
3.1.3 Investigación Bibliográfica.-	42
3.2 MÉTODOS DE INVESTIGACION.....	42
3.3 VARIABLES	42
3.3.1 Variable independiente.....	42
3.3.2 Variable dependiente	42
3.4 TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	45
3.3.1. Observación.-	45
3.3.2. Entrevista.-	45
3.3.3 Encuesta.-	45
3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	45
3.4.1 Población.....	45
3.4.2 Muestra.....	46
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	48
4.1 ENCUESTA.....	48
4.1.1 Introducción.....	48
4.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA	63
4.2.1 Introducción	63
4.2.2 Análisis de la entrevista ejecutados a funcionarios públicos del MAGAP y Agrocalidad.....	64

4.3 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN.....	67
4.3.1 Resultados de la observación	67
5. PROPUESTA DE ASOCIATIVIDAD PARA LOS GANADEROS DE LA COMUNA MANANTIAL DE COLONCHE, PARROQUIA COLONCHE, CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2015.	69
5.1 PRESENTACIÓN.....	69
5.2 ASPECTOS BÁSICOS.....	70
5.2.1. Justificación e importancia.....	70
5.2.2. Objetivos de la propuesta.....	71
5.2.2.1. Objetivo general de la propuesta	71
5.2.2.2. Objetivo Específicos de la propuesta.....	71
5.2.3. Operatividad de la propuesta.....	71
5.3. ADMINISTRACIÓN DE ASOCIATIVIDAD PARA LOS GANADEROS BOVINOS DE LA COMUNA MANANTIAL DE COLONCHE.	74
5.3.1. Planificación.....	74
5.3.2. Los recursos.....	74
5.3.3 Metodología de implementación	75
5.4. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.	76
5.4.1. Fundamentos organizacionales.....	76
5.4.2 FILOSOFÍA EMPRESARIAL DE LA ASOCIACIÓN DE GANADEROS “VACHALACAS”.....	77
5.4.2.1. Filosofía.....	77
5.4.2.2 Misión	77
5.4.2.3 Visión.....	77
5.4.2.4 Valores corporativos.	77
5.4.2.5 Política de la Asociación de Ganaderos “Vachalacas”.	78
5.5 FORMALIZACIÓN LEGAL DE LA ASOCIACIÓN DE GANADEROS “VACHALACAS”.....	78
5.5.1. Requerimientos del Ministerio de Agricultura Ganadería, Acuacultura y Pesca-MAGAP.....	78
5.5.1.1 Solicitud dirigida al Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.....	80

5.5.1.2. Modelo de Acta Constitutiva aplicado a la Asociación de Ganaderos “Vachalacas”	81
5.5.1.3 Lista de fundadores, incluyendo ocupación, número de cédula, aporte inicial y firma.	83
5.5.1.4 Estatuto de la Asociación de Ganaderos “Vachalacas”.	84
5.6. PROCESO DE CONSTITUCIÓN.	94
5.7. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA ASOCIACIÓN DE GANADEROS “VACHALACAS”.	94
5.8 DESCRIPCIONES DE FUNCIONES.....	96
5.9. PLAN DE ACCIÓN DE LA ASOCIACIÓN DE GANADEROS “VACHALACAS”	97
5.10. FUNDAMENTOS ESTRATÉGICOS DE LA PROPUESTA.....	108
5.10.1. Análisis de la matriz FODA de Vachalacas.	108
5.11. FUERZAS COMPETITIVA DE VACHALACAS, SEGÚN PORTER	110
5.11.1 Análisis de las cinco fuerzas competitivas de “Vachalacas” con base al modelo de Porter	110
5.11.1.1. Amenaza de entrada de nuevos competidores.....	110
5.11.1.2. Rivalidad entre los competidores.....	111
5.11.1.3. Poder de negociación de los proveedores	111
5.11.1.4. Poder de negociación con el cliente.....	111
5.11.1.5. Ingreso de producto sustituto.....	112
5.12 ADOPCIÓN DE LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS PARA VACHALACAS.	112
5.13 FORMALIZACIÓN DE ESTRATEGIAS.	113
5.14. ESTRATEGIA DE MERCADO DE “VACHALACAS”	114
5.14.1 Productos.....	114
5.14.2. Ciclo de vida del producto.	115
5.14.3. Matriz de innovación.	115
5.15. ESTRATEGIA DE PRECIO.....	117
5.16. ESTRATEGIA DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO.....	117
5.17 CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	119

6. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO DE LA ASOCIACIÓN	
VACHALACA.	120
6.1 PLAN DE INVERSIÓN.	120
6.1.1. Inversión de activo fijo.	121
6.1.2. Inversión de Activo diferido.	123
6.1.3. Capital de trabajo.	123
6.2. PLAN DE FINANCIAMIENTO.	124
6.3 INGRESOS.	125
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	131
CONCLUSIONES.	131
RECOMENDACIONES.	132
BIBLIOGRAFÍA.	133
ANEXOS	

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Operacionalización de la variable independiente.	43
Cuadro 2. Operacionalización de la variable dependiente.	44
Cuadro 3. Población.....	46
Cuadro 4. Matriz de estrategias competitivas.	73
Cuadro 5. Socios interesados.....	83
Cuadro 6. Plan de Acción.....	97
Cuadro 7. Listados de empresas y asociaciones dedicadas la actividad ganadera.	111
Cuadro 8. Fijación de Precio.	117
Cuadro 9. Inversión Total.....	120
Cuadro 10. Activos Fijos.....	121
Cuadro 11. Inversión sede "Vachalacas"	121
Cuadro 12. Maquinaria y equipo.	122
Cuadro 13. Muebles de oficinas	122
Cuadro 14. Equipos de Oficinas	123
Cuadro 15. Activos diferidos.....	123
Cuadro 16. Capital de trabajo.	124
Cuadro 17. Fuente de financiamiento	124
Cuadro 18. Amortización del préstamo CFN.	125
Cuadro 19. Ingreso de la Asociación "Vachalacas"	126
Cuadro 20. Flujo de Proyecciones	129
Cuadro 21. Indicadores financieros	129
Cuadro 22. Punto de equilibrio venta de carne.....	130
Cuadro 23. Resultado del punto de equilibrio.	130

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Proceso de asociatividad	13
Figura 2. Las cinco fuerzas de Michael Porter	19
Figura 3. Canales de comercialización.	23
Figura 4. Control del ganado bovino.	25
Figura 5. Mapa de la parroquia Colonche.	30
Figura 6. Comuna Manantial de Colonche.....	34
Figura 7. Organigrama de la comuna Manantial de Colonche.....	34
Figura 8. Cantidad de ganado bovino que posee.....	49
Figura 9. Manejo del ganado.....	50
Figura 10. Instituciones de asesoría técnica de ganado bovino.....	51
Figura 11. Instituciones intervinientes.....	52
Figura 12. Instituciones involucradas.....	53
Figura 13. Propuesta asociativo.....	54
Figura 14. Opinión del nombre "Vachalacas".....	55
Figura 15. Conocimiento de beneficios al formar las asociaciones.....	56
Figura 16. Beneficios de ser asociados	57
Figura 17. Conocimiento de ingresos	58
Figura 18. Competencia del producto.....	59
Figura 19. Oferta de productos de calidad.	60
Figura 20. Identificación de necesidades.	61
Figura 21. Problema grupal.....	62
Figura 22. Logo de "Vachalacas".	76
Figura 23. Resumen del proceso de la Asociación de Ganaderos "Vachalacas" ..	94
Figura 24. Orgánico Funciona.....	95
Figura 25. Fuerza de PORTER.....	110
Figura 26. Etiqueta del producto	116
Figura 27. Canales de distribución	119

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cantidad de ganado bovino que posee.	49
Tabla 2. Manejo del ganado.	50
Tabla 3. Instituciones de asesoría técnica de ganado bovino.	51
Tabla 4. Instituciones intervinientes.	52
Tabla 5. Instituciones involucradas.	53
Tabla 6. Propuesta asociativo.	54
Tabla 7. Opinión del nombre “Vachalacas”	55
Tabla 8. Conocimiento de beneficios al formas las asociaciones.....	56
Tabla 9. Beneficios de ser asociados.	57
Tabla 10. Conocimiento de ingresos.....	58
Tabla 11. Competencia del producto.	59
Tabla 12. Oferta de productos de calidad.....	60
Tabla 13. Identificación de necesidades.....	61
Tabla 14. Problema grupal.	62

ÍNDICE DE ANEXOS.

- Formato 1A. Modelo de la entrevista.
- Formato 2A. Modelo de la encuesta.
- Figura 1A. Corrales si técnicas de manejo.
- Figura 2A. Abastecimiento de ganado en época de sequía.
- Figura 3A. Ganado en campo libre.
- Figura 4A. Ordeño de forma ancestral
- Figura 5A. Productores con mayor número de ganado.
- Figura 6A. Recolección de información de campo
- Figura 7A Socialización del proyecto a ganaderos
- Figura 8A Socialización del proyecto al programa PEFA
- Figura 9A. Entrevista a la encargada del PEFA
- Figura 10A. Entrevista al responsable de, Programa de erradicación de la fiebre aftosa

1. INTRODUCCIÓN

En el Ecuador existen ganaderos dedicados a la crianza y comercialización de carnes y sus derivados, las regiones de la costa y amazonía producen principalmente ganado de carne, mientras que el ganado lechero se localiza en la sierra. Dentro de la producción pecuaria nacional, la mayor explotación corresponde a la ganadería bovina de doble propósito, es decir, para la producción de carne y leche.

La actividad bovina ha mejorado su calidad mediante la importación de razas puras de Estados Unidos y Canadá para las explotaciones situadas en la zona de la sierra; en la costa, por el contrario, se ha cruzado el ganado criollo con el cebú. En conjunto, el ganado vacuno compone la especie más importante, seguido en orden de importancia por la especie porcina.

La FOOD AND AGRICULTURAL ORGANIZATION - FAO (2007) destaca a Ecuador como el segundo productor de leche (21%) y el tercero productor de carne (12%) de América Latina y Caribe.

En el III CENSO AGROPECUARIO NACIONAL - SICA (2010) muestra que Ecuador cuenta con una población aproximada de 4.5 millones de bovinos, de los cuales un 37% se encuentra en la costa; la cual está asentada en 3.35 millones de hectáreas de pasto cultivados siendo el 1,12% de pastos naturales, el 55% son de razas criollas, 43% mestizos Hostein, Friessian, Brahman, Cebuina y otros; una mínima proporción corresponde a razas puras para la línea de carne, leche y doble propósito.

De acuerdo con el MINISTERIO DE COORDINACIÓN DE LA PRODUCCIÓN, EMPLEO Y COMPETITIVIDAD - MIPRO (2011), la provincia de Santa Elena ocupa el cuarto lugar en superficie con uso agropecuario y afines de la región 5, con 171,4 mil hectáreas, lo cual equivale al 7% y el 1% del total de país.

La AGENDA DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA - ATP (2011) destaca que las unidades productivas agropecuarias en la provincia de Santa Elena tiene de 0 a 20 ha., (2.411UPA), y ocupa el 8% de la superficie con uso agropecuario (13.998 ha.), en este grupo, el tamaño promedio por finca es de 5,8 ha/UPA.

En cuanto a la producción pecuaria, predomina la ganadería bovina de doble propósito, con una alta producción de ganado criollo, pero genéticamente adaptado a las condiciones agro-ecológicas del trópico. En el caso de Santa Elena, la mayor concentración de la actividad se desarrolla en medianos productores, tanto en números de ganaderos como en números de cabezas de ganado.

La producción de ganado bovino para ceba es importante en la región 5, ya que en conjunto aporta con el 33% de la oferta nacional. Santa Elena ha venido contribuyendo entre el 2000 y 2008 con el 5,5% de la oferta de carne bovina de la región 5 ocupado el tercer lugar después de Los Ríos. La producción de carne ha evolucionado de forma sostenida, pasando de 1,294 t.m. en el año 2000 a 2.938 t.m. en el 2008. Santa Elena produjo un promedio de 2,249 t.m. de carne en este periodo.

La producción de leche en finca es menos significativa en esta región, puesto que en conjunto las cuatro provincias: Bolívar, Los Ríos, Guayas y Santa Elena, generan el 10% de la producción nacional, y en la península este rubro es poco significativo ya que aporta a la región con el 1% de producción de leche.

Incidencia de las estrategias de comercialización de ganado bovino y sus derivados, mediante la aplicación de una “propuesta de asociatividad para los ganaderos de la comuna Manantial de Colonche, parroquia Colonche, cantón Santa Elena, año 2015”.

El Ecuador es un país biodiverso lo que enriquece sus tierras, sin embargo, el desarrollo económico crece poco a poco, y en esta época la globalización exige preparación a grandes y pequeños para ser más competitivos, por esa razón sus habitantes con esfuerzo diario enfrentan diversas situaciones de la época, a través de

la historia se conoce que los ingresos han sido generados por sectores como el comercio, con importaciones y exportaciones de productos primarios, servicios, mineros, seguidos de la agricultura, ganadería, pesca y caza, y que en los últimos años han crecido considerablemente a pesar de la crisis económica global en el año 2009.

El cantón Santa Elena, ubicado en la provincia del mismo nombre, cuenta con mayor número de comunas, por ende sus pobladores viven en sectores rurales, siendo estos los más necesitados debido a la poca ayuda de las entidades gubernamentales por lo que es propicio realizar proyectos de desarrollo social dejando atrás la desigualdad y la pobreza económica.

Los comuneros poseen tierras que por lo general son muy fértiles, no solo para agricultura sino para la crianza y reproducción de ganado bovino y caprino, es por esto que no solo los hombres se dedican a la crianza de animales, sino que las mujeres también forman parte activa en el proceso. La crianza de ganado bovino en este sector es tradicional y ha crecido considerablemente, también se ha realizado mejoramiento genético comprando ganado en la provincia de Manabí, pero sin la aplicación de criterios técnicos.

Los habitantes de la comuna Manantial de Colonche obtienen sus ingresos mediante las actividades de agricultura y ganadería; crianza de aves que en su mayoría son realizadas por grupos de mujeres comunitarias, y; trabajos varios (jornalero, construcción entre otros). Esta comunidad cuenta con cuatro recintos importantes: Las Lomas, Las Palmitas, Manantial de Colonche I y Manantial de Colonche II donde influye mucho la actividad ganadera.

En la investigación realizada por la ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL – ESPOL (2005) hace referencia sobre el análisis espacial de las características económicas de las comunas de la península de Santa Elena, hace

referencia a que uno de los problemas que tienen los ganaderos del sector, es que no cuenta con una asociación legalizada, debilidad que conllevan a limitaciones como:

- Desorganización de los productores ganaderos
- Actuación individual del ganadero ante los compradores
- Escasa integración comunitaria.
- Alto costo de insumo y factores productivos.
- Productores venden su ganado sin considerar costo de producción.
- Escasez de financiamiento para el sector productivo.
- Desconocimiento de sistema de información comercial en lo referente a precios justos y pesos estandarizados.

En este marco se plantea el siguiente problema:

¿De qué manera incidirá la Asociatividad en el mejoramiento de la competitividad de los ganaderos de la comuna Manantial de Colonche, cantón Santa Elena?

A partir del problema planteado surgen los siguientes cuestionamientos:

¿Cuáles son los fundamentos teóricos acerca de la asociatividad que nos permitan identificar el objeto en estudio?

¿Cuáles son las teorías y conceptos básicos de asociatividad para el desarrollo del tema de investigación?

¿Cuáles son las estrategias metodológicas de la investigación se aplicarán para el estudio de asociatividad?

¿Cuáles son las necesidades que justifiquen crear la asociatividad ganadera en la comuna Manantial de Colonche, cantón Santa Elena?

¿Cuáles serán los beneficios que se obtendrían al implementarse la asociatividad ganadera en la comuna Manantial de Colonche?

La propuesta busca, mediante la aplicación de la teoría y los conceptos básicos de asociatividad, explicar situaciones que los ganaderos han tenido: mal manejo del ganado bovino, escasez de pequeñas y medianas agroindustrias, recursos limitados, escaso financiamiento, etc., y del entorno: forma de comercialización, producto sustitutos, competencia, etc.

La propuesta contribuirá a que los ganaderos estén a la vanguardia de las nuevas alternativas que ofrecen los mercados locales, que se inserten en la comercialización con un trabajo en equipo que les permita ser más competitivos en calidad, precio y cantidad de los productos; en definitiva, que promueva la asociatividad como una fuente de beneficios para la comunidad y el logro de los objetivos comunes para los pequeños productores ganaderos de la comuna Manantial de Colonche de la provincia de Santa Elena, y contribuir al cumplimiento con el objetivo N° 10 del Plan Nacional para el Buen Vivir, que es “Impulsar la transformación de la matriz productiva, mediante la promoción y fomentación de asociatividad, el fortalecimiento organizativo, la capacidad de negociación, la creación de redes, cadenas productivas y circuitos de comercialización, para mejorar la competitividad y reducir la intervención de los intermediarios en los mercados”. Para el efecto se plantea los siguientes objetivos:

Objetivo general.

Diseñar una propuesta de asociatividad ganadera en la comuna Manantial de Colonche, para el mejoramiento del manejo técnico del ganado bovino y de la comercialización de reses y sus derivados.

Objetivos específicos.

- Identificar teorías de asociatividad que más se acoplen a la condiciones de los ganaderos de la comuna Manantial de Colonche.

- Realizar un diagnóstico sobre la situación actual de los ganaderos de la comuna Manantial de Colonche a través de los resultados obtenidos en las técnicas e instrumentos de investigación utilizada.
- Determinar estrategias de asociatividad para el mejoramiento de la cadena productiva del sector.

HIPÓTESIS

El manejo técnico del ganado bovino y de comercialización de reses y sus derivados fortalece las estrategias de asociatividad de la comuna Manantial de Colonche.

2. REVISIÓN DE LITERATURA.

2.1. ASOCIATIVIDAD.

Según ROSALES (2004), la asociatividad es un mecanismo de cooperación entre productores, sean personas naturales o empresas micro, pequeñas y medianas, en donde cada unidad productiva participan, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda del objetivo común que determina la asociación.

El autor sostiene que la asociatividad cuenta con seis distinciones importantes que ubican con mayor precisión su significado.

- Una estrategia colectiva.
- Carácter voluntario.
- No excluye ninguna empresa por el tipo de mercado en el cual opera.
- Permite resolver problemas en conjunto manteniendo la autonomía gerencial de las empresas participantes.
- Puede adoptar diversas modalidades jurídicas u organizacionales.
- Es exclusiva para pequeñas y medianas empresas

Es una estrategia colectiva, porque las empresas se unen para solventar problemas comunes mediante las acciones voluntarias de los participantes; la asociatividad puede estar incentivada por instituciones ajenas a la empresa; como el estado o los gremios empresariales. El alto grado de autonomía de las empresas participantes hace posible que cada empresa maneje sus propios recursos y beneficios de formas diferentes, pero con la condición de que cumpla con la cuota de esfuerzos que le corresponde.

Dicha autonomía es un incentivo para las empresas y un aliento para conseguir el desarrollo en conjunto que puede ser a través de proceso, capacitación, comercialización, etc.

TAMARI (2012) refiere a la teoría de asociatividad como importantes contribuciones a los problemas, así como la combinación geométrica que facilita la toma de decisiones futuras para el grupo organizado. Además la asociatividad se lo puede interpretar como una regla de sustitución que conducen al buen funcionamiento el trabajo en equipo.

2.1.1 Estrategias de asociatividad.

NARVAEZ, FERNANDEZ Y SENIOR (2008) consideran a la asociatividad como una estrategia transversal al desafío del Estado, por generar un clima de negocio favorable. Esta estrategia deberá estar enfocada en lograr una mayor cooperación e integración entre las pequeñas empresas locales a fin de mejorar la competitividad de las cadenas productivas prioritarias para aprovechar oportunidades, solucionar problemas y acceder a servicios financieros y de desarrollo empresarial a menor costo individual. Además establecen las siguientes líneas de acción estratégicas:

- Promover un marco legal apropiado y política de apoyo a la asociatividad.
- Promover plataformas sectoriales de apoyo a la asociatividad, en el nivel nacional, regional o local.
- Promover y desarrollar proyectos de infraestructuras que beneficien e incentiven la asociatividad.
- Propiciar investigaciones orientadas a identificar las potencialidades sectoriales como país.

AMERICAN AUTOMOBILE ASSOCIATION (2013) indica que las estrategias asociativas se emplean en todos tipos de empresas de diferentes ámbitos, mediante la integración de varios usuarios, que consisten a través de aplicaciones móviles

desarrollar una arquitectura basados en el manejo y experiencia de cada uno de los usuarios para desarrollar estrategias móviles que sean más atractivos y fácil de ejecución para la aplicación cada una de la áreas de las empresas.

2.1.2 Alianzas estratégicas

REYES, GIOANNI, COMERCIO Y DESARROLLO (2007) hacen referencia a un marco jurídico o normativo, mediante el cual organizaciones trabajan de manera complementaria para lograr un objetivo común y generar importantes acuerdos o convenios, excluyentes y beneficiosos para las partes, que puede ser acuerdos o licencias, patentes y marcas; franquicias, convenios de transferencia de tecnología y asociaciones para investigación y desarrollo; acuerdo de producción, distribución y comercialización, contrato de subcontratación de procesos industriales, convenios en materia de asistencia técnica.

2.1.3 Objetivo de la asociatividad

Para GONZALES (2008) dentro de la asociatividad los objetivos son los propósitos por áreas:

- **Área financiera:** con la consecución de este objetivo se pueden obtener inversiones y compras conjuntas.
- **Área organizacional:** mediante este objetivo se pueden implementar nuevas formas administrativas e implementar nuevas estrategias.
- **Área de comercialización:** con este objetivo se pueden desarrollar investigaciones de mercado que ayudarán a la apertura de nuevos lugares de comercialización.

2.1.4 Característica de la asociatividad.

GONZALES (2008) establece las siguientes características en los modelos asociativos:

- La incorporación de las empresas será de forma voluntaria.
- No excluyen a ninguna, ni por el mercado en el cual operan, y de acuerdo al enfoque en el rubro pueden desarrollar actividades productivas.
- Se mantiene la autonomía gerencial de las empresas, puesto que cada empresa decide qué hacer con los beneficios que obtengan del proyecto.

2.1.5 ¿Por qué asociarse?

- Razones internas

Disminuir la incertidumbre, debilidades, conjugando capacidades específicas.

- Razones competitivas

Reforzar posiciones en el mercado

- Razones estratégicas

Conseguir nuevas posiciones estratégicas para el abastecimiento y/o la venta.

2.1.6 Ventaja de la asociatividad.

VEGA (2008) considera las siguientes ventajas.

- Incremento de la producción y productividad.
- Mayor poder de negociación
- Mejora el acceso a tecnologías de productos o procesos y financiamiento.
- Reducción de costo.
- Mejora de la calidad y su diseño.
- Mejora la gestión de la cadena de valor (mayor control)
- Mejora la gestión de conocimiento técnico-productivo y comercial.

2.1.7 Desventaja de no tener una asociatividad.

CENTRO DE EXPORTACIONES E INVERSIONES NICARAGUA (2010) considera las siguientes desventajas de no tener una asociatividad.

- Muchas veces el individuo no puede solicitar préstamos o créditos.
- Los pequeños ganaderos que ofrecen una limitada cantidad de productos, por lo general no reciben un buen precio por sus reses y sus derivados en el mercado local.
- La compra de insumos resulta más costoso, puesto que los vendedores no le ofrecerán un descuentos por la compra de vitaminas, vacunas para enfermedades bovinas, desparasitantes interno y externo, entre otros, y si se le ofrecen, éste será mínimo.
- Por lo regular, los ministerios de instituciones públicas y privadas ofrecen capacitaciones a grupos, no a individuos.

2.1.8 Clave del éxito de la asociatividad

VEGAS (2008) manifiesta las siguientes claves para el éxito en la formación de la asociatividad.

- Tener apoyo de grupo institucional vinculada al giro de la asociación.
- Confianza - selección de socios.
- Planificación adecuada en la asociación.
- Formular y ejecutar proyectos que ayuden a la consecución de apoyos económicos.
- Resolución de desacuerdos entre socios activos de la asociación.
- Identificar las oportunidades empresariales que nos generen el mercado.

2.1.9 Causa del fracaso en la asociación

NAZARIO (2013) presenta los siguientes fracasos de una asociatividad que se deben a:

- Los objetivos comunes no están claramente definidos.
- Falta de información y de transparencia en los programas y planes de acción, deficiente preparación para los negocios y ausencia de estímulos efectivos para la cooperación.
- La escasez de compromiso de los participantes hacia la asociación.
- La ausencia de apoyo de las instituciones gubernamentales.
- Falta de cooperación por parte de los participantes.
- No contar con un liderazgo.

2.1.10 Modalidades de la asociatividad.

MARATUECH (2009) señala que la asociatividad puede adoptar diversas modalidades dependiendo del objetivo por el cual se produce.

Asociatividad horizontal.- Este tipo de asociatividad se da entre más de dos empresas que tienen la misma actividad productiva y compiten en el mismo mercado. La finalidad de este tipo de asociación es de lograr economías a escala.

Asociatividad vertical.- Mediante este tipo de empresa se vinculan las empresas que tienen la misma rama productiva, la finalidad que persigue es unificar los procesos y tener un producto final.

Asociatividad gremial.- Las asociaciones gremiales la conforman los microempresarios que brindan a la comunidad la prestación de servicios. En el entorno podemos encontrar a las asociaciones gremiales representadas por las cooperativas de ahorro y crédito.

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

Cadenas productivas.- Son sistemas conformados por la interacción entre los diversos participantes ya sea de forma directa o indirecta en la producción, ya que están presentes desde la fabricación hasta el consumo es decir que participa en toda la cadena productiva.

Distritos industriales.- Esta modalidad de estrategia es sinónimo de innovación y fusión de tecnologías puesto que se pueden aprovechar las oportunidades en el mercado y además flexible.

Pool de compra.- Se conforman por las empresas que demandan una producción constante, la finalidad que persigue este tipo de asociatividad es de aumentar el poder de negociación con los proveedores y de reducir costo en la adquisición de producto sea esta materia prima.

Grupo de exportación.- La conforman las empresas del mismo sector productivo que se vinculan para juntos exportar sus productos, este tipo de asociación cuenta con estrategias

2.1.11 Proceso de asociatividad

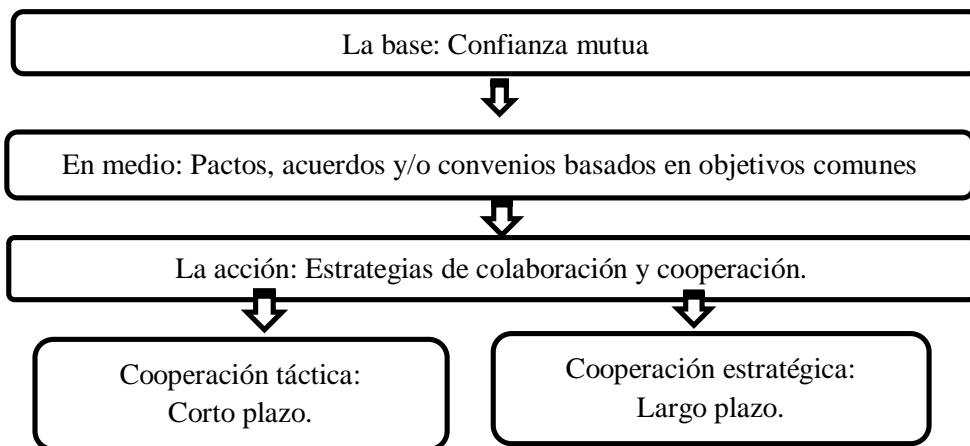


Figura 1. Proceso de asociatividad

Fuente: Consorcio ASECAL mercurio consultores- VEGA J (2008)
Elaborado por: Ramón Flores Catuto

2.1.12 Descripción del proceso de asociatividad

Base: Confianza mutua

PALMA (2012) argumenta que la confianza mutua es mantener y fortalecer la asociatividad, mediante la colaboración, confianza y transparencia de todos los socios, orientados principalmente en el desarrollo de la comunidad y fortalecimiento de la organización.

En medio: pactos, acuerdos y/o convenios basados en objetivos comunes.

Según MERCOSUR, los pactos, acuerdos y/o convenios son complementarios entre dos participantes (asociación - entidades gubernamentales), con la finalidad de negociar y poseer beneficios de ambas partes.

La acción estrategias de colaboración y cooperación.

Estrategias de colaboración.

CARRIÓN (2013) permite unir fuerza entre los socios de una asociación para lograr un objetivo común.

Estrategias de cooperación.

CARRIÓN (2013) clasifica las estrategias de cooperación en táctica a corto plazo y estratégica a largo plazo.

Cooperación táctica a corto plazo.- Consiste en una acción, proceso o métodos con el fin de conseguir un objetivo concreto definido de una estrategia.

Cooperación estratégica a largo plazo.- Comprende un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente con el tiempo, para lograr determinadas metas y objetivos globales.

2.1.13 Rol del estado y otras instituciones en el proceso de asociatividad.

LOPEZ (2013) identifica que el proceso de asociatividad se está convirtiendo en el mecanismo de desarrollo sustentable, lo cual a su vez permite que se la considere como un importante agente en la generación de la economía social y de esta manera se crea un ambiente empresarial. Las instituciones que se destacan son: los gremios y asociaciones empresariales, las universidades y otras organizaciones no gubernamentales. Cada organismo cumple un papel preponderante para generar un ambiente propicio para la implementación de estrategias asociativa.

2.1.14 La asociatividad como alianza voluntaria para la competitividad.

LOPEZ (2013) menciona que la asociatividad permite desencadenar grandes esfuerzos colectivos entre las empresas que mediante la unión, cooperación y las decisiones podrá solucionar problemas que afecten a las actividades de las empresas asociadas, mediante la formulación y ejecución de proyectos colectivos entre los asociados, los resultados a conseguir serán tangibles en la competitividad empresarial.

Así mismo las empresas asociadas pueden ampliar la gama en la producción consiguiendo así una economía a escala, reduciendo costos, adoptando nuevas tecnologías, capacitando al capital humano y a su consecución en la participación de nuevos nichos de mercados, de esa manera promoviendo un mayor desarrollo.

2.2 LA COMPETITIVIDAD

La competitividad encierra un mecanismo de superación y para comprender nos centraremos en los autores conocedores del tema.

2.2.1 Definición de competitividad.

Según GOMEZ (2005), la competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener una rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y de los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de otros oferentes en el mercado. El concepto de competitividad se puede aplicar tanto a una empresa como a un país.

O'KEAN (2013) menciona a la competitividad como un concepto diferente, está asociado al éxito de competir, a la excelencia de un país o de un tejido productivo concreto.

En principio hay dos grandes aproximaciones o visiones, y cada una de ellas son frutos de diversas teorías explicativas más precisas, la primera de estas visiones tiene un carácter amplio y general de lo que es un país competitivo. Un país competitivo es un país excelente, con una tasa de crecimiento elevada, donde es fácil hacer negocios, un país que atrae la inversión internacional, con una elevada renta por habitante; es un país atractivo para vivir y trabajar. La segunda enfoca más el tejido productivo de un país y como compite con éxito en su área comercial. Se aprecia la cualidad de un país que produce bienes y servicios; y que los agentes económicos nacionales y extranjeros prefieren, frente a los fabricados de otros países.

MUÑOZ (2006) la competitividad es la capacidad de una organización pública y privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventaja comparativa que le permita alcanzar, sostener y mejorar su posición de mercado en el entorno socioeconómico, ser competitivo significa tomar acciones como empresario o empresa, implica lograr una característica especial y diferente, que permita diferenciar los productos o servicio de la competencia.

2.2.2 ¿De qué depende la competitividad?

O'KEAN (2013) señala que la competitividad depende de cuatro factores: la productividad, los costes de la producción, los precios de los bienes y los tipos de cambio.

La productividad es el valor creado por la compañía, este valor añadido debe ser apreciado por los consumidores que adquieren dicho bien por su calidad, la adecuación a sus preferencias, su diferenciación de los otros bienes, los servicios añadidos, etc.

Los costes de producción es el segundo factor de competitividad, se gana competitividad si los costes suben menos que de los países competidores. Y, llegados aquí, debemos tener una visión amplia de la naturaleza de los costes de producción, indudablemente hay que considerar los costes salariales y las cargas sociales, pero también los costes financieros, los costes energéticos, las materias primas, los impuestos a la producción y unos costes difícil de precisar pero muy relevantes en el análisis de competitividad.

Los precios constituyen el tercer factor de competitividad, hay países más inflacionistas que otros, ante una presión de la demanda, países que incrementan la producción y otros que suben los precios, la disponibilidad de capacidad productiva y laboral cualificada, un mercado laboral flexible para contratar y despedir sin costes elevados y alto grado de competencia entre las empresas, dan lugar a países con menos inflación, al igual que los costes elevados por encima de los precios de los países competidores, restan competitividad.

Finalmente un aumento del tipo de cambio, pagar más con moneda nacional por la divisa extranjera del país con el que se compete, abaratan los productos nacionales, encarecen los extranjeros y la mejora la competitividad de un país, en ocasiones los países fuerzan a mantener sus monedas depreciadas para mejorar su competitividad

pero, por lo general, son mercados financieros internacionales los que fuerzan estas depreciaciones, en la medida que un país importador necesita divisas para pagar dichas importaciones a cambio de la moneda nacional, que tienden a depreciarse.

2.2.3 Objetivo de la competitividad.

Para ECHEVERRÍA (2007) el objetivo principal de la competitividad es crear ventaja competitiva que permita sostener la posición que tenga la empresa en el entorno socioeconómico al que pertenece y enfatizar en ellas el entorno de crear y ejecutar iniciativas de negocios.

2.2.4 Importancia de la competitividad.

ECHEVERRÍA (2007) indica que la competitividad es parte importante en la toma de decisiones gerenciales en la medida en que se relaciona con la eficiencia y eficacia interna de la organización.

Para reconocer a tiempo las ventajas competitiva que posee la empresa, por ejemplo mediante el análisis DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas) permiten obtener mejores rendimientos en aquellos aspectos en que la empresa sea más fuerte en comparación con sus competidores y corrigiendo falencias que puedan afectar su estabilidad en el corto plazo dentro del mercado meta.

2.2.5 Modelo competitivo de MICHAEL PORTER

D'ALESIO (2008) cita que el modelo desarrollado por Michael Porter cita que un modelo permite realizar un análisis competitivo y determinar la estructura y actividad de la industria en la que compite la organización, así como el desarrollo de las estrategias, para ello, debe tenerse en cuenta a los siguientes competidores, proveedores y clientes.

2.2.6 Las cinco fuerzas de Michael Porter.

Según HERNÁNDEZ (2009), el modelo de Porter postula que hay cinco fuerzas que conforman básicamente la estructura de la industria. Estas cinco fuerzas delimitan precios, costos y requerimientos de inversión, que constituyen los factores básicos que explican la expectativa de rentabilidad a largo plazo, por lo tanto, el atractivo de la industria. Desde su análisis se deduce que la rivalidad entre los competidores viene dada por cuatro elementos o fuerzas que combinadas, la crean en ella como quinta fuerza, lo anterior expuesto se resume en la figura 2.

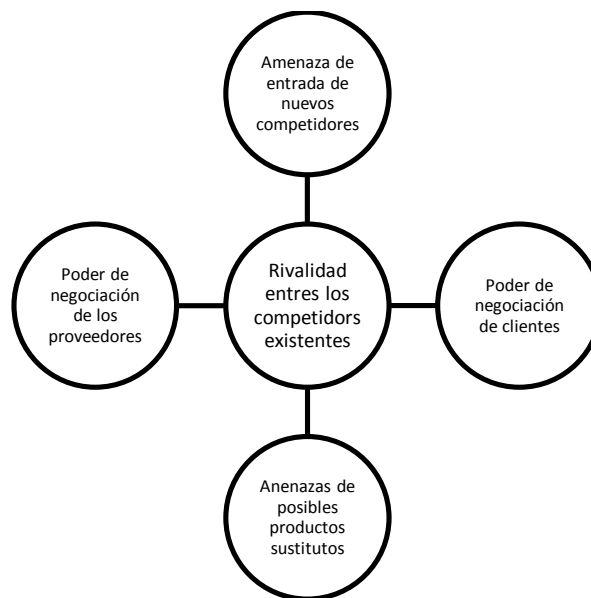


Figura 2. Las cinco fuerzas de Michael Porter.

Fuente: Gestiónpolis-economía-modelo competitivo-cinco fuerzas de Porter.
Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

2.2.6.1 Amenazas de entrada de nuevos competidores.

PÉREZ J (2010) considera que un sector en el que se conoce que el rendimiento del capital invertido es superior a su costo, la llegada de empresas interesadas en participar del mismo será muy grande y rápida, hasta aprovechar las oportunidades

que ofrece el mercado, como es obvio la compañía que entran en el mercado incrementa la capacidad productiva del sector.

2.2.6.2 Amenaza de posibles productos sustitutos.

PÉREZ (2010) indica que son productos sustitutos aquellos que realizan las mismas funciones del producto en el estudio, constituyen también una fuerza que determina atractivo de la industria, ya que pueden reemplazar los productos y servicios que ofrecen o bien presentar una alternativa para satisfacer la demanda. Representa una seria amenaza para el sector si cubren las mismas necesidades a un precio menor, con rendimiento y calidad superior.

2.2.6.3 Poder de negociación de los proveedores.

PÉREZ (2010) señala que esta fuerza hace referencia a la capacidad de negociación con que cuenta los proveedores, quienes definen en parte el posicionamiento de una empresa en el mercado, de acuerdo a su poder de negociación con quienes le suministran los insumos para la producción de sus bienes. Por ejemplo, mientras menor cantidad de proveedores existan, mayor será su capacidad de negociación, ya que al no haber tanta oferta de insumo, estos pueden fácilmente aumentar sus precios.

Además de la cantidad de proveedores que existan, su poder de negociación también podría depender del volumen de compra, la cantidad de materias primas sustituidas que existan, el costo que implica cambiar de materia prima, etc.

2.2.6.4 Poder de negociación de los clientes.

PÉREZ (2010) argumenta que la competencia de un sector industrial está determinada en parte por el poder de negociación que tienen los clientes con las empresas que producen el bien o servicio.

2.2.6.5 Rivalidad entre competidores existentes.

PÉREZ (2010) indica que la rivalidad entre competidores está en el centro de las fuerzas y es el elemento más determinante del modelo de Porter. Es la fuerza con que las empresas emprenden acciones para fortalecer su posicionamiento en el mercado y proteger así su posición competitiva a costa de sus rivales en el sector.

2.2.7 Ventajas competitivas

Según PORTER (2006), existen dos tipos de ventajas competitivas sostenible: una de coste inferior y la de diferenciación. El coste inferior viene dado por la capacidad de la empresa para diseñar, fabricar y comercializar un producto comparable más eficiente que sus competidores. A precios iguales o parecidos a los de sus competidores, el coste inferior se traduce en rendimientos superiores. Por otro lado la diferenciación es la capacidad de brindar al comprador un valor superior y singular del producto. La ventaja competitiva de cualquiera de estos dos tipos se traduce en una productividad más alta de la de sus competidores.

2.2.8 Estrategias competitivas.

VILLALBA (2003) asegura que las estrategias competitivas se pueden clasificar en cuatro categorías

- Estrategias de disuasión.- Destinada a evitar o atenuar la severidad y conflictos con los competidores.
- Estrategias defensivas.- Orientadas a eliminar o debilitar a la competencia
- Estrategias ofensivas.- Aquellas que responden a los ataques de la competencia.
- Estrategias de cooperación o alianzas.- Mediante las cuales varias empresas combinan esfuerzos para competir con mayor efectividad.

2.2.9 Formulación de una estrategia competitiva

VILLALBA (2006) plantea que existen cuatro etapas para la formulación de estrategias competitivas; que son:

1. El análisis de la estructura de mercado, etapa en que la empresa debe preguntarse ¿cuál es la estructura del mercado objeto estudio (competitivo, oligopolístico o monopolio)?
2. Evaluación de las ventajas competitivas, esto implica que la empresa u organización debe considerar sus fortalezas.
3. Definición de las estrategias genéricas, etapa donde la empresa define sobre cuál base se va a competir (costo o valor).
4. Establecer cuáles acciones debería llevar a cabo la organización para enfrentar a sus competidores; tanto para las condiciones actuales del mercado como para la que se espera existan en el futuro.

2.3 COMERCIALIZACIÓN

MENDOZA (2000) manifiesta que la comercialización o mercadeo puede ser considerada como un “sistema”, por estar constituida por un complejo de estructuras diversas, relacionadas de manera relativamente estable que conforman uno de los pilares del proceso económico junto con la producción, distribución y consumo.

MCDONALD Y CRISTOPHER (2003) se refieren a la comercialización como un paso clave en el proceso de planificación de marketing y la clave de bloqueo de la propuesta para determinar el valor justo del producto a ofrecer al mercado.

2.3.1 Canales de comercialización.

EL proyecto de Ley Orgánica de Comercialización y Abastecimientos Alimentarios, Circuitos y Canales de Comercialización, Art. 45, definen a los canales de

comercialización o distribución como el conjunto de personas naturales o jurídicas que adquieran la propiedad o participan en la transferencia, de un producto, bien o servicio a medida que éste se desplaza desde el productor hasta el consumidor. Son las distintas rutas o vías, que la propiedad de los productos toma, para acercarse cada vez más hacia el consumidor o usuario final de dichos productos.

2.3.2 Clasificación de los canales de comercialización.

Se clasifican en canal directo o indirecto.

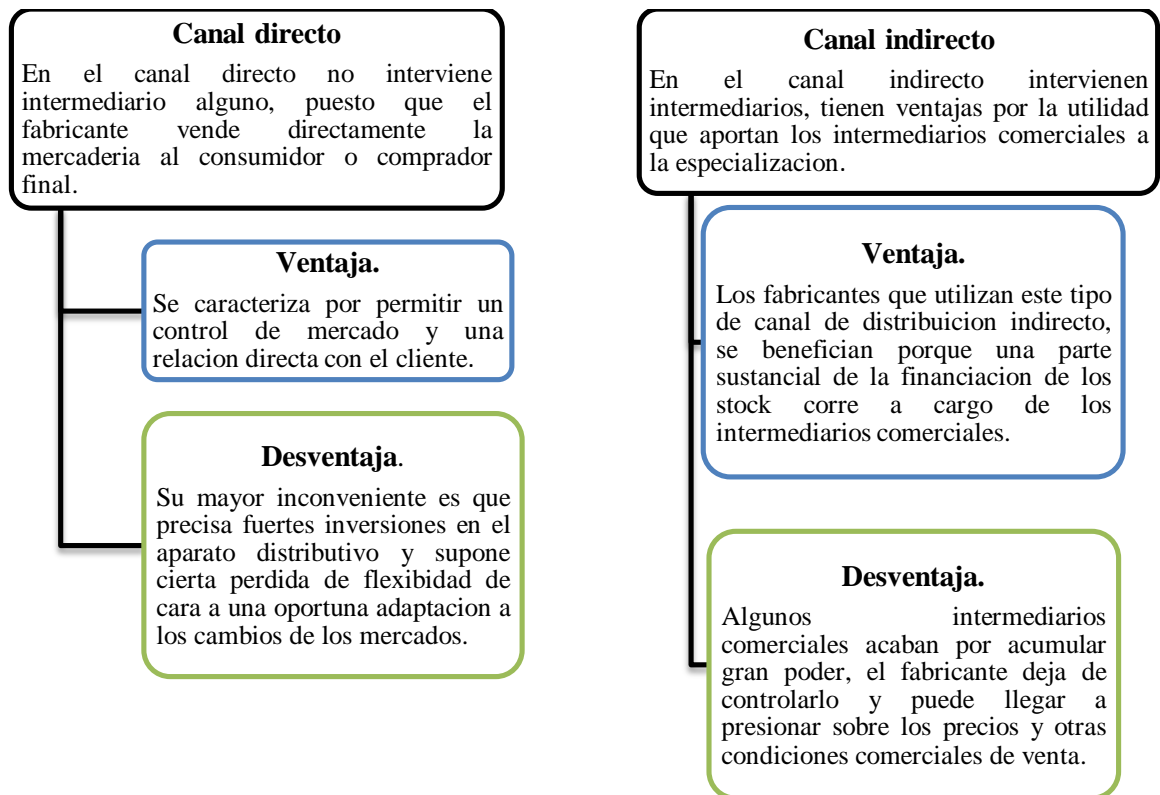


Figura 3. Canales de comercialización.

Fuente: Vázquez y Trespalacios (2006)
Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

2.3.3 Componente de un canal de distribución.

Productor. Según STANTON (2001), la organización que reconoce la necesidad del consumidor y produce un servicio o artículo con materias primas, partes, componentes o mano de obra para satisfacer tal necesidad. De acuerdo a este autor, productor es aquella persona o personas (jurídicas o no) que producen un bien o servicio para satisfacer las necesidades del consumidor.

Intermediarios. GARCIA H (2008) interpreta que es cualquier individuo u organización que opera entre la fábrica y el consumidor final. Se dividen en agentes, mayorista, minoristas y distribuidores.

Agentes o intermediarios. Son los que facilitan la venta a los productores o fabricantes encontrando clientes industriales y ayudando establecer tratos comerciales.

Mayoristas. Son aquellos que adquieren en gran volumen de compra al productor.

Detallistas o minoristas. Son las personas o persona que expenden los productos que obtuvo del fabricante o del mayorista, al consumidor final

Distribuidores. Son los que compran bienes o servicios y lo comercializan a otras compañías para obtener ganancia.

2.4 MANEJO TÉCNICO DE GANADO BOVINO

El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca de la nación, MAGAP y la FAO (2010), destacan como una estrategia integral, guiada por la innovación tecnológica, el uso de genética adecuada, un manejo eficiente de producción, junto a un constante acompañamiento de la gestión predial, la organización y la comercialización.

2.4.1 Buenas prácticas pecuarias

Según OSORIO (2013), las buenas practicas pecuaria son el conjunto de procedimientos, condiciones y controles que se aplican en las unidades de producción, los cuales incluyen limpieza de instalaciones físicas, equipos y utensilio, higiene y salud del personal para minimizar el riesgo de contaminación física, química y biológica, durante la cría, manejo y salud del ganado.

2.4.2 Manejo y cría del ganado bovino.

2.4.2.1 Controles de salud del ganado bovino.

OSORIO (2013) menciona que la calidad de manejo del ganado bovino se refleja claramente en el comportamiento y la condición corporal de animal, un ganado bien manejado, será manso, saludable, bien desarrollado, vigoroso, activo, con buen apetito, y una producción sobresaliente.

2.4.3 Reconocimiento del comportamiento del animal saludable.

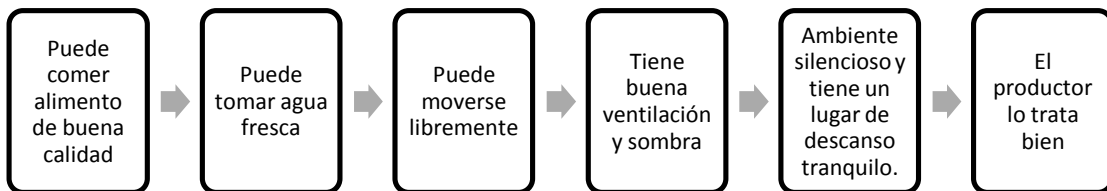


Figura 4. Control del ganado bovino.

Fuente: controles del ganado bovino.

Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

Para mantener el ganado con buena salud, el productor debe observar el comportamiento de los animales diariamente, con la finalidad de detectar cualquier anomalía, es importante observar el consumo de alimento, el tiempo de rumia, el

estado de las heces, la forma de caminar, el comportamiento en grupo o por separado, el estado nutricional y otros.

2.4.4 Categorización de los animales de reemplazo.

Ternera lactante.- Denominación que corresponde a una ternera menor, desde el nacimiento hasta el destete.

Ternera destetada.- Nombre que se da a una hembra bovina menor, desde el destete hasta los cuatro meses de edad.

Ternera en crecimiento.- Denominación que corresponde a una hembra bovina menor, desde los cinco hasta los doce meses de edad.

Vaquilla.- Nombre que se asigna a una hembra bovina joven, desde los trece meses de edad hasta la edad que es servida y queda preñada.

Vaquillona.- Término referenciado para referirse a una hembra bovina joven, desde el diagnóstico positivo de preñez (17 meses en promedio) hasta la fecha de su primer parto (24 meses).

2.4.5 Principales enfermedades del ganado bovino.

La división veterinaria – VICAR (2012) señalan las siguientes enfermedades con sus respectivos síntomas, control y tratamientos respectivos de cada enfermedad

Aftosa

La aftosa conocida como fiebre aftosa es una enfermedad contagiosa que afecta a los animales con pesuñas partidas, y caracterizadas por fiebres y erupciones vesiculares (úlceras) en boca y glándulas mamarias. Esta enfermedad no es mortal, pero los animales a contraer la aftosa afectan la producción de carne y leche, es una enfermedad producida por virus, altamente contagiosa y mutante, esta enfermedad

ataca a los animales de pezuñas partidas como bovino, cerdo, oveja, cabras, entre otras.

Síntomas.

Además de fiebre, babeo y dificultad para comer, presentan ulceraciones en la cavidad bucal, en los pezones y manifiestan cojeras por lesiones en las pezuñas de vacas adultas. Los primeros síntomas de la enfermedad se hacen visible a los 8-10 días.

Control.

No existe tratamiento curativo, pero es recomendable controlar la enfermedad por vías de la vacunación o erradicación.

Tratamiento.

Es recomendable aplicar algunos medicamentos para acelerar la recuperación de las enfermedades, cicatrizar las lesiones y evitar complicaciones bacterianas de la ulceras de la boca, glándulas mamarias y pezuñas.

Dentro de los principales medicamento para controlas la enfermedad son.

- Vicarpen, Oxitetraciclina, Panamicina L.A, utilizados para controlar las infecciones bacterianas y evitar abortos y mastitis.
- Fadyne este medicamento hace que baje la fiebre, disminuye el dolor y reduce la inflamación
- Quimfar xx22 utilizados para elevar las defensas de los animales afectados.

Bronquitis

Es una enfermedad causada por el desarrollo de parásitos como Dictyocaulus viviparus y Singamus trachea en bovinos.

El parásito afecta los terneros, corderos y cerdos que pastan en praderas húmedas y contaminadas.

Síntomas

Más comúnmente la Bronconeumonía crónica y tos seca y, la cual va haciéndose más suave y profunda a consecuencia de la debilidad del enfermo.

Simultáneamente puede observarse moco, salivación, lagrimeo, fiebre y diarrea lo que denota la existencia de complicaciones microbianas secundarias, en los pulmones.

Tratamiento

Estrongol, Vimec, Levamisol 7.5%, Levamisol 15% y Bovipur 25% Co, siendo el primero específico para parásitos pulmonares, los otros son contra parásitos internos en general siendo los mejores productos con que pueden contar los ganaderos del país.

Brucelosis

Es una enfermedad contagiosa ampliamente difundida que afecta a los bovinos, cerdos, ovinos, perros y aún al hombre.

Síntomas

El signo predominante en las hembras es el aborto y la inflamación de los testículos en el macho. En la hembra, el aborto se presenta hacia la segunda mitad del embarazo, seguida de retención de la placenta e infección del útero (Metritis), que puede causar la infertilidad permanente de la vaca. Los animales infectados son la principal fuente de la diseminación de la enfermedad al contaminar con sus

secreciones los pastos, al contacto mediante la monta, o por operarios que manejan los ganados.

Control

Donde la enfermedad es frecuente y se ha confirmado (mediante pruebas de Laboratorio) además de la eliminación de los animales positivos, se recomienda la vacunación de todas las hembras mayores de tres meses de edad, por una sola vez en la vida. NO se deben vacunar animales machos así sean para la reproducción.

Tratamiento

Cacodil B12, Cacodil y Novafos que contiene Calcio y Fósforo son productos orgánicos de asimilación rápida y recuperación del bovino .

Cuando esta se encuentra asociada con infección uterina evidente (pus) se recomienda inyectar Unimast o Unimast 20, Quimfar XX22 o como alternativa antibacteriana Oxitetraciclina por 2 ó 3 días seguidos.

2.5 MARCO REFERENCIAL.

2.5.1. Comuna Manantial de Colonche.

Es de raíces ancestrales, forma parte del estado ecuatoriano, único e indivisible, reconocida mediante Acuerdo Ejecutivo N° 224, de marzo de 1939, personería jurídica que le permite acogerse a prerrogativas, autonomía consagradas en la Constitución de la República del Ecuador, y, en uso de las atribuciones que le confiere el Art. 17 literal A, de la Codificación de la Ley Orgánica y Régimen de las comunas.



Figura 5. Mapa de la parroquia Colonche.

Fuente: Gobierno Autónomos Descentralizados de la provincia de Santa Elena- Prefectura

Se ubica en el territorio ecuatoriano, específicamente en la región costa, provincia de Santa Elena, limita con:

Norte: Comuna Sinchal y Barcelona

Sur: Territorios de Propietarios desconocidos (San Pedro)

Este: Comuna Bambil Collao, Bambil Deshecho y San Marcos.

Oeste: Comuna Palmar y Ayangue.

2.5.2 Reseña histórica de la comuna Manantial de Colonche.

El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Colonche a través de sus comunas menciona la historia, actividades de organismo funcional, aspectos políticos, generales y culturales de la comuna Manantial de Colonche.

En la época de la colonia se deduce que los primeros pobladores llegaron desde Olón y se radicaron en Chuskuy llamado en ese entonces Mulluyo Quebrado, por motivos

de los fuertes inviernos los habitantes tuvieron que salir hasta llegar a Colonchis que en la actualidad se conoce como Colonche.

En el año 1920, se forma el pueblo de Manantial de Colonche, el nombre se debe a que los habitantes pertenecen a la raza autóctona que es Colonchis, pueblo indígena descendientes de los Hualcavilca y Manantial, porque esta comunidad siempre se inundaba por los caudaloso ríos.

En 1927 el Sr. César Villao Peña, reunió a 15 personas para gestionar la creación de la comuna Manantial de Colonche, realizaron diversos viajes para cumplir con el objetivo, en 1936 consiguieron viajar a Quito al Ministerio de Agricultura, el cual les otorgó la vida jurídica, estableciéndose como “Comuna Manantial de Colonche”, en 1992 se dividió por sectores, ya que las obras que gestionaba el presidente no beneficiaba a todos.

En la actualidad la comuna Manantial de Colonche se destaca por una amplia identidad comunera, manifestada en diversas características existentes de la cultura ancestral; tradiciones orales, festividades, los ritos matrimoniales, las prácticas productivas, entre otros aspectos cotidianos, son descendientes del pueblo Huancavilca, según la historia se dedicaban a la pesca, agricultura, ganadería artesanía, confección de ropas y lo comercializaban en las poblaciones de la sierra.

Con estos antecedentes se destacan también, el mayor elemento de identidad y cohesión grupal que lo constituyen su tradicional forma de organización política-administrativa “comuna”, que es la estructura local de gobierno propio elegido democráticamente.

2.5.3. Aspectos generales de la comuna.

2.5.3.1. Vías y medios de comunicación.

La comuna Manantial de Colonche cuenta con vías de acceso, pero que en la actualidad no se encuentran en buen estado debido a las lluvias y otros destrozos naturales interfiriendo en el acceso a la comuna.

Cuenta con los servicios de transporte de pasajeros de las cooperativas Tralisansa y Rutas Peninsulares con un parque automotor de unidades confortables que se van innovando progresivamente.

2.5.4. Servicios Básicos.

2.5.4.1. Agua.

El abastecimiento de agua en los diferentes barrios de la comuna Manantial de Colonche se realiza a través del sistema de agua entubada, la que es tratada por AGUAPEN, para el consumo de agua de los animales se la obtiene a través de pozos, los mismos que se mantienen en épocas de lluvia.

2.5.4.2. Energía eléctrica.

Los habitantes de la comuna Manantial de Colonche tienen acceso al sistema de distribución de energía eléctrica, lo que proviene de Sistema Nacional Interconectado y administrado por la Corporación Nacional de Electricidad S.A. (CNEL), regional Santa Elena.

2.5.5. Aspectos culturales.

2.5.5.1. Costumbres y tradiciones.

Desde la época la comuna Manantial de Colonche viene celebrando fiestas religiosas y cívicas.

2.5.5.2. Festividades locales

- 18 y 19 de septiembre: festividades del patrono San Andrés Kim
- 2 de noviembre: Día de los difuntos.
- 25 de diciembre: Navidad
- 31 de diciembre: Fin de año

2.5.5.3. Tradiciones

Unas tradiciones que más se conservan en la comuna Manantial de Colonche es la del día de los difuntos, fecha importante para los moradores porque representa unión familiar, los habitantes se concentran en las viviendas de los adultos mayores para la elaboración de pan con formas de personas, bollos de maduros, tambores elaborados de yuca, y además platos que le han gustado a las personas que han fallecido, así colocan una mesa con mantel blanco que contiene todo lo preparado, acompañado de la chicha, colada morada, cola y café, entre otros alimentos.

Otra de las fiestas que se resaltan en la comunidad, son las fiestas en honor al patrono San Andrés Kim, para esta celebración todos los habitantes colaboran económicamente, donde se resalta mucho nuestra cultura a través de baile folklórico, juegos tradicionales y encuentros deportivos que participan los moradores de la comuna. Otra costumbre es la de fin de año, con la quema de monigotes y cenas familiares.

2.5.5.4. Actividades de los habitantes

- Agricultura
- Ganadería
- Pesca trabajo en fábrica (Posorja)
- Trabajos en camaronera (diferentes lugares del país)

2.5.6. Estructuras Administrativas.



Figura 6. Comuna Manantial de Colonche.

Fuente: GAD Colonche

Los órganos administrativos de la comuna Manantial de Colonche son:

1. Asamblea general ordinaria.
2. El cabildo
3. Comisiones especiales

2.5.6.1. Organigrama de la comuna Manantial de Colonche.

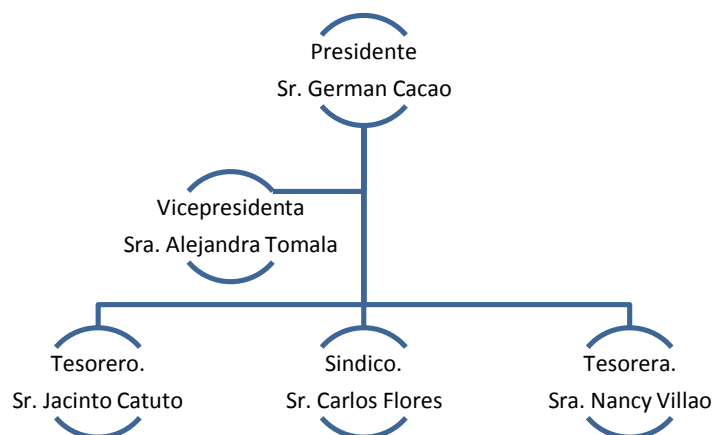


Figura 7. Organigrama de la comuna Manantial de Colonche.

Fuente: GAD Parroquial Colonche
Elaborado por: Ramón Flores Catuto

2.5.7. Aspectos políticos

La comuna Manantial de Colonche se privilegia con el suelo húmedo, el cual favorece mucho para la agricultura, el suelo fértil es apto para la producción de hortaliza y manejo técnico de ganado bovino, siendo éste su principal fuente de producción e ingresos personales.

La ganadería es otro de los aspectos económicos de la región, cuenta con una superficie de 2.480 hectáreas en los linderos señalados en el levantamiento topográfico o informe técnico, elaborado por el PRONAREG. Dentro del juicio de reconocimiento de la propiedad, mediante sentencia dictada el 2 de diciembre de 1982, indica que se encuentra protocolizada en la notaria pública del Cantón Santa Elena, el 21 de enero de 1983, e inscrita en el registro de la propiedad del cantón Santa Elena con registro N° 61, de acta 435 a 439, repertorio N° 85, de fecha febrero 17 de 1983, que garantizan la legalidad de las tierras comunales de Manantial de Colonche. La localidad está fortalecida por diferentes instituciones que apoyan proyectos que promueven el desarrollo de la comuna entre las que podemos citar: PLAN Internacional Santa Elena, MIDUVI, Centro de Promoción Rural, MAGAP, Prefectura de Santa Elena; De igual manera para desarrollar habilidades y educación digna para los niños, niñas y adolescentes de la comuna, se cuenta con instituciones educativas como el Centro de Educación Básica General Luis Eduardo Rosales Santos, Escuela Ciudad de Quito, Alfredo Flores Caamaño y Casimiro Soriano Borbor, centro de apoyo escolar CAEDINNA, Centro del Buen Vivir (C.B.V), Mis Primeros Pasitos, que facilitan el aprendizaje a los habitantes.

2.6 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.

2.6.1 Objetivo del milenio.

En la cumbre del milenio celebrada en septiembre del 2000 la Organización de Naciones Unidas - ONU aprobaron ochos objetivos de desarrollo del milenio ODM y para la presente investigación se relacionan con los siguientes objetivos.

Objetivo 1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre.- Este objetivo busca compartir uno de los grandes problemas que cada día afectan a los países, tanto la pobreza y el hambre impiden que las personas lleven una vida saludable. Con la ejecución de este objetivo los jefes de estado han venido implantando un sistema de trabajo equitativo, decente, pleno, y productivo que conlleven a la reducción de la brecha de la pobreza.

Objetivo 8. Fomentar una asociatividad mundial para el desarrollo.- Este objetivo busca promover un mecanismo de cooperación en las personas para tener el desarrollo social, económico y productivo a nivel país.

Además con ellos permitirá establecer alianzas estratégicas entre los países en vías de desarrollo con los países desarrollados y de esta manera tener desarrollo sostenible en sistema comercial entre las clases de países.

2.6.2 Constitución de la República del Ecuador (2008).

Para la presente investigación se relacionan los siguientes artículos: Capitulo II de los Derechos del Buen Vivir, sección octava, Del Trabajo y Seguridad Social, Art. 33 expresa que:

“El trabajo es un derecho y un deber social y un derecho económico, fuente de realización personal en base de la economía. El derecho garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y

redistribuciones justas y el empeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado”.

Por lo que la Constitución ampara al trabajo como derecho y deber social y económico, la asociación creará fuentes de trabajo que permitirá que los asociados tengan una fuente de ingresos mejorando su calidad de vida.

Titulo VI, Del Régimen de Desarrollo, capítulo IV, sección I. Del Sistema Económico y política económica, art. 238. El sistema económico es social y solidario, reconoce al ser humano como el sujeto y fin, propende una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y que tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el Buen Vivir.

Capítulo IV Del Trabajo y Producción, sección I, formas de organización de la producción y su gestión. Art. 319, se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras comunidades, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, autónomas y mixta.

Art. 320, en las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente, y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios de calidad, sostenibilidad, productividad, valoración del trabajo, y eficiencia económica y social.

2.6.3 Objetivos del Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017

Objetivo 3. Mejorar la calidad de vida de la población.

Política: 3.1 Promover el mejoramiento de la calidad en la prestación de servicios de atención que componen el Sistema Nacional de Inclusión Economía y Social, en sus diferentes niveles, modalidades, tipologías y prestación de servicios.

Lineamientos: Normar, regular y controlar la calidad de los servicios de educación, atención y cuidado diario, protección especial, rehabilitación social y demás servicios del Sistema Nacional de Inclusión Economía y Social, en sus diferentes niveles, modalidades, tipologías y prestación de servicios.

Objetivo 9. Garantizar el trabajo digno en todas sus formas.

Política: 9.1. Impulsar actividades económicas que permita generar y conservar trabajos dignos, y contribuir a la consecución del pleno empleo priorizando a los grupos históricamente excluidos.

Lineamientos:

- a. Implementar mecanismos de incentivos en actividades económicas, especialmente en el sector popular y solidario, Mipymes, la agricultura familiar y campesina, así como las de trabajo autónomo que se oriente a la generación y conservación de trabajos dignos y garanticen la igualdad de oportunidades de empleo para toda la población.
- b. Democratizar el acceso a créditos, financiamientos, seguros, activos productivos, bienes de capital e infraestructura productiva, entre otros, para fomentar el desarrollo y sostenibilidad de las actividades económicas de carácter asociativo y comunitario, y su vinculación a cadenas productivas y mercado.

Objetivo 10. Impulsar la transformación de la matriz productiva.

Política 10.4. Impulsar la producción y la productividad en forma sostenible y sustentable, fomentar la inclusión y redistribuir los factores y recursos de la producción en el sector agropecuario, acuícola y pesquero.

Lineamientos:

a. Fomentar la producción rural organizada y la agricultura familiar campesina, bajo forma de economía solidaria, para incluirla como agentes económicos de la transformación en matriz productiva, promoviendo la diversificación y agregación de valor y la sustitución de importaciones, en el marco de la soberanía alimentaria.

j. Acceder de forma sostenible y oportuna a servicios financieros y transicionales desde la banca pública y el sector financiero, popular y solidario, con manejo descentralizado y ajustado al sistema de ordenamiento territorial, por partes de las comunidades pesqueras, artesanales y las micros pequeñas y medianas unidades productivas.

Política 10.5. Fortalecer la Economía Popular y Solidaria-EPS-, y las micro, pequeñas y medianas empresas – Mipymes - en la estructura productiva.**Lineamiento:**

b. Promocionar y fomentar la asociatividad, el fortalecimiento organizativo, la capacidad de negociación, la creación de redes, cadenas productivas y circuitos de comercialización, para mejorar la competitividad y reducir la intermediación en los mercados.

2.6.4 Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario. LOEPS.

La Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario. LOEPS, fue discutida y aprobada en plena asamblea general en abril del 2011, y tuvo su promulgación en el Registro Oficial N° 444 el 10 de mayo del 2011, para la presente investigación se respalda en lo siguiente:

Título I Del ámbito, objetivo y principios. Art. 1. Definiendo la forma de organización económica, donde sus integrantes organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamientos y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en la relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo, orienta al Buen Vivir en armonía con la naturaleza.

Art. 3 Objetivos.- La presente ley tiene por objetivo: Reconocer, fomentar y fortalecer la EPS (Economía Popular y Solidaria) en su ejercicio y relación con los demás sectores de la economía y con el estado.

Sección III. De las organizaciones del sector asociativo, Art. 18 Sector Asociativo.- es el conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas, productivas, similares o complementarias, con el objetivo de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, autoabastecerse de materia prima, insumo, herramientas, tecnologías, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada bajo los principios de la ley.

3. MATERIALES Y MÉTODOS.

Para cumplir con los objetivos de estudio, se emplearon metodologías, técnicas e instrumentos de investigación como entrevistas, encuestas, observación directa de campo, cada uno de ellos con sus respectivos instrumentos (guía y cuestionario), el cual permitirá recolectar información para la posterior interpretación de resultados.

3.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN.

El presente trabajo se consideró varios tipos de investigación, las cuales detallaremos a continuación.

3.1.1 Investigación descriptiva.- En este tipo de investigación permite describir las cualidades, actitudes y costumbres de los ganaderos de la comuna Manantial de Colonche.

VALDÉS (2008) manifiesta que la investigación descriptiva tiene como objeto indagar sobre las incidencias de las modalidades o niveles de una o más variables en una población. El procedimiento consiste en ubicar en una o diversas variables a un grupo de persona, objetos, situaciones y así proporcionar su descripción, es por lo tanto estudio puramente descriptiva.

3.1.2 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 es necesario relacionar el siguiente concepto.

Según PAREDES W (2011), la investigación de campo es entendida como el análisis sistemático de problemas en la realidad, con el propósito bien sea de describirlo, interpretarlo, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos.

3.1.3 Investigación bibliográfica.- Consiste en obtener información elaborada por otros, sin embargo es importante contar con ellas porque permite la utilización de fuentes primarias y secundarias, esta modalidad constituye la investigación del problema determinado con el propósito de ampliar, profundizar, comparar, analizar sus conocimientos y deducir diferentes enfoques teóricos y criterios de diversos autores sobre una cuestión determinada, basándose en documentos, libros y publicaciones.

3.2 MÉTODOS DE INVESTIGACION.

Para el estudio se consideró el método analítico e histórico lógico. El primero permitió observar las causas, la naturaleza y los efectos para realizar un análisis profundo del problema identificado, originando alternativas de solución, y el segundo facilitó la recopilación de información de la evolución del grupo dedicado a la actividad ganadera y comercialización de reses en la comuna Manantial de Colonche.

Para la determinación de la muestra se aplicó el método de investigación cualitativa.

SERRANO (2007) indica que es un método de investigación no estructurada y exploratoria con base a pequeñas muestra que proporcionan un panorama y comprensión del escenario del problema, entre las razones por las cuales se emplean la investigación cualitativa es que muchas personas no están dispuestas a responder con verdad a preguntas que invaden su privacidad.

3.3 VARIABLES

3.3.1 Variable independiente.

Estrategias de asociatividad

3.3.2 Variable dependiente

Manejo técnico y de comercialización de ganado bovino.

Cuadro 1. Operacionalización de la variable independiente.

Variable	Conceptualización	Dimensión	Indicadores	Ítems	Instrumento
Variable independiente. Estrategia de asociatividad	La estrategia de asociatividad es un mecanismo de cooperación de pequeñas y medianas empresas para realizar trabajos en equipo con los ganaderos del sector, con la finalidad de hacer frente a las fuerzas competitivas, las cuales disminuyen la posibilidad de crecimiento cuando se trabaja de manera individual.	Estrategias Estudio Tipos de asociatividad	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Liderazgo por costo ➤ Diferenciación ➤ Enfoque ➤ Estructura organizacional ➤ Estructura funcional ➤ Pasos de asociatividad ➤ Subcontratación ➤ Alianzas estratégicas ➤ Distritos industriales ➤ Núcleos empresariales ➤ Redes de servicios 	<p>¿Poseen estrategias que les permitan mantener sus productos en el mercado?</p> <p>¿Poseen una estructura organizacional de grupo?</p> <p>¿Años realizando la actividad ganadera en la comunidad?</p> <p>¿Cómo es su relación con el grupo de ganadero de la comuna Manantial de Colonche?</p> <p>¿Cómo se manejan las relaciones con las organizaciones en su entorno laboral?</p>	<p>Fichas de observación</p> <p>Cuestionario de encuesta y entrevista</p> <p>Cuestionario de entrevista</p>

Elaborado por: Ramón Flores Catuto

Cuadro 2. Operacionalización de la variable dependiente.

Variable	Conceptualización	Dimensión	Indicadores	Ítems	Instrumentos
<p>Variable dependiente:</p> <p>Manejo técnico y de comercialización del ganado bovino</p>	<p>En la comuna Manantial de Colonche, se encuentra un grupo de ganaderos que se ha manejado por mucho tiempo de manera tradicional. Su deseo es agruparse y de manera conjunta buscar objetivos que le permitan obtener recursos, buscar canales de distribución para la comercialización de sus reses y derivados, respetando siempre la naturaleza.</p>	<p>Estudio situacional</p> <p>Geográfico</p> <p>Estudio de materiales y recursos</p> <p>Estudio comercial</p> <p>Impacto ambiental</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Análisis interno ➤ Análisis externo ➤ Localización ➤ Clima ➤ Segmentación de mercado ➤ Herramientas ➤ Equipos ➤ Suministros ➤ Consumidor ➤ Redes comerciales ➤ Intermediarios ➤ Aspectos de la zonas (impacto) ➤ Responsabilidad social. 	<p>¿Cómo se organizan para definir sus actividades ganaderas y comerciales?</p> <p>¿Cómo se ejecutan actualmente el manejo del ganado bovino?</p> <p>¿Considera usted que al asociarse les brindará ventajas competitivas y comparativas?</p> <p>¿Cuentan actualmente con los recursos económicos para los abastecimientos de los insumos y suplementos ganaderos?</p> <p>¿Respetan la ecología al ejercer sus actividades ganaderas?</p> <p>¿Por qué consideran importante trabajar juntos en una actividad que pueda ser independiente?</p> <p>¿Cómo se manejan actualmente la comercialización de ganado?</p> <p>¿Cómo se comercializan el ganado bovino en su comunidad?</p> <p>¿Qué impacto generaría al trabajar de manera conjunta en su actividad ganadera?</p>	<p>Ficha de observación</p> <p>Cuestionario de encuesta.</p> <p>Cuestionario de entrevista.</p>

Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

3.4 TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN

3.3.1. Observación.- Esta técnica permitió observar y obtener información directa del sector ganadero, con el fin de identificar la realidad que poseen los productores de ganado bovino en la comuna Manantial de Colonche, donde se obtuvo información que sirvió para el desarrollo de la investigación.

3.3.2. Entrevista.- La entrevista se efectuó a los técnicos de instituciones públicas involucrados en la actividad ganadera mediante una base de datos obtenido por MAGAP y Agrocaldad, así como a los ganaderos de la comuna Manantial de Colonche seleccionados al azar.

Esta técnica permitió obtener información de tipo cualitativo mediante un sondeo de opiniones, flexibles y abiertas, la cual se fundamentó para explorar, describir y luego generar perspectivas teóricas con una información clara y precisa utilizando cuestionario semi-estructurado expresado en una guía de preguntas que permitió tener una evaluación de actitudes, a su vez se incorporaron preguntas para precisar conceptos, obtener mayor información y profundizar sobre el tema de investigación.

3.3.3 Encuesta.- Esta técnica permitió obtener información de los ganaderos y habitantes de la comuna Manantial de Colonche.

La encuesta 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 ganado e intermediarios, con el fin de obtener información de estos grupos.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1 Población.

SALDAÑA (2005) señala que la población es el conjunto de unidades individuales o unidades elementales compuestas por personas o cosas en un objeto de investigación

La población en este caso comprende a los habitantes de la comuna Manantial de Colonche que poseen ganado, es decir; comuneros calificados y ganaderos, utilizando como fuente a Agrocalidad y datos propios de la comuna Manantial de colonche donde existen 420 comuneros calificados de los cuales 92 son dueños de ganados como cabeza principal de la familias quedando un 328 de comuneros calificados donde un 60% poseen ganados que equivale 196 comuneros ganaderos.

Cuadro 3. Población.

POBLACIÓN	N
Dueños de ganados	92
Comuneros Calificados	196
Total	288

Fuente: Agrocalidad Santa Elena- comuna Manantial de Colonche.

Elaborado por: Ramón Flores Catuto

3.4.2 Muestra.

Según ROMERO 2008), la muestra es aquella parte representativa de la población, considerando como el subconjunto del conjunto de la población.

Con los resultados obtenidos de la población se calculó el tamaño de la muestra, la fórmula que se utilizó es la siguiente.

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

Z= nivel de confianza

n= Tamaño de muestra

N= Población

p= probabilidad a favor

q= probabilidad en contra.

e= error de estimación

Datos para el cálculo de la muestra

Z= 95% → 1,96

n= ?

N= 288

p= 0,5

q= 0,5

e= 0,05

Aplicación de la fórmula.

$$n = \frac{1,96^2 * 288 * 0,5 * 0,5}{0,05^2(288 - 1) + (1,96^2 * 0,5 * 0,5)} = \frac{276,5972}{0,7175 + 0,9604} =$$

$$n = \frac{276,5972}{1,6779}$$

n = 165 Encuestas

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 ENCUESTA.

4.1.1 Introducción.

Para la presente investigación de la propuesta de asociatividad en la comuna Manantial de Colonche, la encuesta fue dirigida para los ganaderos, comuneros calificados, comerciante de la comunidad, donde se pudo conocer las opiniones de cada participante que dio lugar a la tabulación e interpretación de los resultados.

El objetivo primordial de la encuesta fue identificar las necesidades del sector ganadero, utilizando esta herramienta como un instrumento y para determinar la viabilidad del proyecto. El cuestionario utilizado constó de 16 preguntas y con alternativas de respuesta, donde se pudo determinar que los involucrados poseen ganados bovinos, están dispuestos a ser integrante de la asociación, mejorarían sus ingresos, obtendría mejores beneficios al ofrecer ganado de calidad. Además nos permitió interpretar que el sector ganadero tiene poca ayuda por los sectores gubernamentales, sin embargo está creciendo considerablemente por su conocimiento y manejo tradicional del ganado.

Pregunta 1.- ¿Posee usted ganado bovino?

El 100% de los encuestados manifiestan que poseen ganado bovino, por lo que es importante la propuesta de asociatividad en la comuna Manantial de Colonche para agruparlo y trabajar en conjunto, buscando alternativas de producción para el desarrollo de la actividad ganadera que garantice la calidad carne de res y sus derivados, y cumplir con la normativa de sanidad animal.

Pregunta 2.- ¿Cuánto ganado posee actualmente?

Tabla 1. Cantidad de ganado bovino que posee.

Rango	Frecuencias	Porcentaje
1-3	3	2
4-6	5	3
7-9	7	4
10-12	18	11
13-15	33	20
16-18	36	22
19-21	21	13
22-25	25	15
Más de 25	17	10
TOTAL	165	100

Fuente: Investigación de campo a ganaderos de la comuna Manantial de Colonche.
Elaborado por: Ramón Flores Catuto

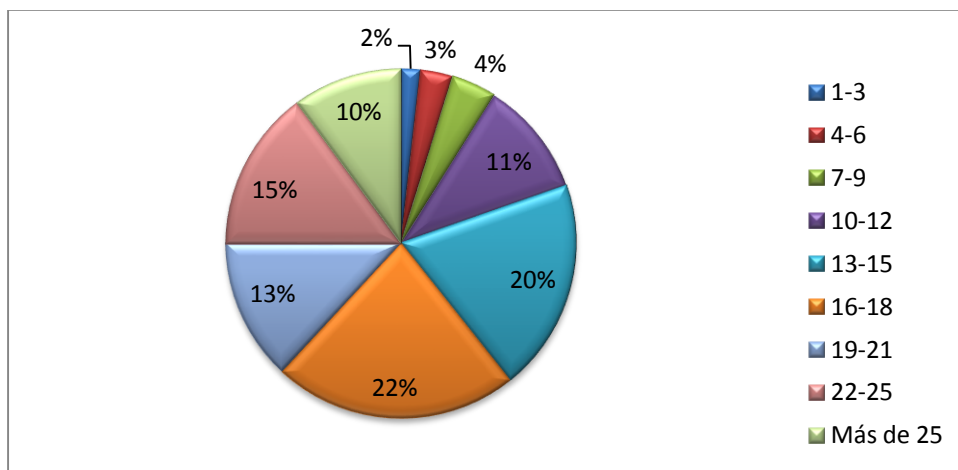


Figura 8. Cantidad de ganado bovino que posee.

Fuente: Investigación de campo a ganaderos de la comuna Manantial de Colonche.
Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

El 22% de los encuestados manifestaron que poseen entre 16-18 cabezas de ganado, el 20% posee de 13-15, el 15% de 22-25, el 13% de 19-21, el 11% de 10-12, el 10% más de 25, el 4% de 7-9, el 3% de 4-6 y el 2% restante de 1-3 bovinos, por lo que se considera que la comunidad es netamente ganadera.

Pregunta 3 ¿Cómo maneja actualmente su ganado?

Tabla 2. Manejo del ganado.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Forma tradicional	149	90
Forma técnica	16	10
TOTAL	165	100

Fuente: Investigación de campo a ganaderos de la comuna Manantial de Colonche.
Elaborado por: Ramón Flores Catuto

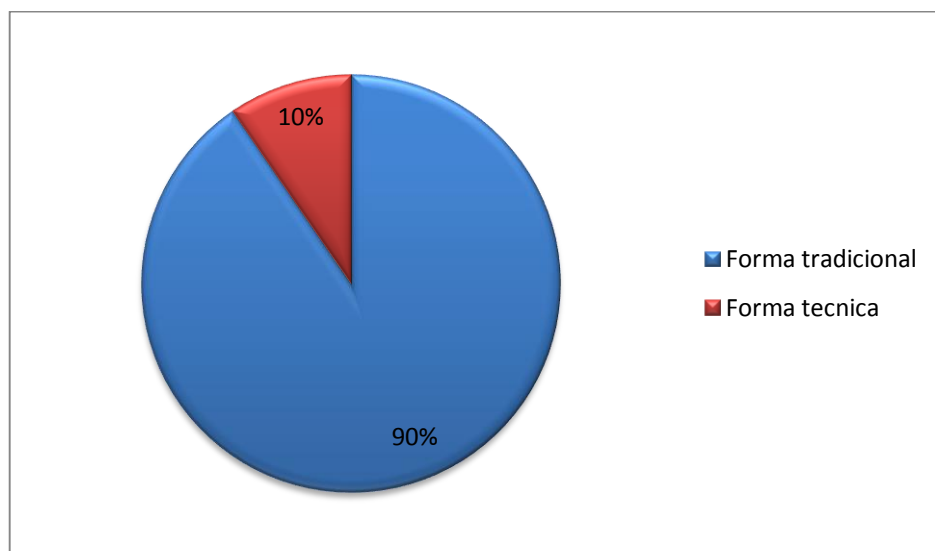


Figura 9. Manejo del ganado.

Fuente: Investigación de campo a ganadero de la Comuna Manantial de Colonche.
Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

El 90% de los encuestados manifiestan que el manejo de ganado bovino lo realizan de forma tradicional, aplicando los conocimientos ancestrales de sus antes pasados, y el 10% de forma técnica, mediante capacitaciones obtenidas de las organizaciones gubernamentales de la provincia de Santa Elena.

Pregunta 4.- ¿De qué instituciones han recibido asesoría técnica al momento de enfrentar problemas de enfermedades bovinas?

Tabla 3. Instituciones de asesoría técnica de ganado bovino.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Instituciones públicas	41	25
Instituciones privadas	124	75
TOTAL	165	100

Fuente: Investigación de campo a ganaderos de la Comuna Manantial de Colonche.
Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

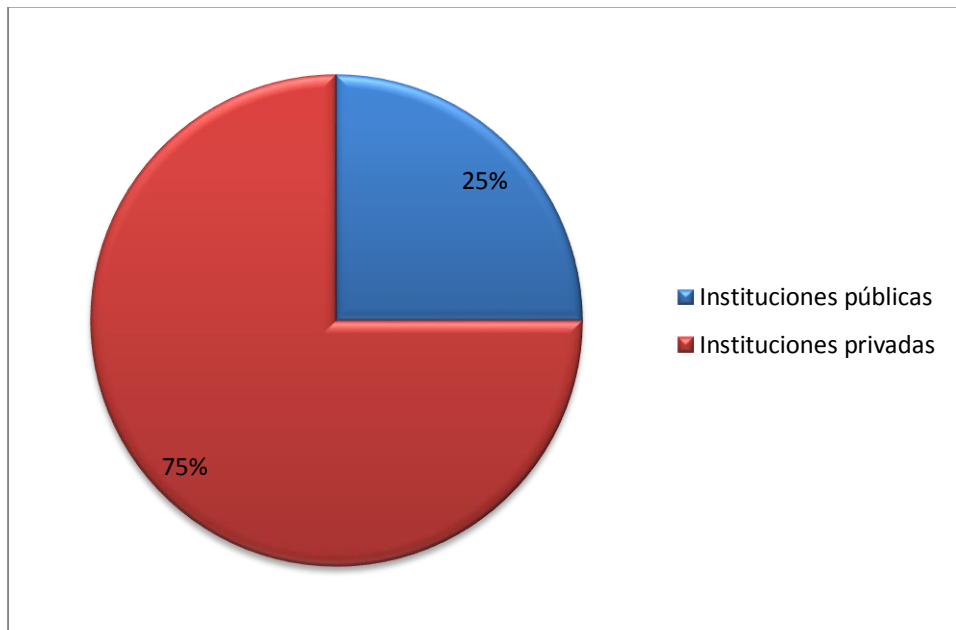


Figura 10. Instituciones de asesoría técnica de ganado bovino.

Fuente: Investigación de campo a ganaderos de la comuna Manantial de Colonche.
Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

El 75% de los encuestados manifiestan que reciben asesoría técnica de instituciones privadas, y el 25% de instituciones públicas, se puede determinar que existe poca participación de las instituciones públicas al momento de tener problemas de enfermedades bovinas.

Pregunta 5.- ¿Conoce usted instituciones que han intervenido en el sector ganadero para el desarrollo de la actividad?

Tabla 4. Instituciones intervinientes.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	157	95
No	8	5
TOTAL	165	100

Fuente: Investigación de campo a ganaderos de la comuna Manantial de Colonche.
Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

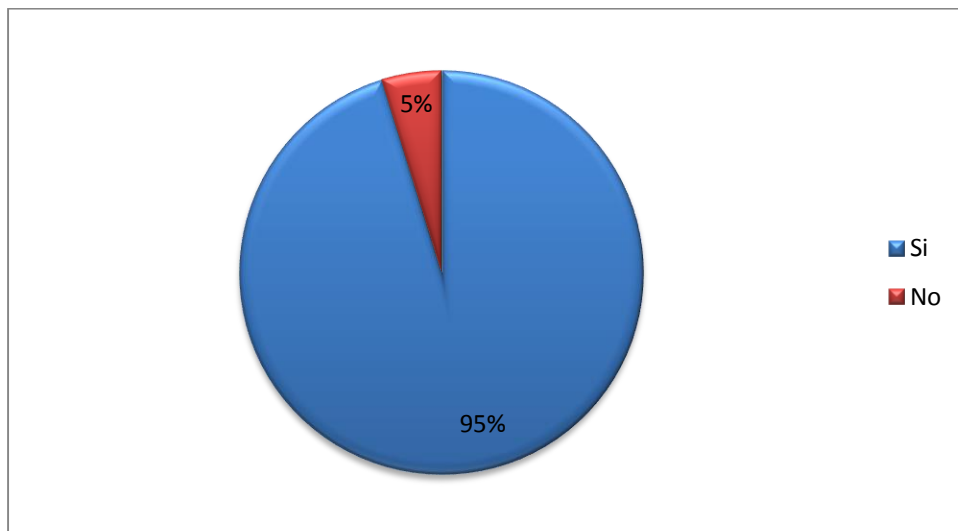


Figura 11. Instituciones intervinientes.

Fuente: Investigación de Campo a Ganaderos de la comuna Manantial de Colonche.
Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

Dentro de la investigación realizada el 95% de los involucrados manifiestan que identifican a las instituciones que han intervenido en el sector ganadero y el 5% no, además exteriorizan que las instituciones públicas son Agrocalidad y MAGAP con mayores números de intervenciones, seguido de las privadas como Agro Veterinaria El Gato, Gallito Feliz y El Pibe

Pregunta 6.- ¿Dentro de estas instituciones que se detallan a continuación, de quienes han recibido ayuda para el mejoramiento técnico del ganado bovino?

Tabla 5. Instituciones involucradas.

Alternativa	Frecuencias	Porcentaje
MAGAP	45	27
Agrocalidad	75	46
Municipio de Santa Elena	12	7
Prefectura	8	5
Gobernación	0	0
Otros	25	15
TOTAL	165	100

Fuente: Investigación de campo a ganaderos de la comuna Manantial de Colonche.
Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

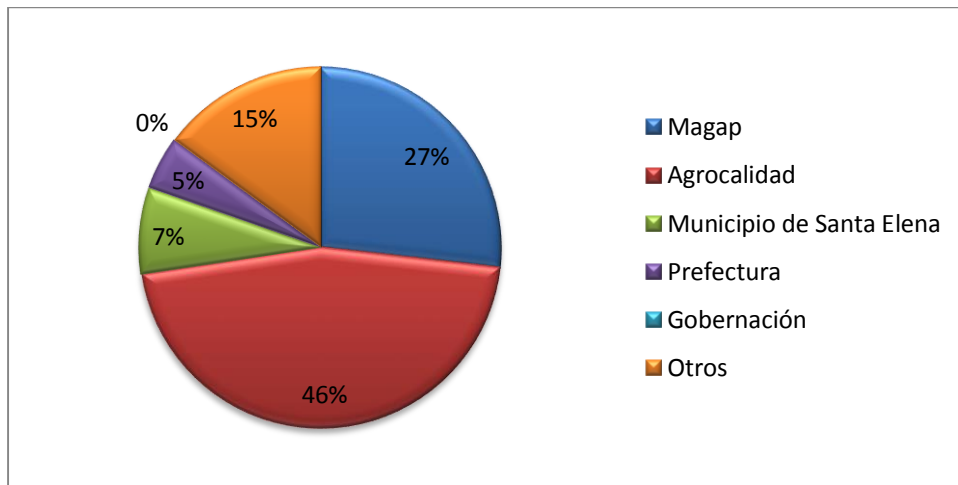


Figura 12. Instituciones involucradas.

Fuente: Investigación de campo a ganaderos de la comuna Manantial de Colonche.
Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

Mediante la investigación realizada se determinó que el 46% de los encuestados han recibido ayuda de Agrocalidad para el mejoramiento técnico del ganado bovino, el 27% del MAGAP, el 15% otros, el 7% Municipio de Santa Elena, el 5% Prefectura y la gobernación no se ha manifestado en este sector.

Pregunta 7.- ¿Si alguna persona le propusiera un proyecto asociativo, le gustaría ser partícipe de este?

Tabla 6. Propuesta asociativo.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	162	98
No	3	2
TOTAL	165	100

Fuente: Investigación de campo a ganaderos de la comuna Manantial de Colonche.
Elaborado por: Ramón Flores Catuto

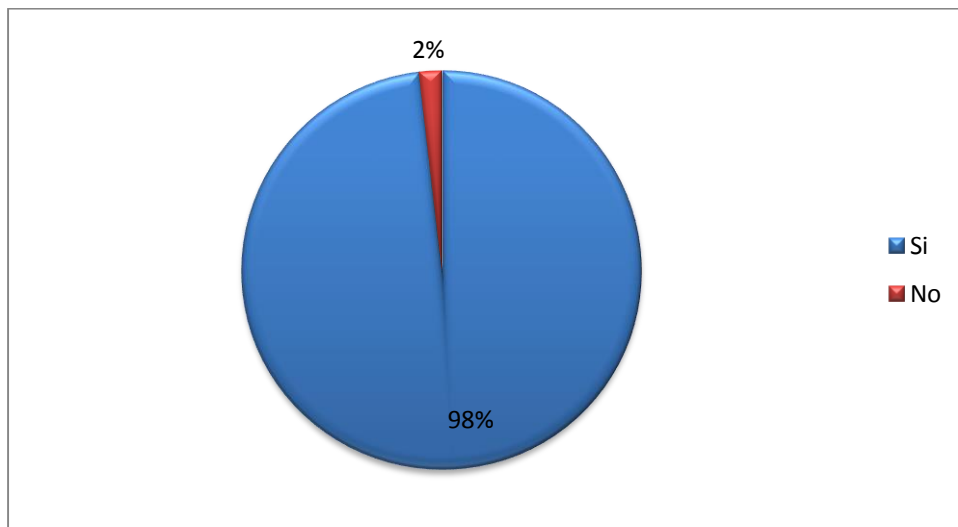


Figura 13. Propuesta asociativo.

Fuente: Investigación de campo a ganaderos de la comuna Manantial de Colonche.
Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

De acuerdo la investigación realizada se determinó que el 98% de los encuestados le gustaría ser partícipe en el proyecto asociativo, este porcentaje garantiza la aceptabilidad del proyecto por parte de los involucrados en la comuna Manantial de Colonche y mientras que el 2% considera que no formaría parte.

Pregunta 8.- ¿Está de acuerdo que la Asociación de Ganaderos lleve el nombre de “Vachalacas”

Tabla 7. Opinión del nombre “Vachalacas”

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
De Acuerdo	162	98
desacuerdo	3	2
total	165	100

Fuente: Investigación de campo a ganaderos de la comuna Manantial de Colonche.
Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

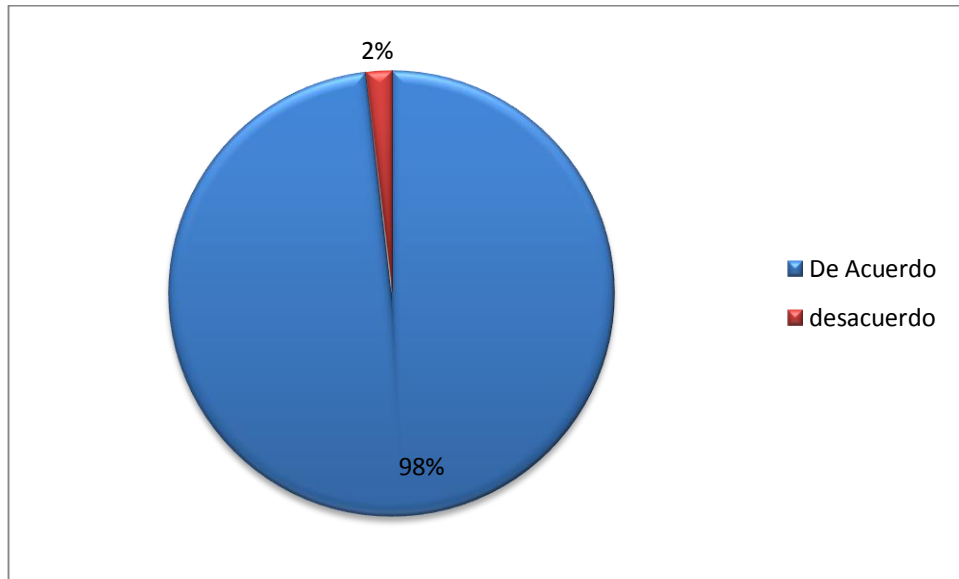


Figura 14. Opinión del nombre “Vachalacas”

Fuente: investigación de campo a ganaderos de la comuna Manantial de Colonche.
Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

Mayoritariamente los encuestados manifestaron en un 98% están de acuerdo que la denominación lleve el nombre de Asociación de Ganaderos “Vachalacas”, mientras que la minoría fue un 2%, por lo que los ganaderos opinaron que el nombre es ancestral por sus colores de manchas blanco y negro, que le garantizaban a un ganado con alto índice de rendimiento de leche.

Pregunta 9.- ¿Conoce usted los beneficios que poseerían al estar asociado legalmente?

Tabla 8. Conocimiento de beneficios al formas las asociaciones.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	158	96
No	7	4
TOTAL	165	100

Fuente: Investigación de campo a ganaderos de la Comuna Manantial de Colonche.
Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

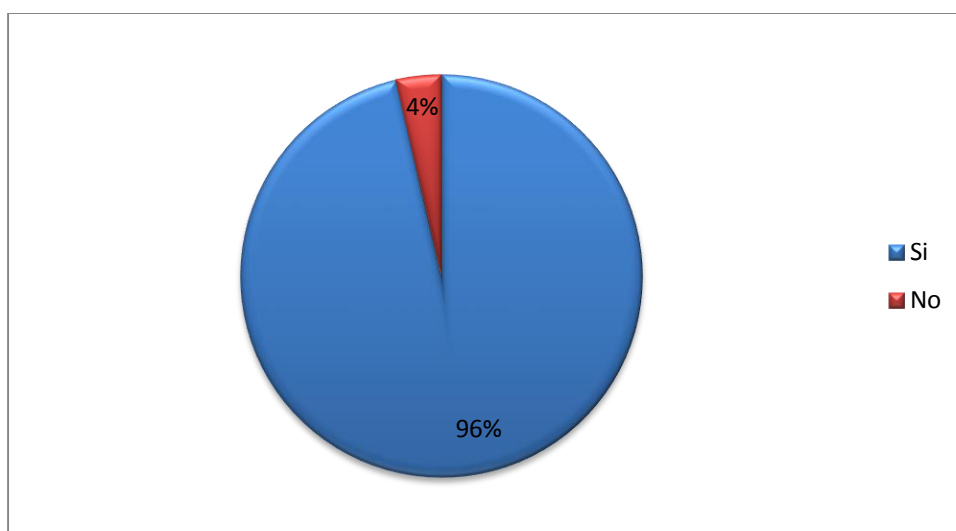


Figura 15. Conocimiento de beneficios al formar las asociaciones.

Fuente: Investigación de campo a ganaderos de la Comuna Manantial de Colonche
Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

Mediante la encuesta realizada, el 96% de los involucrados señalan que al estar asociado legalmente conocen la existencia de beneficios importantes, como el desarrollo agropecuario, mejores ingresos y por ende la calidad de vida de las familias y del sector, mientras que el 4% consideran desconocen los beneficios.

Pregunta 10.- Dentro de los beneficios ¿cuáles de estos considera usted que son importante al estar asociado?

Tabla 9. Beneficios de ser asociados.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Participar en equipo	52	32
Mayor poder de negociación	20	12
Bajos costos de insumos ganaderos	30	18
Mayor productividad	33	20
Mejoramiento genético de ganado bovino	25	15
Otros	5	3
TOTAL	165	100

Fuente: Investigación de campo a ganaderos de la comuna Manantial de Colonche.
Elaborado por: Ramón Flores Catuto

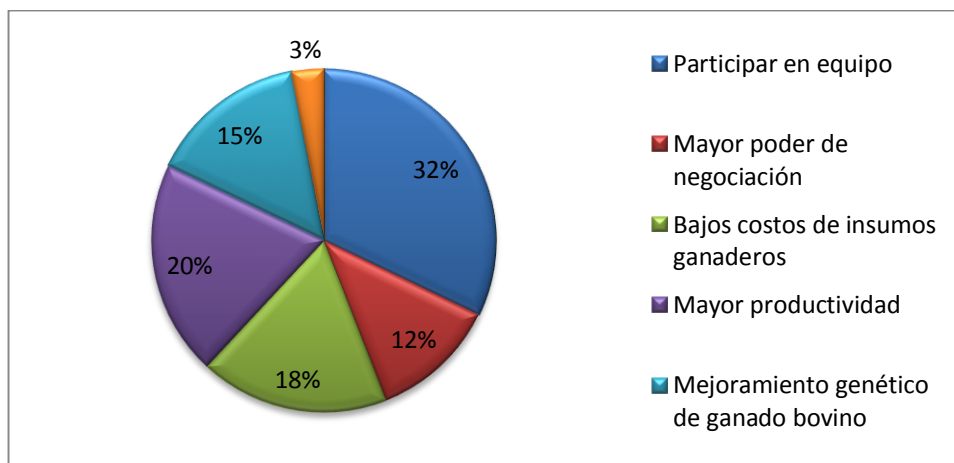


Figura 16. Beneficios de ser asociados

Fuente: Investigación de Campo a ganaderos de la comuna Manantial de Colonche
Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

El 32% de los encuetados manifestaron que el beneficio principal de estar asociados es tener mayor participación en equipo, puesto que al conseguir sus metas serán más eficientes y organizados, 20% mayor productividad, 18% bajos costos de insumos ganaderos, el 15% mejoramiento genético de ganado bovino, 12% mayor poder de negociación y el 3% consideran que otros son los más principales.

Pregunta 11.- ¿Considera usted que al estar asociados mejoraría los ingresos al ofrecer un producto de calidad?

Tabla 10. Conocimiento de ingresos.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	163	99
No	2	1
TOTAL	165	100

Fuente: Investigación de campo a ganaderos de la comuna Manantial de Colonche
Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

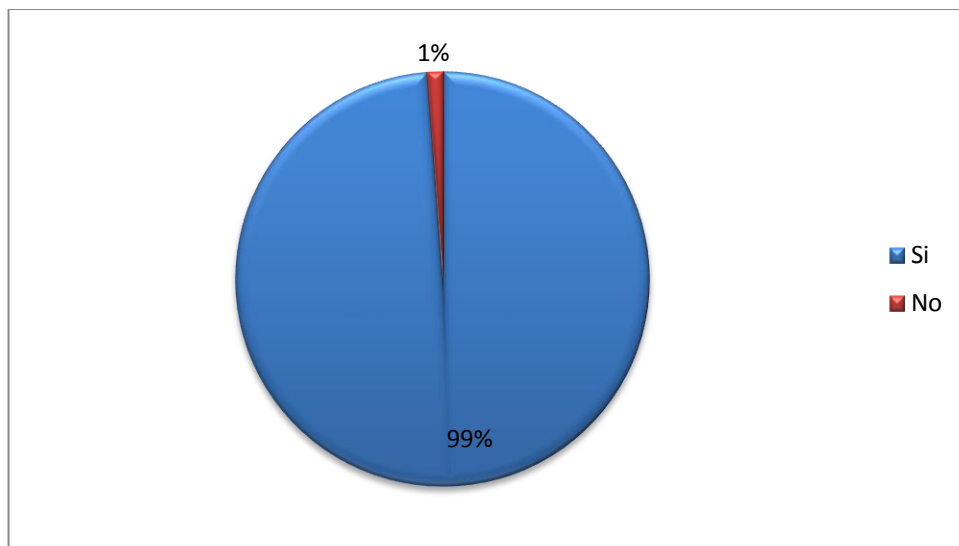


Figura 17. Conocimiento de ingresos

Fuente: Investigación de campo a ganaderos de la comuna Manantial de Colonche.
Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

Dentro de los encuestados el 99% consideran que al estar asociados mejoría notablemente sus ingresos al ofrecer un producto de calidad, buen trato al cliente y obtendrían mayor productividad dando una buena imagen de la institución, de igual manera se obtendrán tecnologías de punta a, mientras que el 1% desconoce de los principales ingresos que obtendrían.

Pregunta 12.- ¿Cree usted, que si su producto es de calidad puede competir con los demás?

Tabla 11. Competencia del producto.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	150	91
Tal vez	15	9
No	0	0
TOTAL	165	100

Fuente: Investigación de Campo a ganaderos de la comuna Manantial de Colonche.
Elaborado por: Ramón Flores Catuto

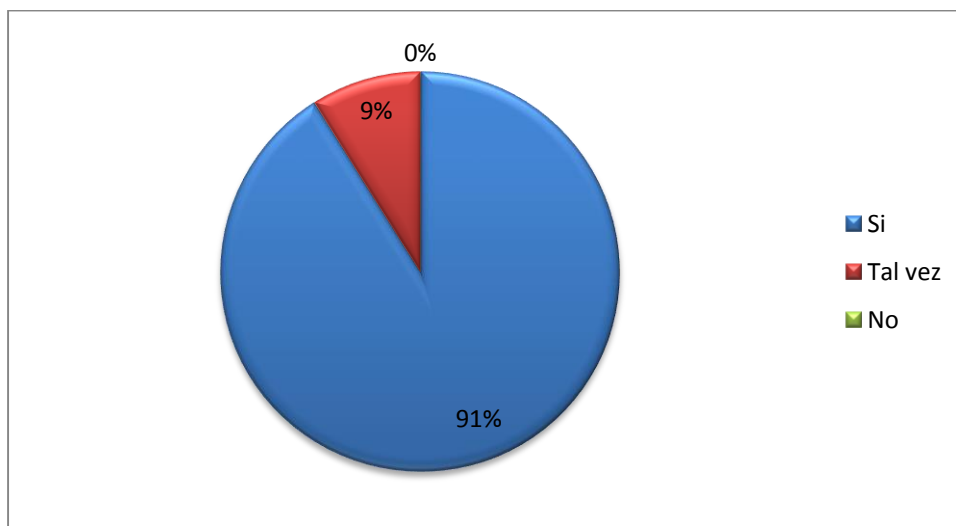


Figura 18. Competencia del producto.

Fuente: Investigación de Campo a ganaderos de la comuna Manantial de Colonche.
Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

El 91% de los encuestados manifiesta que al brindar un producto de calidad podría competir con los demás ofertantes diferenciándose en el buen servicio, trato de cliente y productos con valor agregado cumpliendo con los requerimientos, estándares de calidad y necesidades del cliente, y mientras que el 9% considera tal vez.

Pregunta 13.- ¿Considera usted que las capacitaciones a los ganaderos les ayudaría a ofrecer productos excelentes al mercado?

Tabla 12. Oferta de productos de calidad.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	152	92
Tal vez	8	5
No	5	3
TOTAL	165	100

Fuente: Investigación de Campo a ganaderos de la comuna Manantial de Colonche.
Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

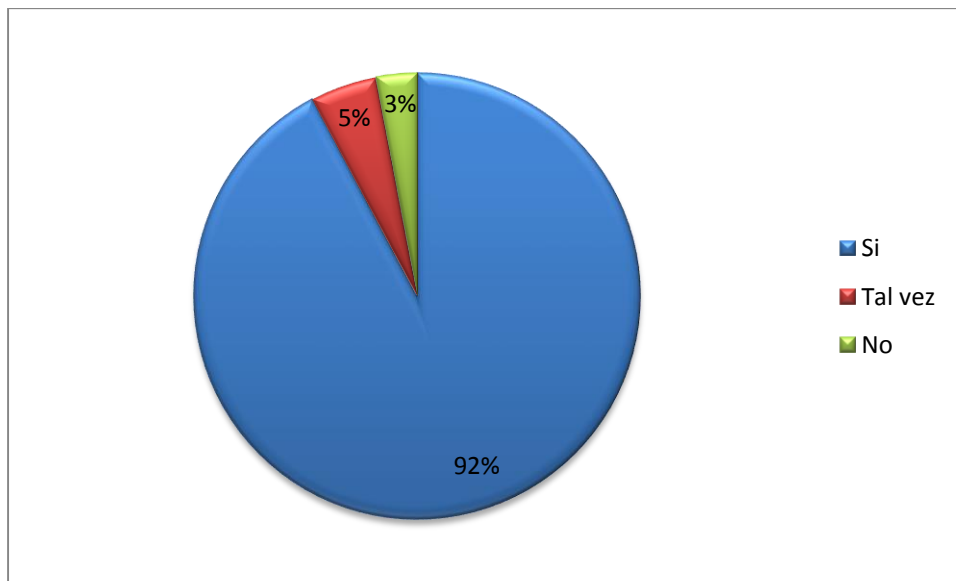


Figura 19. Oferta de productos de calidad.

Fuente: Investigación de campo a ganaderos de la comuna Manantial de Colonche.
Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

Se determinó que el 92% de los encuestados manifestaron que es necesario prepararse para ofrecer un producto excelente al mercado mediante capacitaciones contantes que enriquecerán sus conocimientos, el 5% tal vez y mientras que el 3% consideraron que no es necesaria la preparación para el buen desempeño del trabajo.

Pregunta 14.- ¿Considera usted que es indispensables identificar las necesidades de sus clientes?

Tabla 13. Identificación de necesidades.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	102	62
A menudo	45	27
Rara vez	15	9
Casi Nunca	3	2
Nunca	0	0
TOTAL	165	100

Fuente: Investigación de campo a ganaderos de la comuna Manantial de Colonche.
Elaborado por: Ramón Flores Catuto

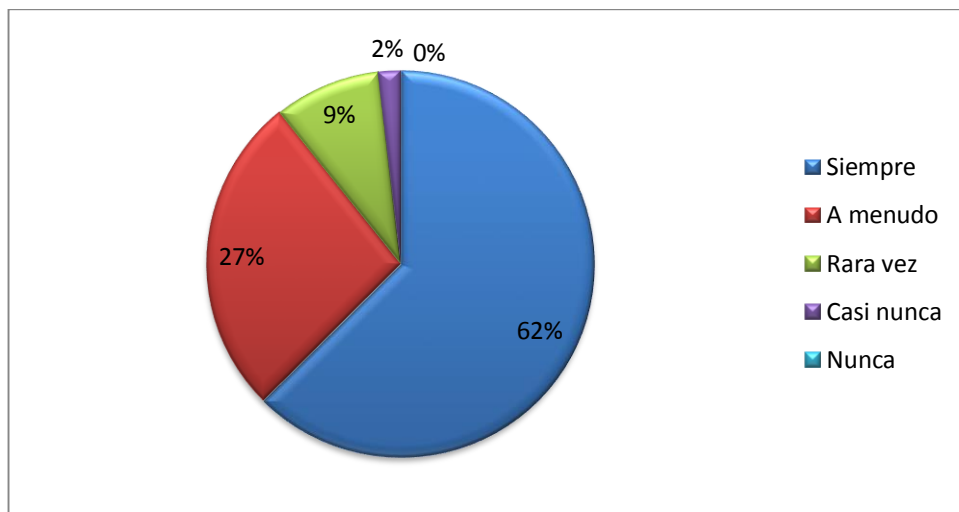


Figura 20. Identificación de necesidades.

Fuente: Investigación de campo a ganaderos de la comuna Manantial de Colonche.
Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

Mediante la investigación realizada a ganaderos de la comuna Manantial de Colonche el 62% de los involucrados consideraron que si es necesario identificar las necesidades de sus clientes para estudiarlas, analizarlas y buscar soluciones que ayudarán a cumplir con las expectativas del cliente, el 27% a menudo, 9% rara vez, el 2% casi nunca.

Pregunta 15.- ¿Cree conveniente que todos conozcan proceso tecnológicos?

El 100% de los encuestados consideraron que creen conveniente conocer el proceso tecnológico para el buen desempeño y estar actualizados en conocimientos técnicos, administrativos que garantice el buen desempeño laboral y buscar beneficios tanto para la asociación como para los involucrados mejorando su calidad de vida.

Pregunta 16.- ¿Considera usted que los socios deben conocer los problemas del grupo o equipo al que pertenece?

Tabla 14. Problema grupal.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	89	54
Tal vez	56	34
No	20	12
TOTAL	165	100

Fuente: Investigación de campo a ganaderos de la comuna Manantial de Colonche.
Elaborado por: Ramón Flores Catuto

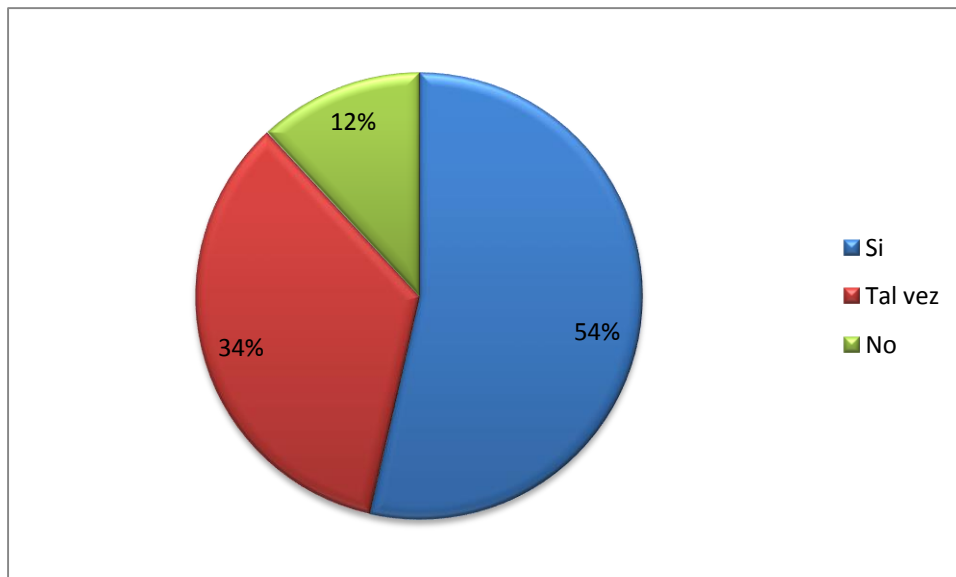


Figura 21. Problema grupal.

Fuente: Investigación de campo a ganaderos de la comuna Manantial de Colonche.
Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

El 54% de los encuestados manifestaron que es necesario identificar los problemas del grupo o equipo al que pertenece, para evitar divisiones individualismo y tener confianza en el grupo que es vital para una buena comunicación y buscar el desarrollo de la asociatividad, el 34% tal vez y el 12% consideraron que no.

Conclusiones generales de la encuesta.

- La zona de Manantial de Colonche es netamente ganadera pues todos los involucrados poseen un hato ganadero de 13 a 18 reses por propietario; en base a esto es de mucha importancia proponer la asociatividad ganadera en la comuna Manantial de Colonche.
- Los responsables de las asistencias técnicas, el 15% de los encuestados indicaron que reciben asesoramientos por las diferentes casas comerciales y expendios de productos agropecuarios.
- La mayoría de los ganaderos muestran interés por la asociatividad y conocen los beneficios que de estas se obtienen.

4.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA.

4.2.1 Introducción

Para la entrevista se seleccionó al azar a técnicos encargados de la ganadería bovina en la provincia de Santa Elena, para recopilar información válida y oportuna, que nos permita medir la viabilidad de la propuesta de asociatividad para ganaderos en la comuna Manantial de Colonche y ejecutar dicho proyecto.

Los técnicos entrevistados fueron de Agrocalidad en el área de sanidad animal y en el Ministerio de Agricultura Ganadería, Acuacultura y Pesca como ente principal que busca el desarrollo agropecuario en la provincia de Santa Elena.

Objetivo de la entrevista.

Aplicar la entrevista a profesionales de la provincia de Santa Elena vinculados al sector agropecuario, para la obtención de información que facilite la viabilidad de la propuesta de asociatividad para los ganaderos de la comuna Manantial de Colonche, cantón de Santa Elena

4.2.2 Análisis de la entrevista ejecutados a funcionarios públicos del MAGAP y Agrocalidad

Los entrevistados manifestaron que el sector agropecuario en la provincia de Santa Elena está en vías de desarrollo, siendo impulsado por entidades gubernamentales que manejan proyectos como la implementar el sistema de riego para tener tierras productivas lo que permite potencializar el desarrollo agropecuario, se señala además que el sector está muy poco atendido debido a la explotación ancestral y rústica, las condiciones agroecológicas no han favorecido y en el ámbito ganadero, existe pastoreo en campo libre lo que le hace perder el valor significativo en esta importante especie ganadera.

Dentro la opinión proporcionada por parte de los involucrados sobre el sector ganadero en la provincia de Santa Elena, manifestaron que tiene crecimiento progresivo, reciben capacitaciones y se están trabajando mancomunadamente para tener así un desarrollo sustentable, indicaron además tiene un crecimiento lento puesto que la ganadería es manejada de forma tradicional que conllevan a un ganado de no calidad por la falta de control, además no hay ninguna investigación para ganado en la provincia.

La colaboración obtenida de instituciones gubernamentales para el sector ganadero proviene de los siguientes: El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca – MAGAP es el ente con mayor participación en el sector ganadero y su colaboración hacia los productores, brindando capacitaciones teóricas y prácticas en temas de manejo sanitario, asistencia técnica, mejoramientos genéticos, manejo de

programas de ganadería sostenible, manejo de pastizales, castraciones, entre otros, todas estas actividades la llevan a cabo la Escuela de Revolución Agraria ERA.

Agrocalidad apoya a la provincia de Santa Elena al controlar y eliminar enfermedades del ganado como: erradicación de la fiebre aftosa, control de parásitos interno y externo del ganado bovino, control de brucelosis bovina, entre otros, todas estas actividades la llevan a cabo el departamento de sanidad animal. Además técnicos del MAGAP y Agrocalidad manifestaron que la Prefectura brinda capacitaciones en el ámbito productivo, asistencia técnica y apoya al desarrollo de los ganaderos y agricultores de la provincia, De igual manera el BNF por ser la entidad financiera en otorgar créditos a los ganaderos y agricultores con una tasa de interés baja; y la Universidad Estatal Península de Santa Elena a través del CIAP y departamento de Vinculación con la Colectividad ayudan al estudio del proyecto: Mejoramiento genético de hatos ganaderos.

Las sugerencias que mencionaron para el desarrollo de la ganadería en la provincia de Santa Elena, desde su punto de vista de los entrevistados fue que los ganaderos deben recibir capacitación permanente en tema de ganadería bovina, implementar canales de comercialización en los mercados locales y nacionales, además se debe buscar alianzas estratégicas para tener mayor poder de negociación con los clientes y proveedores de insumos agropecuarios, se deben aprovechar los sistema de goteo para cría de pastizales y llevar un buen control el ganado y así mejorar sus hatos ganaderos que motiven al productor a sacar adelante la actividad ganadera.

En el tema de asociatividad de ganaderos en la provincia de Santa Elena las repuestas emitidas por los profesionales en cuanto al tema son negativas, se puede concluir entonces que el tema asociativo está bastante bajo, que existen asociaciones pero son pocas, no hay cultura para asociarse, sin embargo las instituciones están trabajando para que se incremente el número de asociaciones ya que es parte fundamental para el incremento de una ganadería sostenible en la provincia de Santa Elena.

Las opiniones proporcionadas por los profesionales sobre la formación de una asociatividad ganadera bovina en la comuna Manantial de Colonche indicaron que sería excelente para el impulso y desarrollo de la ganadería bovina donde podemos concluir que tiene aceptación la propuesta de asociatividad ganadera bovina en la comuna Manantial de Colonche, por lo que se viabiliza la formación de una asociatividad en esta comuna.

En cuanto a las ventajas de asociarse los entrevistados manifestaron con mayores menciones es vender en volumen por la gama de productos que se obtendrían de la carne y leche, comprar insumos en conjunto, ofrecer ganado de calidad, se facilitará préstamos de las instituciones financieras, entre otros, todo esto conllevan beneficios para los ganaderos a asociarse. Y para la mayoría de los entrevistados la asociatividad no tiene desventaja, sin embargo piensa que si el ganadero no pone empeño en sus responsabilidades no funcionaria, podría haber conflictos por malas cuentas por la desconfianza del grupo.

Conclusiones de la entrevista.

- La asociatividad es importante para los ganaderos de la comuna Manantial de Colonche, los involucrados manifiestan que es un sector en vía de desarrollo.
- Las instituciones gubernamentales brindan asesoría técnica a los ganaderos de la provincia de Santa Elena, donde se le puede aprovechar al máximo las capacitaciones e involucrar a productores para que conozcan el manejo tecnificado de la ganadería bovina.
- La formación de una asociación sería excelente para el desarrollo de la ganadería bovina, donde los involucrados pueden buscar alternativas de producción y vender una gama de productos que beneficien a la organización y al productor.

4.3 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN.

Objetivo de la observación

Identificar las condiciones del ganado bovino mediante la aplicación de guías de observación de campo de tal manera que permita el registro de la situación actual en la que se desarrolla esta actividad dentro de la comuna Manantial de Colonche.

Población

Ganaderos de la comuna Manantial de Colonche

- ✓ Recinto Las Lomas
- ✓ Recinto Las Palmitas
- ✓ Manantial de Colonche zona I y II.

Muestra

4 comunidades mencionadas en la población

4.3.1 Resultados de la observación

En los días 7, 8 y 9 del mes de mayo del 2015, se realizaron observaciones directas en los cuatro recintos de la comuna Manantial de Colonche, Manantial de Colonche I y II, Las palmitas y Las Lomas, con la finalidad de obtener información relevante para establecer las condiciones actuales del manejo del ganado bovino.

Las guías de observación efectuadas en las comunidades tuvieron un tiempo de promedio de 30 a 45 minutos de duración, tiempo en el cual permitió interactuar de manera espontánea con el ganadero visitado, así mismo se estuvo en el campo de acción, de acuerdo al análisis de la guía de observación que fue aplicada en las comunidades se pudo determinar que existen problemas que impiden desarrollar correctamente sus actividades ganaderas y agro productivas.

El propósito de la visita fue observar e identificar las condiciones que el ganadero presenta al desarrollar sus actividades y de las cuales se detectó al ganado lo siguiente:

- Las condiciones agroecológicas no favorecen debido al constante cambio en el clima, provocando efectos negativos en el entorno del ganado.
- Las escasas de recursos hídricos, como pasto para alimentar al ganado en época de sequía.
- Los ganaderos bovinos manejan este tipo de especie basándose a los conocimientos empíricos, es una actividad ancestral.
- Los ganaderos de la comuna de Manantial de Colonche desconocen de la existencia de un botiquín veterinario que el MAGAP pone a disposición por parroquia para que los ganaderos encuentren medicamentos necesarios y pueda combatir o eliminar las enfermedades bovinas.
- En manejo de ganado, por las sequías la mayoría optan por libre pastoreo, donde existen pérdidas significativas.
- Ciertos ganaderos disponen de fincas con pasto verde en las comunidades de Suspiro y Montañas frontera con la provincia de Manabí.
- Se pudo captar también las interacciones positivas de las personas que desean colaborar en busca de cambios entre los ganaderos de la comunidad.
- En la actualidad no existen emprendimientos que permitan el desarrollo administrativo, socioeconómico, agroproductivos de los ganaderos de las comunidades visitadas.

5. PROPUESTA DE ASOCIATIVIDAD PARA LOS GANADEROS DE LA COMUNA MANANTIAL DE COLONCHE, PARROQUIA COLONCHE, CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2015.

5.1 PRESENTACIÓN.

El presente trabajo de investigación busca establecer alianzas estratégicas en la modalidad de asociatividad, modelo que ha sido implementado en sectores sociales, políticos y laborales, considerado como el medio ideal para el desarrollo empresarial, por lo tanto la propuesta busca unificar factores que den paso a la Asociación de Ganaderos “Vachalacas” en la comuna Manantial de Colonche en una acción conjunta para la mejora continua y la obtención de ventajas competitivas para los actores de la asociatividad.

Con estas estrategias se logrará el mejoramiento genético del ganado bovino, comercialización de reses y sus derivados, las mismas que permitirán tener un buen direccionamiento con proyección futura en la organización, en cuanto al proceso administrativo, productivo y financiero.

La propuesta se centra en la comuna Manantial de Colonche, caracterizado por ser una zona netamente ganadera de especie bovina y caprina, siendo la primera reproducida de razas criollas, considerado un ganado óptimo y de mejor adaptabilidad de acuerdo a las condiciones agroecológicas existente en la comunidad y seguido de especies cebuínas poco resistente a la sequias pero con mejor cuerpo y mayor rentabilidad, además están teniendo un proceso tecnificado gracias a la intervención del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca por medio de la Escuela de Revolución Agraria (ERAS).

Del 100% de los ganaderos al 98% le gustaría ser parte de la asociatividad, para contribuir con el cambio de la matriz productiva y la calidad de vida de los habitantes de la comunidad.

La asociatividad abarca los fundamentos organizacionales de la Asociación Ganadera “Vachalacas” tales como la filosofía empresarial y documentos legales, además los fundamentos estratégicos, las fuerzas competitivas de Porter y las estrategias de comercialización. Se realizará una tentativa de presupuesto que constarán los gastos e ingresos, además de los indicadores de rentabilidad como el VAN y TIR y finalmente las conclusiones y recomendaciones respectivas de la propuesta.

5.2 ASPECTOS BÁSICOS.

5.2.1. Justificación e importancia.

La propuesta de asociatividad se respalda en la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario LOEPS en el título II de la Economía Popular y Solidaria, Art. 8 de la forma de organización.- Que integran la Economía Popular y Solidaria las organizaciones en los sectores comunitarios, asociativos y cooperativas, así también las Unidades Económicas Populares

Se basa además en la Constitución del país en los artículos de los derechos del Buen Vivir reflejado en sus artículos 33 y 34, del mismo modo responden a los objetivos 3, 8, 9 y 10 del Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017, importante doctrina por el cual se formará la asociación de ganaderos en la comuna Manantial de Colonche.

Los ganaderos de la comunidad están conscientes que con la creación de la asociación se tendrá una correcta organización permitiendo el aprovechamiento de cada una de las fortalezas y oportunidades existentes en el entorno y mediante un liderazgo efectivo se podrá desarrollar eficientemente.

Por lo tanto, lo antes mencionado influye en el crecimiento, desarrollo y progreso del grupo asociativo, obteniendo como resultado de efectividad la generación del cambio en la matriz productiva, permitiendo así tener el buen vivir de la comunidad en general.

5.2.2. Objetivos de la propuesta

5.2.2.1. Objetivo general de la propuesta

Elaborar un modelo asociativo, mediante alianzas estratégicas que permita el desarrollo competitivo de los ganaderos en la comuna Manantial de Colonche, parroquia Colonche, cantón Santa Elena.

5.2.2.2. Objetivo Específicos de la propuesta.

- ✓ Elaborar la propuesta del Acta de Constitución y los estatutos generales que regirán dentro de la Asociación
- ✓ Describir los principios de la Asociación como misión, visión y valores organizacionales.
- ✓ Generar estrategias mediante el diagnóstico de la matriz FODA permitiendo el desarrollo en las actividades de los ganaderos.
- ✓ Establecer estrategias de comercialización para los ganaderos.

5.2.3. Operatividad de la propuesta

La presente propuesta de asociatividad de los ganaderos de la comuna Manantial de Colonche, fue elaborada mediante directrices establecidas por la Economía Popular y Solidaria, que mediante un proceso sistemático en las actividades se podrá reflejar el impacto que se obtenga en la ejecución de la propuesta.

El gobierno en la actualidad ha considerado la importancia que tienen las asociaciones en el país, y para ellos decreto la Ley Orgánica de Economía Popular y

Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario en mayo del 2011, siendo el ente que regula y controla las organizaciones.

Además con el Instituto Ecuatoriano de la Economía Popular y Solidaria (IEPS), se podrán recibir beneficios reflejados en el reglamento de la LOEPS, entre ellos el acceso a las líneas de crédito otorgados por las instituciones financieras públicas, financiamiento y cofinanciamiento de proyectos productivos, además de capacitaciones que encierra las actividades de las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria.

A continuación se presenta el resumen de la matriz estratégica de la presente propuesta de asociatividad para los ganaderos.

Cuadro 4. Matriz de estrategias competitivas.

ESTRATEGIAS.	ACCIONES.	EVIDENCIAS.
Estrategias de formalización	Formar la pre-asociación de ganaderos y recurrir a asesoría legal.	Registro de asistencia.
	Tramitar y obtener la vida jurídica de la asociación	Registro de asistencia. Copia de documentación recibida.
Estrategias de negociación con proveedores	Realizar convenios con distribuidoras de la provincia para adquisición de productos a bajos precios	Convenios.
Estrategias de capacitación	Desarrollo intelectual en temas administrativos	Informe, certificado y registro de asistencia.
	Desarrollo intelectual en temas agro productivos.	Informe, certificado y registro de asistencia.
	Desarrollo intelectual en la comercialización	Informe, certificado y registro de asistencia.
	Desarrollo intelectual en el ambiente tecnológico	Informe, certificado y registro de asistencia.
Estrategias de relación institucional	Gestiones de beneficios para la asociación de ganadero.	Proyecto.
	Gestiones de capacitaciones.	Convenios.
	Gestiones de cooperación.	Convenios.
Implementación de estrategias de comercialización	Segmentar y establecer el mercado meta de “Vachalacas”.	Informe.
	Difundir alternativa de producción en la implementación de productos agroindustriales.	Informe y control de procesos.
	Visitar las cadenas de supermercados en la provincia para estudiar los comportamientos de la competencia.	Informe.
	Realizar promociones y para captar clientes nuevos y futuros en beneficios de “Vachalacas”	Informe.
Control	S e comprobaran la aplicación de las acciones de cada estrategias	Informe semestral.

Fuente: Estrategias competitivas Michael Porter:
Elaborado por: Ramón Flores Catuto

5.3. ADMINISTRACIÓN DE ASOCIATIVIDAD PARA LOS GANADEROS BOVINOS DE LA COMUNA MANANTIAL DE COLONCHE.

5.3.1. Planificación.

Para presentar el documento que contenga la propuesta de asociatividad para los ganaderos de la comuna Manantial de Colonche, es fundamental llevar a cabo una planificación que incluya el proceso de socialización del presente proyecto, para el cual se ha previsto realizar una asamblea general extraordinaria en la que sería la sede Asociación de Ganaderos, se dará a conocer aspectos fundamentales como la visión estratégica, así como las actividades, los alcances y las metas que se pretenden alcanzar a lo largo de la vida institucional.

Es necesario involucrar, articular a los actores y mostrar los beneficios que podrán alcanzar, de esta manera marcando las directrices que ayuden al desarrollo esencial para el bienestar de la asociación y de la comunidad en general.

5.3.2. Los recursos

Para la implementación de la propuesta de asociatividad para los ganaderos de la comuna Manantial de Colonche, parroquia Colonche se dispondrá de lo siguiente:

- ✓ **Recursos legales.-** Las disposiciones establecidas en la Constitución del año 2008, en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidario y del Sector Financiero Popular y Solidario LOEPS 2011, y Plan Nacional para el Buen Vivir del año 2013-2017.
- ✓ **Recursos humanos.-** Conformada por los socios que integran los diferentes órganos internos, tales como junta general, junta directiva, junta de vigilancia sanitaria animal y profesionales en el área administrativa a contratar.

- ✓ **Recursos físicos.-** En la comuna Manantial de Colonche existe el espacio físico de la casa comunal, lugar donde se realizan las asambleas generales.
- ✓ **Recurso natural.-** El principal recurso es tierra, que se tienen en grandes cantidades y cuentan con una escritura pública de predio comunal.
- ✓ **Recurso ganadero.-** Se cuentan con hatos ganaderos resistentes a las condiciones agroecológicas del sector.

5.3.3 Metodología de implementación

Mediante el diseño, implementación, ejecución y puesta en marcha de la propuesta de asociatividad se pueden obtener cambios desde el inicio, cambios profundos, precisos y concisos en los ganaderos, como trabajar de manera conjunta donde todos caminan hacia el mismo horizonte en busca del objetivo común.

Además la puesta en marcha de la propuesta de asociatividad implica que los actores, siendo el eje primordial del proyecto, serán capacitados en la dirección de las áreas como administración, producción, sanidad animal, comercialización y manejo tecnológico, áreas que serán primordiales para el logro de los propósitos en la dirección de la asociación.

La etapa de control y supervisión se refiere a las actividades planificadas mediante un seguimiento y obtener información sobre los avances, pero si por alguna circunstancia haya desviaciones en el cumplimiento de las estrategias se podrán generar cambios, establecer acciones correctivas y preventivas para que la asociación llegue a alcanzar su misión y posterior el logro de la visión institucional sin problema alguno.

Para avalar el alcance que tendrá este proyecto en los ganaderos de la comuna Manantial de Colonche, los cambios se podrán palpar en el cambio de la matriz productiva y en el mejor estilo de vida de la comunidad en general.

5.4. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.

5.4.1. Fundamentos organizacionales.

Los futuros asociados mediante reunión realizada en la casa comunal de Manantial de Colonche, eligieron el nombre de ASOCIACIÓN DE GANADEROS “VACHALACAS”.

La Asociación de Ganaderos “Vachalacas” estará compuesta por 28 personas, donde la integración de género femenino será muy reducida, sin embargo existe dos asociadas que harán parte de los cargos directivos.

La sede provisional de la Asociación de Ganaderos “VACHALACAS” se encuentra ubicada en la casa comunal de Manantial de Colonche, en el recinto Manantial de Colonche zona N° 2, parroquia Colonche, cantón Santa Elena.



Figura 22. Logo de "Vachalacas".

Elaborado por: Ramón Flores Catuto

5.4.2 FILOSOFÍA EMPRESARIAL DE LA ASOCIACIÓN DE GANADEROS “VACHALACAS”.

5.4.2.1. Filosofía

La filosofía de la Asociación de Ganaderos “Vachalacas” se fundamenta en la Economía Popular y Solidaria, logrando una identidad institucional, integrada por recursos humanos calificados, contando con tecnología que ayudará a tener el ambiente propicio para la elaboración y comercialización de productos innovadores a base de hatos ganaderos de calidad.

5.4.2.2 Misión

La Asociación de Ganaderos “Vachalacas”, es una entidad de economía solidaria dedicada a comercializar reses y producir derivados de lácteos y cárnicos innovadores, por medio de las cuales posibilitan el buen vivir a sus socios y comunidad.

5.4.2.3 Visión

Liderar las asociaciones ganaderas con sólida experiencia en la comercialización de ganado y producción de derivados de excelente calidad, con mano de obra capacitada y alto nivel de participación en el mercado, logrando satisfacer las necesidades del cliente.

5.4.2.4 Valores corporativos.

La Asociación de Ganaderos Vachalacas, tiene los siguientes valores.

- ✓ Trabajo en equipo.
- ✓ Respeto mutuo.
- ✓ Compromiso con nuestros clientes y proveedores.

- ✓ Equidad de género
- ✓ Solidaridad.
- ✓ Responsabilidad.
- ✓ Respecto ambiental.
- ✓ Desarrollo humano
- ✓ Creatividad.

5.4.2.5 Política de la Asociación de Ganaderos “Vachalacas”.

La Asociación de Ganaderos “Vachalacas”, tendrá las siguientes políticas:

- ✓ Realizar el trabajo con excelencia.
- ✓ Brindar el trato justo a nuestros clientes internos
- ✓ Mantener dentro de la asociación comunicación eficiente y permanente.
- ✓ Realizar evaluaciones periódicas tanto operativas como financieras en la Asociación de Ganaderos “Vachalacas”.
- ✓ Impulsar el desarrollo de las capacidades intelectuales y personales.
- ✓ Los puestos de trabajo de la asociación “Vachalacas” serán de carácter poli funcional.

5.5 FORMALIZACIÓN LEGAL DE LA ASOCIACIÓN DE GANADEROS “VACHALACAS”.

5.5.1. Requerimientos del Ministerio de Agricultura Ganadería, Acuacultura y Pesca-MAGAP.

Según el Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca (MAGAP), los requisitos para legalizar las organizaciones agroproductivas y asociación de productores está que debe contar con mínimo 11 personas y cumplir los siguientes requisitos:

1. Solicitud dirigida Ministerio de Agricultura Ganadería, Acuacultura y Pesca, solicitando se otorgue la personería jurídica de la organización.

2. Un ejemplar del Acta de Constitución, la misma que deberá contener lo siguiente:
 - Firma de voluntad de los miembros en poder constituir la organización.
 - La organización al ser aprobada deberá indicar en su nombre el producto específico al que dedicará sus actividades.
 - La nómina de la directiva provisional.
 - Los nombres completos, nacionalidad, números de cédula de identidad, domicilio, y firma de cada uno de los miembros fundadores.
3. Un ejemplar del Estatuto con la certificación del secretario provisional de haber conocido, discutido y aprobado los estatutos.
4. Copia de cédula de ciudadanía y votación de todos los socios.
5. Copia de escritura o certificado de Registrador de la Propiedad de que el predio pertenece a los asociados o certificados de la subsecretaria de tierras indicando que la adjudicación se encuentra en trámite o el contrato de arrendamiento debidamente notariado.
6. Certificado del depósito bancario de \$400 como Patrimonio de la asociación a nombre de la organización.
7. Un CD en el que conste el acta constitutiva, nómina de los socios que conste el nombre, apellido, número de cédula y el contenido del proyecto del estatuto de la asociación.

5.5.1.1 Solicitud dirigida al Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.

Manantial de Colonche, enero del 2016

Señor.

Javier Ponce Cevallos.

Ministro de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.

Presente.-

De mi consideración.

Yo, **Bárbara Ramírez Flores**, con cédula de identidad N° **0911798791**, en mi calidad de presidenta provisional, dentro del proceso de obtención de personalidad jurídica, solicito de manera respetuosa se sirva disponer la siguiente denominación legal de la **Asociación de Ganaderos “VACHALACAS”** ubicado en la comuna Manantial de Colonche, parroquia Colonche, del cantón Santa Elena

Seguro de su atención a mi petición, me suscribo a usted.

Atentamente.

Bárbara Flores Ramírez.
Presidenta de Asociación de Ganaderos “Vachalacas”
C.I. 0911798791.

5.5.1.2. Modelo de Acta Constitutiva aplicado a la Asociación de Ganaderos “Vachalacas”

ACTA CONSTITUTIVA. ASOCIACIÓN DE GANADEROS VACHALACAS

En la comuna Manantial de Colonche, parroquia Colonche, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, a los veinte y siete días del mes de mayo del año dos mil quince, siendo las 16 horas, en la sede provisional de la Asociación de Ganaderos “Vachalacas” nos reunimos, Telésforo Eduardo Pozo Tomalá, Heriberto Pozo Rodríguez, German Prudente Pozo, Clemente Flores Ramírez, Pablo Catuto Catuto, Pablo Flores Catuto, Bárbara Flores Ramírez, Segundo Tomalá Ramírez, Hugo Prudente Pita, Magdalena Pozo Magallan, Carlos Catuto Gonzabay, Norma Sandoval Rodríguez, Gelasio Catuto Ramírez, Colon Ramírez Flores, Martha Ramírez Flores, German Evaristo Cacao Flores, Gerónimo Rodríguez, Pascual Flores Rodríguez y Ramón Flores Catuto, con la finalidad de celebrar la asamblea general constitutiva de la asociación, de aquella que contempla la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidario y del Sector Financiero Popular y Solidario en su título II, capítulo I, artículo 8.

El Sr. Ramón Flores Catuto, da la cordial bienvenida a los presentes, manifestando que es necesario construir una asociación para el beneficio de todos los ganaderos de la zona, además que esta debe crearse para buscar el desarrollo de la ganadería ovina de forma mancomunada, los asistentes designan al Sr. Telésforo Eduardo Pozo Tomalá como Director de asamblea y secretaria a la Sra. Norma Sandoval Rodríguez, quienes aceptan el cargo y asumen enseguida sus funciones, comprometiéndose a cumplir a cabalidad lo encomendado.

Posteriormente el Sr. Telesforo Eduardo Pozo Tomalá, pone a consideración el siguiente orden del día.

1. Denominación, domicilio y duración de la asociación.
2. Elección del directorio provisional.

Este orden del día es aprobado por los asistentes.

1. Denominación, domicilio y duración de la institución.

El Sr. Cacao Flores German, menciona que la asociación en formación se denomine: PRE-ASOCIACIÓN DE GANADEROS “VACHALACAS”, porque en los antepasados poseían vacas de mancha de color blanco con negro, y se consideraban lecheras y resistentes para la sequía, el domicilio tiene que estar en la comuna Manantial de Colonche por ser un lugar céntrico de las cuatros comunidades y que la duración es indefinida, recibiendo el apoyo unánime de todos los asistentes se aprueba este punto.

2. Elección del directorio provisional.

Luego deliberaciones, por decisión unánime de los socios, se elige el siguiente directorio provisional.

- Presidenta: Sra. Bárbara Flores Ramírez.
- Vicepresidente: Sr. Gerónimo Rodríguez Rodríguez.
- Secretario: Sr. Ramón Flores Catuto.
- Tesorera: Sra. Magdalena Pozo Magallan.

La Sra. Bárbara Flores Ramírez, presidenta electa agradece a todos por esta designación y promete trabajar para cumplir los objetivos de la asociación para que el Ministerio de Agricultura Ganadería, Acuacultura y Pesca nos otorgue la personería jurídica y que en menor tiempo posible se convocará a una nueva asamblea para volver a discutir el estatuto.

.....
Sra. Norma Rodríguez Sandoval
Secretaria.

5.5.1.3 Lista de fundadores, incluyendo ocupación, número de cédula, aporte inicial y firma.

Cuadro 5. Socios interesados.

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	OCUPACIÓN	N° DE CEDULA	APORTE INICIAL	FIRMA
1	Cacao Flores German Evaristo	Ganadero	0901571737	600	
2	Cacao Flores Jaime	Ganadero	0917652364	600	
3	Cacao Flores Glenda	Ganadera	0917514887	600	
4	Cacao Rodríguez Braulio	Ganadero	0923345425	600	
5	Catuto Flores Juan	Ganadero	0908131907	600	
6	Catuto Catuto Pablo	Ganadero	0907316962	600	
7	Catuto Ramírez Gelasio	Ganadero	0906521372	600	
8	Catuto Tomala Gregorio	Ganadero	0904777521	600	
9	Del Pezo Tomala Eloy	Ganadero	02400066334	600	
10	Flores Catuto José Antonio	Ganadero	0917689527	600	
11	Flores Catuto Pablo	Ganadero	0907235893	600	
12	Flores Catuto Ramón	Ganadero	0925726986	600	
13	Flores Flores Jorge	Ganadero	0903603462	600	
14	Flores Ramírez Barbara	Ganadera	0911798791	600	
15	Flores Ramírez Clemente	Ganadero	0906167358	600	
16	Flores Ramírez Martha	Ganadera	0919293399	600	
17	Flores Tomala Isidro	Ganadero	0907587314	600	
18	Magallan Flores Susana	Ganadero	0901571745	600	
19	Pilay Tomala Hilario	Ganadero	0914758200	600	
20	Pita Santiana Cleofé Roberto	Ganadero	0903603421	600	
21	Pozo Magallan Magdalena	Ganadera	0906477849	600	
22	Pozo Rodríguez Heriberto	Ganadero	0917008146	600	
23	Pozo Tomala Telesforo E	Ganadero	0905034880	600	
24	Rodríguez Flores Julián	Ganadero	0901572180	600	
25	Sandoval Rodríguez Norma	Ganadera	0906773171	600	

Fuente: Socios Ganaderos.

Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

5.5.1.4 Estatuto de la Asociación de Ganaderos “Vachalacas”.

TÍTULO PRIMERO

Artículo 1.- ADECUACIÓN DE ESTATUTOS.- La Asociación de Ganaderos “Vachalacas” en actividad y legal adecua su Estatuto Social, sometiendo su actividad y operación a la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidaria, en cumplimiento de lo establecido en la disposición transitoria de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, y de conformidad con la regulación dictada para el efecto.

Artículo 2.- DOMICILIO, RESPONSABILIDAD Y DURACIÓN.- El domicilio principal de la asociación será en la comuna Manantial de Colonche del cantón Sana Elena, provincia de Santa Elena, pudiendo ejercer su actividad en cualquier parte del territorio nacional, previa autorización de la Superintendencia de Economía Popular y Solidario.

Artículo 3.- OBJETO SOCIAL.- La Asociación de Ganaderos “Vachalacas” tendrá como objeto principal la reproducción y comercialización de ganado bovino y sus derivados.

Para su cumplimiento podrá efectuar las siguientes actividades:

1. Adquirir, arrendar y administrar.
2. Importar maquinaria, vehículos, equipos, materia prima, insumo y similares, destinado 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 y la producción de los derivados de los productos o servicios desarrollados por ellos.

TÍTULO SEGUNDO DE LOS ASOCIADOS

Artículo 4.- ASOCIADOS.- Son miembros de la asociación, las personas naturales legalmente capaces con actividades relacionadas al objeto social establecido en el artículo 3 del presente estatuto, aceptada por la Junta Directiva, previo al 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 lo establecido en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y su reglamento general, lo siguiente:

1. Intervenir en las juntas generales con voz y voto, pudiendo elegir y ser elegido para los cargos directivos, previo al cumplimiento de los requisitos previsto en el presente estatuto y en su reglamento interno.
2. Ser beneficiario de los programas de capacitación, asistencia técnica y de los servicios que ofrezcan la asociación.
3. Cumplir con las disposiciones legales reglamentarias, estatutos sociales y la normativa interna que rige a la asociación.

Artículo 6.- PÉRDIDA DE LA CALIDAD DE LOS ASOCIADOS.- La calidad de asociados se pierde por retiro voluntario, exclusión o fallecimiento.

Artículo 7 RETIRO VOLUNTARIO.- El asociado podrá solicitar a la Junta Directiva, en cualquier momento su retiro voluntario. En caso de falta de pronunciamiento por parte de la Junta Directiva, la solicitud de retiro voluntario surtirá efecto transcurrido 30 días desde su presentación.

ARTÍCULO 8.- EXCLUSIÓN.- La exclusión de los asociados será resuelto 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

Artículo 10.- DE LA JUNTA GENERAL.- La Junta General es la máxima autoridad de la asociación, estará integrada por todos los asociados, quienes tendrán derechos a un solo voto, sus decisiones serán de carácter obligatorio 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.- Son atribuciones de los asociados:

1. Aprobar, reformar el estatuto social y el reglamento interno.
2. Elegir y remover a los miembros de la Junta Directiva, Vigilancia y Administrador.
3. Fijar las cuotas de admisión, ordinarias y extraordinarias que tendrán el carácter de no rembolsables.
4. Resolver las apelaciones presentadas por los asociados sancionados por la Junta Directiva.

5. Aprobar los Estatutos Financieros y el Balance Social de la asociación para las respectivas requisiciones de materiales.

Artículo 12.- CLASES Y PROCEDIMIENTO DE JUNTAS GENERALES.- Las Juntas Generales serán ordinarias y extraordinarias y su convocatoria y normas de procedimiento legislativo, constará 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.

Artículo 13.- DE LA JUNTA DIRECTIVA.- La Junta estará integrada por el presidente, el secretario y tres vocales elegidos en votación secreta por la junta general, previo al cumplimiento de los requisitos que constará en el reglamento interno de la asociación.

Artículo 14.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA DIRECTIVA.- Son atribuciones y deberes de la junta directiva los siguientes:

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 el 30% de presupuesto anual.
4. Sancionar a los socios de acuerdo con las causas y el procedimiento establecido en el reglamento interno.

Artículo 15.- DE LA JUNTA DE VIGILANCIA.- La Junta de Vigilancia supervisará las actividades económicas y el cumplimiento de todas 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 que constan en el reglamento interno, los miembros de la Junta de Vigilancia durarán dos años en funciones y podrán ser reelegidos por una sola vez consecutiva, cuando concluya los dos periodos consecutivos no podrá ser elegido para ningún cargo directivo hasta después de dos 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. Presentar su informe anual de labores a la Junta General

DEL PRESIDENTE

Artículo 17 ATRIBUCIONES.- El presidente de la Junta Directiva también lo será de la asociación y la Junta General, durará dos años en sus funciones, pudiendo ser reelegido por una sola vez, mientras mantenga la calidad de vocal de la Junta Directiva; y, además de la atribuciones propias de la naturaleza de su cargo, tendrá las siguientes.

1. Convocar y presidir las Juntas Generales y sesiones de la 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 la Junta General y Junta Directiva, responsabilizándose por su contenido y su conservación.

2. Firmar conjuntamente con el presidente, la documentación de la asociación y las actas de 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.

DEL ADMINISTRADOR.

Artículo 19.- FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES.- El administrador será elegido por la Junta General, por un periodo de dos años, y además de las atribuciones propias de la naturaleza de su cargo, tendrá las siguientes:

1. Representar legalmente la asociación.
2. Administrar la asociación, ejecutando las políticas, planes, proyectos y presupuesto debidamente aprobados.
3. Presentar el informe administrativo, los Estados Financieros y el Balance Social para conocimiento de la Junta de Vigilancia y aprobación de la Junta General.

TITULO CUARTO RÉGIMEN ECONÓMICO

Artículo 20.- CAPITAL SOCIAL.- El capital social de la asociación estará constituido por:

1. Las cuotas de admisión ordinarias y extraordinarias con carácter no reembolsable.
2. La totalidad de las utilidades y excedentes del ejercicio económico una vez cumplida las obligaciones legales.

Artículo 21.- CONTABILIDAD Y BALANCE.- La asociación aplicará las normas contables establecidas en el catálogo único de cuenta emitido por la Superintendencia de Economía Popular y Solidario, los Estados Financieros y Balance Social anuales, serán aprobados dentro de los primeros noventa días de cada año por la Junta General.

TITULO 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 Solidario, o por disposición de esta Superintendencia, cuando haya superado los niveles activos, ventas y números de asociados para mantener la condición de asociación.

Artículo 23.- FUSIÓN.- La asociación podrá fusionarse con otra de actividad similar, por decisión tomada por las dos terceras partes de los asociados en la Junta General convocada especialmente para este efecto con aprobación de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

Artículo 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 este efecto; y/o por resolución de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, de acuerdo con las causas establecidas en la ley y su reglamento.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS.

Primera.- Dentro de los 30 días siguientes a la aprobación del presente estatuto por parte de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, se procederá a la elección y reporte de los directivos y administrador designados para su ingreso.

CERTIFICACIÓN.- En mi calidad de secretario de la Asociación de Ganaderos “Vachalacas”, certifico que el presente estatuto, adecuado a la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, fue aprobado por la Asamblea General, efectuada el 11 de mayo del presente año. Conforme consta en el libro de actas, al que me remito en caso de ser necesario.

.....
Ramón Flores Catuto.
Secretario
C.I. 0925726986

5.5.1.5 Requisitos de Banco Nacional de Fomento para apertura de cuenta de integración de capital.

1. Oficio de solicitud para apertura de cuenta.
2. Oficio por parte del ministerio que avale la apertura de la cuenta en la institución financiera.
3. Copia del acta de elecciones.
4. Copia del acta constitutiva.
5. Requisitos de los representantes legales (presidente y tesorero).
 - ✓ Original y copia de cédula de identidad a color.
 - ✓ Original y copia de certificado de votación a color.
 - ✓ Último recibo de cualquier servicio básico.
6. \$ 400,00 dólares

5.5.1.6 Requisitos para notarizar el contrato de arrendamiento.

1. Tres ejemplares del contrato de arrendamiento.
2. Original y copia a color de la cédula de identidad y certificado de votación del presidente de la asociación de la comuna Manantial de Colonche.
3. Copia del nombramiento otorgado por el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca al presidente de la comuna Manantial de Colonche.

5.5.1.7 Registro de la Asociación de Ganaderos “Vachalacas” en el Servicio de Rentas Interna.

Para que una asociación se registre en el Servicio de Rentas Interna SRI y obtener el Registro Único Contribuyente RUC, se debe presentar los siguientes requisitos:

1. Copia y original del acta constitutiva.
2. Copia y original de estatutos.
3. Copia y original del acta de elección de directiva.

4. Copia y original del nombramiento de directiva.
5. Copia y original del contrato de arrendamiento – (planilla de servicio básico-dirección).
6. Copia y original de cédula de identidad y papeleta de votación.
7. Formulario RUC 01-A.

Luego de haber cumplido con los requisitos dispuesto por la ley, la asociación puede realizar sus actividades comerciales de manera organizada.

5.5.1.8 Implementación

Con los requisitos antes mencionados se procede a realizar el trámite correspondiente:

1. Acudir al IEPS (Instituto de Economía Popular y Solidaria), ubicada en el Centro de Atención Ciudadana de La Libertad, para entregar el oficio al señor Dr. Hugo Jácome Estrella, Superintendente de Economía Popular y Solidaria, para la reservación del nombre de la Asociación. Este documento contiene el nombre de la asociación y dos nombres alternativos, puede haber el caso de que el nombre coincida con el de otra asociación, se espera por lo menos 15 días para que nos remitan el documento de aprobación del nombre.
2. La Superintendencia emite un documento donde ratifica o cambia el nombre de la asociación.
3. Se envía la documentación completa a la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.
4. Luego que la Superintendencia emite el acuerdo ministerial, la directiva provisional de la asociación debe convocar a elecciones para elegir su nueva directiva para continuar con el trámite.
5. La directiva de la asociación debe inscribirse en la página web de la Superintendencia para su legalización.
6. La directiva de la asociación debe acercarse al Servicio de Rentas Internas (SRI), para sacar el Registro Único Contribuyente (RUC).

5.6. PROCESO DE CONSTITUCIÓN.

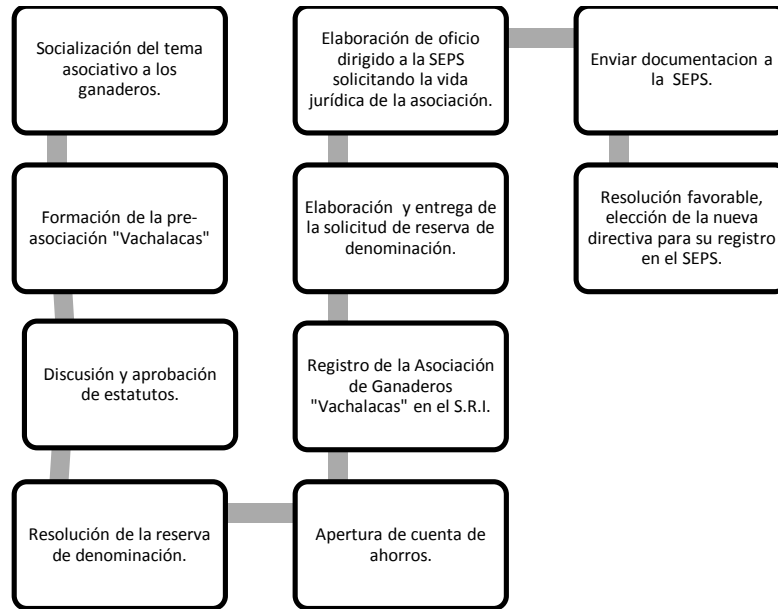


Figura 23. Resumen del proceso de la Asociación de Ganaderos "Vachalacas"

Fuente: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria
Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

5.7. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA ASOCIACIÓN DE GANADEROS "VACHALACAS".

De acuerdo al reglamento de la Ley de Economía Popular y Solidaria la estructura interna de la asociación es la siguiente:

El órgano de gobierno.- Está integrado por todos los socios, quienes se reunirán por lo menos una vez al año y extraordinariamente cuantas veces sea necesario.

Órgano directivo.- Es electo por el órgano del gobierno y está integrada por un mínimo de tres y máximo de cinco asociados, quienes se reunirán ordinariamente por lo menos una vez cada trimestre y extraordinariamente cuantas veces sea necesario, previa convocatoria efectuada por el presidente.

Órgano de Control.- Los integrantes del Órgano de Control son elegidos por el Órgano de Gobierno, en un número no mayor de tres asociados, quienes se reunirán por lo menos una vez cada trimestre y extraordinariamente cuantas veces sea necesario, previa convocatoria efectuada por el presidente.

Control interno.- El control interno de la asociación será ejercido por la auditoría interna cuando sea procedente de acuerdo a lo previsto en el reglamento de la Ley de Economía Popular y Solidaria.

Administrador.- El administrador, bajo cualquier denominación, es elegido por el órgano de gobierno y será el representante legal de la asociación.

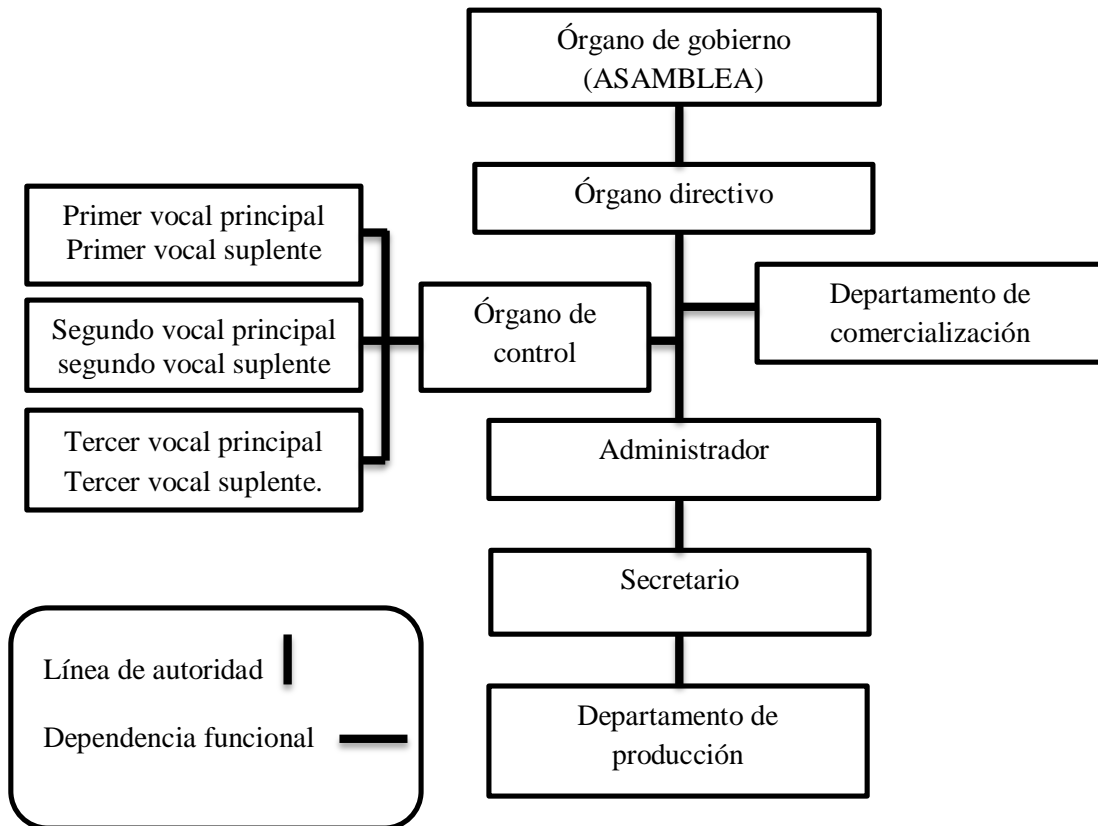


Figura 24. Orgánico Funciona.

Fuente: superintendencia de Economía Popular y solidaria
 Elaborado por: Ramón Flores catuto

5.8 DESCRIPCIONES DE FUNCIONES.

Funciones del área administrativa.

1. Hacer una evaluación periódica de proveedores para verificar el cumplimiento y servicios de estos.
2. Recibir e informar asuntos que tengan que ver con el departamento correspondiente para que haya la información y desarrollar bien el trabajo asignado.
3. Atender y orientar al público que solicite los servicios de una manera cortés y amable para que la información sea más fluida y clara.

Funciones de área de comercialización.

1. Planificar y dirigir adecuadamente las actividades del departamento para lograr los objetivos establecidos.
2. Buscar estrategias adecuadas de comercialización de los productos, de tal manera que se pueda obtener ganancias significativas en las ventas.
3. Determinar los canales de distribución más adecuados.
4. Establecer metas de ventas a costos razonables, de acuerdo a la capacidad de producción y demanda de los clientes.
5. Realizar investigaciones y análisis de mercado, con el fin de obtener proyecciones de ventas.
6. Preparar, actualizar e implementar el presupuesto de mercadeo, ventas y gastos del departamento, supervisa que las ventas sean mayor o igual de las presupuestadas y que los gastos se mantengan dentro de los límites establecidos.
7. Organizar y supervisar las compras de materiales e insumos para la producción.

5.9. PLAN DE ACCIÓN DE LA ASOCIACIÓN DE GANADEROS “VACHALACAS”.

Cuadro 6. Plan de Acción.

Plan de Acción de la Asociación de Ganaderos “Vachalacas”.						
Objetivo: Implementar estrategias de competitividad para el mejoramiento de la cadena productiva del sector ganadero de la comuna Manantial de Colonche.						
Objetivos estratégicos.	Estrategias	Actividades	Indicadores	Presupuesto	Duración	Responsable.
Alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas para gestionar beneficios hacia la asociación	Estrategia de formalización y vinculación interinstitucional.	Socialización del proyecto asociativo con los ganaderos de la comuna Manantial de Colonche.	Obtener la personería jurídica de la asociación de ganaderos “Vachalacas”	40,00	2 semanas	Junta directiva y administrador
		Constitución y legalización de la asociación.		700,00	8 meses	
	Estrategia de capacitación	Capacitación en el área administrativa, producción y comercialización.	Establecer capacitaciones para el personal de la asociación con las instituciones públicas y privadas	200,00	3 meses	Junta directiva y administrador.
Convenios con instituciones públicas y privadas	Elaborar proyectos para lograr obtener financiamientos Establecer convenios con instituciones públicas y privadas para recibir capacitaciones	Establecer lazos de cooperación				
Establecer un manual de flujo de proceso administrativo y producción.	Implementar maquinaria y tecnología de punta para la producción y administración de la	Desarrollar eficientemente las actividades administrativas y productivos de la asociación	Establecer un flujo proceso productivo Diseñar marca y logotipo para	200,00	2 meses.	Administrador

	asociación	Productos derivados de la ganadería con sello de Vachalacas	productos derivados de la ganadería.			
Estrategias de comercialización para la Asociación de Ganaderos "Vachalacas".	Segmentar el mercado.	Identificar las necesidades del cliente para competir en mercado.	Lograr homogenizar el mercado.	500,00	3 meses.	Administrador.
	Desarrollar productos.	Ofrecer productos de calidad y a precio razonable en el mercado	Logra posesionar sus productos a través de conseguir mercado peninsular.	800,00	4 meses.	Administrador.
	Desarrollar mercados.	Difundir medios de comunicación para dar a conocer los productos que ofrece Vachalacas.	Obtener una participación en el mercado en un 80% a través de sus productos.	800,00	6 meses.	Administrador.
	Introducción al mercado	Establecer comercialización y descuentos de los productos a ofrecer por parte de Vachalacas	Ejecutar campaña publicitaria y comercialización en un 100%	1200,00	6 meses.	Administrador.

Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

5.10. FUNDAMENTOS ESTRATÉGICOS DE LA PROPUESTA.

5.10.1. Análisis de la matriz FODA de Vachalacas.

La matriz FODA es una herramienta para análisis interno y externo de una empresa y está representada por Fortaleza. Oportunidades, Debilidades y Amenaza.

Factores interno.

Fortalezas

F.1 Actualización de conocimientos técnicos en fundamentos teóricos brindado por las instituciones públicas.

F.2 Personal calificado en manejo de ganado bovino con conocimientos ancestrales.

F.3 Tierras con escritura de posesión otorgado por parte de la comuna (tierras legalizadas).

F.4 Tierras fértiles para el cultivo de pasto.

F.5 Ganado de óptima calidad adaptada a las condiciones agroecológicas de la zona.

Debilidad.

D.1 Ausencia de infraestructura para la operación.

D.2 Escasez de recurso hídrico en la comunidad.

D.4 Desconocimiento del uso tecnológico.

D.5 Ausencia sobre el manejo de tecnología de punta que se utilizan para el cuidado del ganado bovino.

D.6 No existe planificación de presupuesto.

D.7 Escases de recursos económico por parte de los involucrados.

Factores externos

Oportunidades

- O.1 Capacitación a directivos y socios de la comuna.
- O.2 Apoyo por parte de gobierno descentralizado.
- O.3 Libre acceso en el mercado.
- O.4 Tecnologías de punta para innovar en los procesos agropecuarios.
- O.5 La aparición de inversionista nacional e internacional en nuestra comunidad.
- O.6 Ejecución de proyectos ganaderos.
- O.7 El Ecuador fue declarado libre de fiebre aftosa donde se podrá exportar al mercado internacional.
- O.8 Ofertar empleo de manera interna.
- O.9 Creación de diversas formas de financiamientos.

Amenazas

- A.1 Entidades bancarias se exceden en los requisitos para acceder a préstamos.
- A.2 Vías de acceso regular.
- A.3 Las actividades agropecuarias crecen en otras comunidades (competencia.)
- A.3 Inseguridad y pérdida del ganado bovino por el pastoreo a libre campo
- A. 5 Problema Agroecológico. (Pastizales)
- A.6 Aumento de precios de insumos ganaderos.

5.11. FUERZAS COMPETITIVA DE VACHALACAS, SEGÚN PORTER.

Según D’ALESIO (2008), las cinco fuerzas de Porter son: el ingreso de nuevos competidores, ingreso de productos sustitutos, la rivalidad entre los competidores, poder negociador de los proveedores y poder de negociación de los compradores.



Figura 25. Fuerza de PORTER

Fuente: Cinco fuerzas de Porter.
Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

5.11.1 Análisis de las cinco fuerzas competitivas de “Vachalacas” con base al modelo de Porter

5.11.1.1. Amenaza de entrada de nuevos competidores.

La aparición de nuevos competidores entre empresas, haciendas y asociaciones que ofrecen productos de iguales características, precios y presentaciones, mediante esta situación la Asociación de Ganaderos “Vachalacas” deberá incluir valor agregado en carne y leche implementando producciones agroindustrial garantizando la inocuidad y calidad y así poder tener ventaja competitiva en el mercado.

5.11.1.2. Rivalidad entre los competidores.

En el mercado existen un sin número de ganaderos tanto independientes asociados, empresa o hacienda y muchos de ellos tienen segmentado el mercado en la península, pero con una buena organización, capacitaciones, entre otros se podrá trabajar de manera eficiente.

Cuadro 7. Listados de empresas y asociaciones dedicadas la actividad ganadera.

RAZÓN SOCIAL	PARROQUIA	DIRECCIÓN
Avícola Fernández	Chanduy	Vía a Guayaquil
Mega Piedra	Santa Elena	Vía a Guayaquil
Asociación de agricultores progresistas “Loma Alta”.	Colonche	Loma Alta
Asociación agropecuaria Visión Integral	Colonche	Cabecera parroquial Colonche.
Asociación Agropecuaria Valle Manantial	Colonche	Manantial de Guangala.

Fuente: Mercado local.

Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

5.11.1.3. Poder de negociación de los proveedores

La asociación de ganaderos podrá ejercer poder de negociación con los proveedores para adquirir tecnología de punta, alimentos e insumos para la producción del ganado en la comuna Manantial de Colonche. Entre las principales distribuidoras en la provincia encontramos a Agripac, Agroveterinarias Gallito feliz, El Gato, El Pibe, El Corral, entre otras.

5.11.1.4. Poder de negociación con el cliente.

El presidente y la junta directiva se reunirán para establecer costo de producción de kg de carne bovina y así poder proyectar la rentabilidad, que son una herramienta útil para poder negociar, para esto se debe contar con un agente vendedor de quien se dependerá los primeros meses de funcionamiento.

5.11.1.5. Ingreso de producto sustituto

El producto sustituto que tendrá como competencia Vachalacas serán los productos orgánicos, además de carne de ave y pescado, con beneficios similares pero a precios bajos y estos haría que tenga un declive en la demanda del mercado.

5.12 ADOPCIÓN DE LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS PARA VACHALACAS.

La selección de los objetivos estratégicos fue adoptada de acuerdo a las metas a alcanzar en corto, mediano y largo plazo y fueron los siguientes:

Objetivo estratégico 1: Aprovechar las capacitaciones y el asesoramiento técnico que se tiene por parte de las instituciones del gobierno para la implementación de proyectos eficientes para el desarrollo de las actividades ganaderas y agro-productivas, además pactar con entidades públicas y privadas para la ejecución de proyectos que beneficien el desarrollo del sector ganaderos y la asociación Vachalaca.

Objetivo estratégico 2: Aprovechar el fortalecimiento de la organización para desarrollar e implementar proyectos eficientes para el desarrollo de la comunidad.

Objetivo estratégico 3: Aprovechar las cualidades del ganado bovino implementando tecnologías que permita mejorar las condiciones técnicas de manejo del ganado y comercialización de productos derivados de carne y leche.

Objetivo estratégico 4: Establecer proceso de producción que permita mejorar e incentivar a los socios de la asociación a innovar productos procesados de carne y leche.

Objetivo estratégico 5: Mejorar el clima asociativo para que los ganaderos puedan desarrollar sus actividades de campo de una forma organizada y comunicada generando confianza para la organización.

5.13 FORMALIZACIÓN DE ESTRATEGIAS.

La formalización de estrategias se desarrolló en función a los objetivos estratégicos seleccionados acorde a la probabilidad de que sean cumplidos y ejecutados para de esta manera aprovechar cada una de las fortalezas y oportunidades, y transformar las debilidades y amenazas en oportunidad para la asociación.

Estrategia 1.- Establecer convenios con instituciones de gobierno especialmente con el MAGAP, Agrocalidad, Prefectura de Santa Elena, SEPS, IEPS que estén vinculadas con las actividades realizadas por la asociación para que pueda ser beneficiada en capacitaciones, asesorías técnicas, iniciativa a procesos productivas y tener el fortalecimiento intelectual en desarrollo de las actividades empresariales de “Vachalacas”.

Estrategia 2.- Establecer una correcta planificación que permita aprovechar el fortalecimiento en las capacidades de los sistemas productivos, habilidades y experiencia de cada uno de los socios ganaderos, de esta manera mejorar la eficiencia de cada una de las ejecuciones del proyecto y poder lograr el propósito.

Estrategias 3.- Implementar tecnología dentro de la asociación, debe ser un producto orientado a satisfacer las necesidades de la organización y a su vez mediante la fabricación de productos innovadores de acuerdo a las necesidades del mercado. Se debe establecer convenios con entidades de gobierno que den respaldo a la asociación mediante la incorporación de elemento innovador.

Estrategias 4.- Establecer, implementar y ejecutar un manual que complete todo el proceso de actividades productivas del grupo asociativo y puedan cumplirse de

manera ordenada y cronológicamente para lograr un desempeño eficiente que permita ser reflejado en los resultado.

Estrategias 5.- Para lograr confianza mutua con todos los socios ganaderos, se debe a la cooperación y dedicación de cada uno de los integrantes, es necesario elaborar un plan asociativo con base sólida y estrategias de cooperación en apoyo mutuo, trabajo en equipo, que permita las gestiones en áreas agro productivas, administrativa y comercialización.

5.14. ESTRATEGIA DE MERCADO DE “VACHALACAS”

La Asociación de Ganaderos “Vachalacas” ha considerado importante la estrategia de mercado para dar a conocer sus productos, innovaciones y servicios que ofrece y así lograr una mayor participación en el mercado.

5.14.1 Productos

El producto principal que la Asociación de Ganaderos “Vacahalacas”, es la comercialización de ganado de calidad, leche y carne, además de productos elaborados y semi-elaborados para que sea captado por los comerciantes locales y provinciales, ya que la principal ventaja competitiva que tiene la Asociación por medio de los socios es tener ganado criollo resistente a la condiciones agroecológicos y es más rentable en su peso, con carne roja menos grasosa en comparación con el ganado cebú con mayor cuerpo y poco resistente a la sequía.

Característica del servicio de la Asociación de Ganaderos “Vachalacas”.

La Asociación de Ganaderos “Vachalacas” ofrecerá los siguientes servicios

- ✓ Personal capacitado constantemente.
- ✓ Buena imagen acogedor en atención personalizada con los clientes y proveedores.

- ✓ Mejora continua en el manejo de ganado bovino y sus derivados para mantener la calidad del producto.

5.14.2. Ciclo de vida del producto.

La Asociación de Ganaderos “Vachalacas” se caracteriza por ofrecer al mercado un producto de primera calidad considerado como primera línea y fácil salida mediante la demanda de los clientes y consumidores

En la primera fase (introducción) Vachalacas ofrecerá productos cárnicos, actividad que se encuentran ejecutando los socios ganaderos y demás personas en la comuna, en la segunda fase (crecimiento) el grupo asociativo ofrecerá productos elaborados y semielaborados de carne y leche donde deberán tener un proceso desde la recepción hasta obtener el productos final utilizando tecnología para realizar las actividades y en la tercera fase (madurez) Vachalacas implementará estrategias para mantenerse en el mercado meta.

5.14.3. Matriz de innovación.

La asociación empleará estrategias básicas para la oferta de sus productos, las cuales se detallan a continuación.

Producto núcleo.- Son aquellos productos cárnicos que se ofrecen al mercado y la Asociación sólo busca comercializar sus productos a través del principio de la oferta y la demanda.

Producto esperado.- La Asociación buscará establecer condiciones apropiadas como: brindar producto de calidad, descuentos y a precios módicos, de acuerdo a la exigencia del mercado para que tengan salida en el medio.

Producto ampliado.- la Asociación desarrollará una atención en preventa, postventa y una gama de diversificación de empaque de los productos elaborados y semielaborados que desarrolle (Vachalacas).

De igual manera para que Vachalaca obtenga y logre desarrollar ventaja competitiva en el mercado mediante la comercialización de los productos cárnicos se debe añadir características diferenciadoras e innovadoras en la presentación de los productos; la marca, Logo y slogan.



Figura 26. Etiqueta del producto

Fuente : Investigacion directa
Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

Slogan: Disfruta tu lomo 100% carne roja.

Estrategias para el desarrollo del producto.

1. Posesionar en el mercado la marca con su respectivo slogan.
2. Destacar mediante su presentación la elaboración artesanal tecnificada.
3. Ofrecer al mercado productos de calidad.
4. Establecer precios competitivos.
5. Diseñar e innovar productos de acuerdo a las necesidades del consumidor final.
6. El empaque será termo sellado, este garantizará al cliente un producto integro sin humedad

5.15. ESTRATEGIA DE PRECIO.

Precio

El precio que lanzará Vachalacas al mercado fue fijado de acuerdo a la competencia, para esto se utilizó la técnica observación directa y de acciones participantes donde se logró conocer los precios establecidos por el mercado.

Cuadro 8. Fijación de Precio.

Locales comerciales	Precio de la carne bovina por libra.
Avícola Fernández	\$ 3,75
Mega piedra	3,60
Gran Aki	3,69
Carnicería Palmar	3,50
Precio de Vachalacas	3,45

Fuente: Investigación directa.
Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

5.16. ESTRATEGIA DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO.

Plaza

Vachalacas para comercializar sus productos buscará vender en todas las cadenas de supermercados, tiendas, tercenas y ferias donde se expendan productos cárnicos y lácteos, para esto se tomó en consideración los siguientes mercados.

Mercado local.

1. La Libertad, debido a que representa el sector económico y comercial en especial de la provincia.
2. Insertar los productos en las tiendas, tercenas y mercados de la provincia
3. Implementar puntos de ventas donde los clientes y consumidores puedan demandar los productos.
4. Aprovechar las ferias provinciales realizadas por instituciones gubernamentales como el MAGAP y ESPS.

Mercado nacional

1. A nivel nacional el país es consumidor de carne donde existe un sin número de mercados, y para dar a conocer nuestro producto se utilizará páginas web y redes sociales para gestionar la comercialización de productos cárnicos y lácteos de la asociación.
2. Aprovechar ferias nivel internacional para dar a conocer los productos de Vachalacas.

Publicidad.

Medios radiales- La publicidad radial se lo realizará en dos medios de comunicación importantes que tengan sintonía a nivel local y nacional, y para lo cual se estima un costo de \$ 250 anuales.

Página web.- Vachalacas para promocionar sus productos se creará una página web (www.vachalacas.com.ec) medio ideal para difundir aspectos importantes concernientes a actividades, información empresarial, promociones, para que los clientes tengan conocimiento de los productos

Redes sociales.- Es el medio ideal que en la actualidad nos permite difundir de manera directa el productos, promoción y descuentos establecidos por la organización.

Volante.- Mediante distribución de volantes, trípticos en mercados y en las principales vías de la provincia se permitirá difundir a los clientes y consumidores los productos que ofrece Vachalacas.

5.17 CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

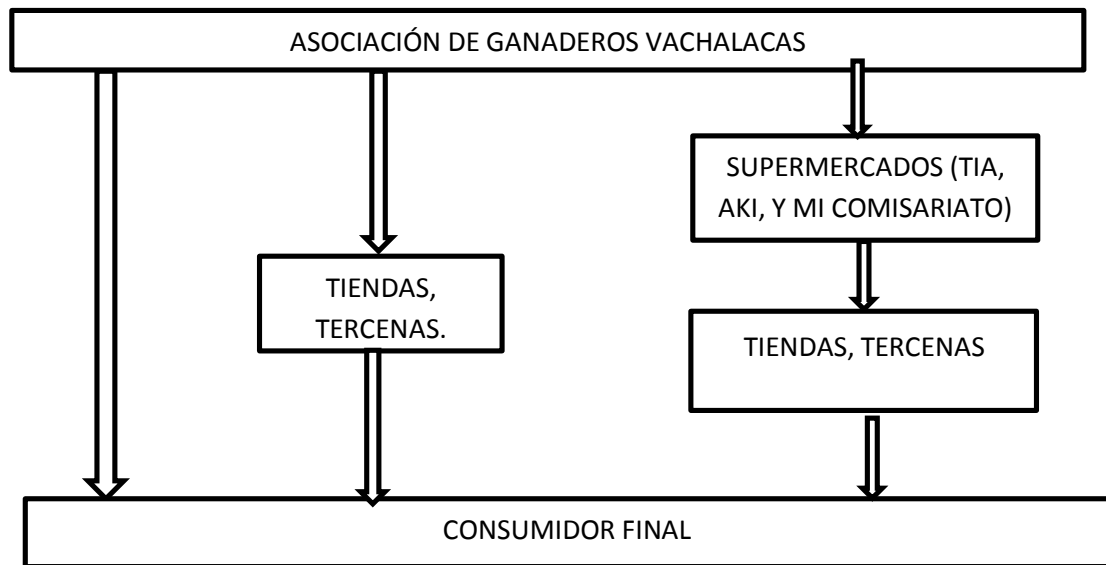


Figura 27. Canales de distribución

Fuente.: Estrategia de marketing
Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

Canal directo.- El canal directo de Vachalaca consiste en ofrecer leche, queso, dormida y nata directamente al consumidor final puesto que este medio es el más corto y beneficioso para este tipo de producto por ser de primera necesidad que no necesita ningún tipo de proceso tecnológico para la elaboración de los productos antes mencionados .

Canal indirecto corto.- Vachalacas ofrecerá productos al intermediario para implementar la cadena de distribución a nivel local empezando por los comerciantes de tercenas que compran directamente al ganaderos la cabeza de ganado y productos semielaborados para que ellos hagan llegar al consumidor final, de igual manera a las tiendas de la parroquia Colonche.

Canal indirecto largo.- Para que Vachalacas sea reconocido a nivel provincial y nacional ofrecerá servicios a los detallista (supermercados) como TIA, AKI y Mi Comisariato, ellos a su vez distribuyen a las tiendas y consumidores finales con sus respectivas etiquetas, slogan y marca del producto.

6. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO DE LA ASOCIACIÓN VACHALACA.

En este punto se debe recoger la información suficiente de carácter económico y financiero del proyecto de asociatividad para determinar su viabilidad económica. Se trata de determinar las condiciones de rentabilidad, solvencia y liquidez necesaria para llevar a cabo su ejecución.

6.1 PLAN DE INVERSIÓN.

Para todo proyecto es necesario un plan de inversión, el mismo que servirá como base y guía para orientarnos en el desarrollo del estudio.

La inversión total se detalla a continuación.

Cuadro 9. Inversión Total

Inversión Total	
Activo fijo	\$ 20.995,00
Activo diferido	2.850,00
Capital de trabajo	9.428,00
Total de inversión	\$ 33.273,00

Elaborado por: Ramón Flores Catuto

6.1.1. Inversión de activo fijo.

Los activos fijos estarán compuestos por las adquisiciones que se utilizarán para poner en marcha el proyecto y que son de larga duración, se ubican las inversiones de la construcción de la sede de la asociación Vachalacas y demás oficinas para el desempeño del trabajo.

Cuadro 10. Activos Fijos

Activos Fijos	
Construcción de la sede asociación "Vachalacas"	\$ 8.500,00
Maquinarias y herramientas	7.991,00
Muebles de oficinas	3.233,00
Equipos de Oficinas	1.271,00
Total de activos fijos	\$ 20.995,00

Elaborado por: Ramón Flores Catuto

La sede de la asociación de ganaderos Vachalacas será de vital importancia para el funcionamiento de sus funciones y para ellos se necesitan varias áreas que se detallan a continuación:

Cuadro 11. Inversión sede "Vachalacas"

Construcción de sede "Asociación Vachalacas".	
AREAS	Costo total
Administración	\$ 2.500,00
Producción	3.500,00
Almacenamiento	2.500,00
Total	\$ 8.500,00

Elaborado por: Ramón Flores Catuto

Las maquinarias y equipos que serán utilizados en el departamento de producción son:

Cuadro 12. Maquinaria y equipo.

Maquinarias y equipos			
Cantidad	Descripción	V. Unitario	V. Total
1	Cortadora y piadora de Carne	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
1	Balanza eléctrica 800 kg	1200	1200,00
1	Tanque para mezcla de Leche 500 litros	500	500,00
1	Esterilizador	2000	2000,00
1	Tanque de fermentación	700	700,00
1	Mesa de trabajos	1200	1200,00
1	Etiquetadora	750	750,00
1	Medidor de PH.	115	115,00
1	Termómetro	26	26,00
Total			\$ 7991,00

Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

Los muebles de oficinas que se utilizarán en los diferentes departamentos de la asociación Vachalacas para el desempeño del trabajo son:

Cuadro 13. Muebles de oficinas

Muebles de Oficinas			
Cantidad	Descripción	V. Unitario	V. Total.
2	Modulares ejecutivo	\$ 380,00	\$ 760,00
2	Escritorio	258,00	516,00
1	Caunter recepción	715,00	715,00
1	Butaca tentación cuádruple de espera	264,00	264,00
2	Silla hidráulica	140,00	280,00
4	Sillas para visita	42,00	168,00
2	Archivadores de 4 gavetas metálicas	265,00	530,00
TOTAL			\$ 3.233,00

Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

Los equipos de computación en el presente es una de las herramientas más utilizada en instituciones públicas y privadas para desarrollar el trabajo con mayor agilidad utilizando tecnologías de punta.

Cuadro 14. Equipos de Oficinas

Equipos de Oficina			
Cantidad	Descripción	V. Unitario	V. Total
2	Computadoras	\$ 450,00	\$ 900,00
1	Impresora	320,00	320,00
1	Teléfono	35,00	35,00
2	Calculadoras	8,00	16,00
Total			\$ 1.271,00

Elaborado por: Ramo Flores Catuto

6.1.2. Inversión de Activo diferido.

La inversión de activo diferido será para constituir la empresa, cuya recuperabilidad está condicionada generalmente por el transcurso del tiempo y que se convertirá en gasto.

Para esta inversión se consideró las siguientes cuentas.

Cuadro 15. Activos diferidos

Activos Diferidos	
Gasto de Constitución	\$ 1.400,00
Certificado de Cuerpo de Bombero	40,00
Certificado de Ministerio de salud	35,00
Certificado de Funcionamientos	125,00
Gasto de patente, marca y derecho.	1200,00
Gasto de Instalación	1.450,00
Adecuación del local	1.300,00
Otros	150,00
Total	\$ 2.850,00

Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

6.1.3. Capital de trabajo.

El capital de trabajo es importante en toda empresa para operar y realizar sus actividades, para el efecto del estudio Vachalaca toma en consideración las siguientes proyecciones.

Para estos se considera un administrador que planifique 2 vez al mes con aproximadamente de 5 horas diarias, una secretaria que servirán de ayuda para el administrador, un agente vendedor que me asesora y me seguimientos a mis potenciales clientes 2 veces a la semana, cada uno de ellos deberán presentar sus informes planificados al terminar sus actividades para su respectivos análisis.

Cuadro 16. Capital de trabajo.

Capital de trabajo				
Cantidad	Descripción	V. Unitario.	V. mensual	V. anual
Compra				
10	Vacas reproductoras	\$ 650	\$ 6.500,00	\$ 6.500,00
1	Toro reproductores	580	580,00	580,00
Gastos administrativos				
1	Administrador	20	40,00	800,00
1	Secretaria	15	30,00	360,00
Gasto de venta				
1	Vendedor	15	60,00	720,00
Servicio				
	Agua potable		15,00	180,00
	luz		6,00	72,00
	Teléfono		18,00	216,00
Total			\$ 7.273,00	\$ 9.428,00

Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

6.2. PLAN DE FINANCIAMIENTO.

Para poner en marcha la ejecución del proyecto se ha estimado un financiamiento para la inversión de \$33.729,00 de los cuales el aporte de los ganaderos será del 40% directamente de las ventas de reses bovina y sus derivados y el 60% serán gestionadas mediante gestiones financieras.

Cuadro 17. Fuente de financiamiento

Fuentes	%	Total
Aportación de socios ganaderos	0,40	\$ 13.491,60
Bancos	0,60	20.237,40
Total de inversión	1,00	\$ 33.729,00

Elaborado por: Ramón Flores Catuto

El préstamo bancario será gestionado mediante la CFN (Corporación Financiera Nacional) con un interés del 10%, plazo máximo de 5 años.

Cuadro 18. Amortización del préstamo CFN.

Amortización del préstamo CFN				
Capital	\$ 20.237,4			
Interés	10%	pago anual	1	
Plazo del plago	5 años	Cuotas	5	
Anual	Capital	Interés	Dividendo	Capital reducido
0				\$ 20.237,40
1	\$ 4.047,48	\$ 2.023,47	\$ 6.071,22	16.189,92
2	4.047,48	1.618,99	5.666,47	12.142,44
3	4.047,48	1.214,24	5.261,72	8.094,96
4	4.047,48	809,50	4.856,98	4.047,48
5	4.047,48	404,75	4.452,23	0
Total	\$ 20.237,4	\$ 6.071,22	\$ 26.308,62	

Elaborado por: Ramón Flores catuto.

6.3 INGRESOS

Los principales ingresos serán pro las diferentes actividades por parte de la asociación La asociación en estudio cuenta con 22 socios, donde se espera asociar a 78 ganaderos más, además la Asociación de ganaderos “Vachalacas” no solo dependerá de los socios activo al gremio para la venta de ganado bovino, sino que también se dedicará a la compra-venta de ganado, donde se espera vender 80 ganados anuales de los se proyectan vender 6 reses mensuales, Par esto se consideró los siguientes resultados dentro de los 80 ganado anuales se espera vender centran un promedio de 400Kg por cada ganado en pie, dando como resultado de 32000 kg anuales donde se consideró el precio de \$ 1,30 que determina el estudio de Fedegan en el Ecuador por cada kilo en pie obteniendo un ingreso de \$ 41.600,00

En cuanto a la producción de leche se estima vender 5.400 litros de leche anual, cada mes será de 450 litros y diario de 30 litros. Para justificar los valores se tomo en

cuenta las versiones de cada integrantes, manifestaron que en total son 22 socios y cada uno poseen entre 4 a 6 vacas hembras y consideran que cada vaca puede rendir de 1.5 litro de leche diario y que cada socio debe aportar para la asociación de 30 litros diarios. En cuanto al precio se determinó mediante el ganadero y la competencia del comerciante puerta a puerta donde el precio actual de litro de leche a domicilio esta en \$1,00 que ofrece el ganadero y el comerciante minorista de \$1,20 donde se consideró el precio promedio de \$1.10.

El servicio de acopio y venta de ganado con una balanza eléctrica consiste en alquilar las instalaciones para la venta de ganado, servicio que consiste en estabilizar las vacas con un día ante su venta, con la finalidad de vaciar sus estómagos y hacer peso electrónico real del ganado, servicio que en el medio se paga con el 1% de la transacción, considerando pesar 40 vacas al mes se obtendría como ingresos de \$ 2.340,00.

Otros ingreso para generar utilidades se obtendrá del costo de inscripción de ganadero \$ 15,00 y el aporte mensual \$ 5,00 esto generaría \$1.700 para el primer año.

Cuadro 19. Ingreso de la Asociación “Vachalacas”

cantidad	Detalle	Valor unitario	Valor anual
32000 kg	Ganados bovino en pie	\$ 1,30	\$ 41.600,00
50	Servicio de Montas de ganados bovinos	20	1.000,00
5400	litros de leche	1.10	5.940,00
40	Alquiler de balanza eléctrica		3.240,00
80	Inscripción	15	1.200,00
100	Aportaciones de socios activos	5	500
Valor Total			\$ 53.480,00

Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

Flujo de inversión del proyecto.
Asociación de Ganaderos de Vachalacas.

El estudio de viabilidad asociación Vachalacas de la comuna Manantial de Colonche como es nuevo en el mercado estima que tendrá un ingreso por las ventas realizadas de \$ 53.480,00 durante el primeros años, en el 2 año se eliminaran las aportaciones leche par parte de los ganaderos y el valor de las inscripciones por el tope de cupo de integrantes a la asociación, cuando la asociación de ganaderos a través de su cría hallan aumentado la población ganadera y segmentado el mercado por la aceptación de carne de calidad y leche pura, las cantidades aumentarían en un 20% a partir del tercer hasta el 4 año y un 40% a partir del 5 año.

Para este estudio la asociación definió tecnología óptima para el proyecto de acuerdo al volumen de ventas, el cual demandará de las siguientes inversiones.

Terreno \$ 15000,00 Sede de la Asociación \$ 8.500,00 Muebles y Equipos de computación \$ 5.572,00, Maquinarias \$ 7.291,00.

Costo

Los costos variables serán \$ 7.800,00 por la compra de los reproductores de ingreso a partir del incremento será de 25%. El costo fijo que estima la asociación es \$ 1.628,00 por servicios varios como luz agua y teléfono sin incluir la depreciación, la ampliación de la capacidades de un 30% de incremento en el 3 y 4 año y a partir del 5 en 35%

Los gastos de ventas

Sueldo de venta \$ 720, comisiones de venta \$ 120, publicidad y propaganda \$ 1.500, Mientras que las ventas de aumentan los gasto de ventas se incrementan en un 25%

Los gastos administrativos

Sueldo administrativos \$ 1.160,00, arriendo del local \$ 800,00, manteamiento y reparación de equipo de cómputo \$ 400,00, suministro de oficina \$ 450,00, materiales de oficina \$ 650,00.

Mientras que la venta se incrementa el gasto administrativo ascienden en un 20%

La legislación vigente permite depreciar los activos de la siguiente manera: obra física 2% anual, equipos de computación 5%, maquinaria 8%, vehículo 7%, los gastos puesta en marcha ascienden en un \$ 20.237.40.

La duración del proyecto es de 6 años, La tasa de impuesto de utilidades es del 15%.

El 60% de la inversión se financiara con un préstamo bancario a 5 años plazo con un interés de 10% anual y con pagos anuales de interés y capital.

Cuadro 20. Flujo de Proyecciones

Flujo de efectivos de proyecciones							
	0	1	2	3	4	5	6
Ingresos							
ventas totales		53480,00	46340,00	55608,00	55608,00	77851,20	77851,20
Total de ingresos		53480,00	46340,00	55608,00	55608,00	77851,20	77851,20
Costos							
Costo fijos		1628,00	1628,00	2116,00	2116,00	2856,74	2856,74
Costo variable		7800,00	7800,00	9750,00	9750,00	12187,5	12187,5
T. de costo de venta		9428,00	9428,00	11866,00	11866,00	15044,24	15044,24
Utilidad Bruta		44052,00	36912,00	43742,00	43742,00	62806,96	62806,96
Gasto de venta							
Sueldo de venta		720,00	720,00	900,00	900,00	1125,00	1125,00
Comisiones de ventas		120,00	120,00	150,00	150,00	187,50	187,50
Publicidad y propaganda		1500,00	1500,00	1875,00	1875,00	2343,75	2343,75
Total de gastos de venta		2340,00	2340,00	2925,00	2925,00	3656,25	3656,25
Gastos administrativos							
Sueldo Administrativo		1160,00	1160,00	1392,00	1392,00	1670,40	1670,40
Arriendo del local		800,00	800,00	960,00	960,00	1152,00	1152,00
Mantenimiento y reparación de equipo de computo		400,00	400,00	480,00	480,00	576,00	576,00
suministro de oficina		450,00	450,00	540,00	540,00	648,00	648,00
materiales de oficina		650,00	650,00	780,00	780,00	936,00	936,00
Total de gastos administrativos		3460,00	3460,00	4152,00	4152,00	4982,40	4982,40
Depreciación de obra física		320,00	320,00	368,00	368,00	423,20	423,20
Depreciación de muebles y equipos de computación		330,60	330,60	347,13	347,13	364,49	364,49
Depreciación de maquinaria		800,88	800,88	1001,10	1001,10	1251,36	1251,36
Depreciación de Vehículo		1750,00	1750,00	1890,00	1890,00	2041,20	2041,20
Gasto de amortización		300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Total de Gastos		9301,48	9301,48	10983,23	10983,23	13018,90	12718,90
Utilidad operacional		34750,52	27610,52	32758,77	32758,77	49788,06	50088,06
Participación de trabajadores 15%		5212,58	4141,58	4913,82	4913,82	7468,21	7513,21
Utilidad ante de impuesto		29537,94	23468,94	27844,95	27844,95	42319,85	42574,85
23% impuesto a la renta		6793,73	5397,86	6404,34	6404,34	9733,57	9792,22
Utilidad neta		22744,22	18071,09	21440,61	21440,61	32586,29	32782,64
Depreciación de obra física		170,00	170,00	170,00	170,00	170,00	170,00
Depreciación de muebles y equipos de oficina		225,20	225,20	225,20	225,20	225,20	225,20
Depreciación de maquinaria		639,28	639,28	639,28	639,28	639,28	639,28
Gasto de amortización		4047,48	4047,48	4047,48	4047,48	4047,48	4047,48
		27826,18	23153,05	26522,57	26522,57	37668,25	33817,12
Inversión inicial							
Obra física	-8500,00						
Muebles y equipos de oficinas	-4504,00						
Maquinarias	-7991,00						
Terreno	-18000,00						
Gastos de constitución	-20237,40						
Capital de trabajo	-9428,00						
Inversión Inicial	-68660,40	27826,18	23153,05	26522,57	26522,57	37668,25	33817,12

Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

Cuadro 21. Indicadores financieros

Asociación de ganaderos Vachalacas	
VAN	\$ 93.869,60
TIR	33%
R. B/C	\$ 1,68

Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

Cuadro 22. Punto de equilibrio venta de carne

Datos	Años					
	1	2	3	4	5	6
Ventas netas	\$ 53480	\$ 46340	\$ 55608	\$ 55608,00	\$ 77851,2	\$ 77851,2
Costo fijos totales						
Costo fijos	1628	1628	2116	2116	2856,74	2856,74
Gastos Administrativos	3460	3460	4152	4152	4982,4	4982,4
15% impuesto a trabajadores	5212,58	4141,58	4913,82	4913,82	7468,21	7513,21
23% impuesto a la renta	6793,73	5397,86	6404,34	6404,34	9733,57	9792,22
Total de costo fijos total	\$ 17094,3	\$ 27,43	\$ 17586,16	\$ 17586,16	\$ 25040,91	\$ 25144,56
Costo variable total						
Costo Variable	7800	7800	9750	9750	12187,5	12187,5
Gasto de venta	2340	2340	2925	2925	3656,25	3656,25
Total de costo variable total	\$ 10140	\$ 10140	\$ 12675	\$ 12675	\$ 5843,75	\$ 15843,75
Volumen de venta	80	80	96	96	134	134

Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

Cuadro 23. Resultado del punto de equilibrio.

Datos	1	2	3	4	5	6
Costos fijos totales	\$ 17094,3	\$ 14627,43	\$ 17586,16	\$ 17586,16	\$ 25.040,91	\$ 5144,56
PVU (Ventas totales/volumen de ventas)	668,50	579,25,00	579,25	579,25	580,98	580,98
CVU (Costo variable total/ volumen de venta)	126,75	126,75	132,03	132,03	118,24	118,24
formula punto de equilibrio en unidades vendidas						
PE= ((Costo fijo total/(PVU-CVU))	31,55	32,33	39,32	39,32	54,11	54,34
Formula punto de equilibrio en dólares						
PE=((Costo fijo total/(PVU-CVU/PVU))	25,58	25,56	30,37	30,37	43,12	43,29

Elaborado por: Ramón Flores Catuto.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

1. Las teorías de asociatividad pueden adaptarse al sector ganaderos de la comuna Manantial de Colonche, entre las que sobresale la teoría de ROSALES (2004) en el sentido de que para crear una asociación debe primar: una estrategia colectiva, carácter voluntario, resolución de problemas en conjunto y sin considerar el tamaño del asociado si no el deseo de formar un colectivo, ya que en esta propuesta según los cálculos es necesario que el número de asociados supere los 100 ganaderos.
2. El diagnóstico actual del sector ganadero permitió conocer que los ganaderos actúan de forma individual, se le dificulta acceder a crédito financiero; no existen un grupo organizativo que permita trabajar en conjunto, y no poseen criterios sobre información comercial en cuanto precio y pesos del ganado. También mostraron conocer los beneficios que representan estar asociados y evidenciaron interés en pertenecer a este colectivo.
3. Las herramientas estratégicas para este grupo asociativo permitirán cumplir a cabalidad las funciones organizacionales que mejorará la competitividad en la producción, comercialización de reses y sus derivados, y la toma de decisiones en las gestiones administrativas.
4. Para que la asociación de ganaderos “Vachalacas” genere ingresos tendrá que ofrecer producción (carne y leche) y servicios como: servicio de reproducción, alquiler de corrales, ejecución de proyectos y el aporte mensual de los integrantes, lo que según la proyección generaría como relación de costo

beneficio de \$1,68 es decir, por cada \$ 1,00 invertido se obtendrá \$ 0.68 de utilidad.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda proponer la asociatividad en la comuna Manantial de Colonche puesto que es una zona netamente ganadera, y que al estar legalmente asociados se trabajaran de forma organizada mediante cooperación de cada uno de los integrantes de “Vachalacas” donde se podrán alcanzar los objetivos comunes planeados.
2. Los integrantes del grupo asociativo deben utilizar las estrategias como herramientas que les permitan tener un mejor desenvolvimiento en las funciones asignadas y ser competitivos en la producción, comercialización de reses y derivados de calidad dando una buena imagen como organización.
3. Cumplir los principios, valores y reglamentos organizacionales de la Asociación de Ganaderos “Vachalacas” que les permitan tener mayor confiabilidad dentro del grupo asociativo trabajando de forma organizada para alcanzar los objetivos propuestos por la entidad.
4. Para mantener en funcionamiento la asociación es necesario generar ingreso de \$ 53.480,00 anual entre venta de carne, leche, servicio de monta, servicio de corral, aporte de socios mensual e inscripciones por socios que dentro de las proyecciones en estudio; estos permitirá obtener una rentabilidad para los ganaderos y la asociación, mejorando calidad de vida de quienes la integran.

BIBLIOGRAFÍA.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE. 2011. Agricultura y Ganadería del Ecuador. Consultado el 2 de febrero del 2015. Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/56603035/AGRICULTURA-Y-GANADERIA-DEL-ECUADOR>.

MINISTERIO DE COORDINACIÓN DE LA PRODUCCIÓN EMPLEO Y LA COMPETITIVIDAD. 2011. Agendas para la Transformación Productiva Territorial-Provincia de Santa Elena. Consultado el 16 de abril del 2015. Disponible en: <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/AGENDA-TERRITORIAL-SANTA-ELENA.pdf>.

PLAN NACIONAL PARA EL BUEN VIVIR 2013-2017. Objetivo N° 10 Impulsar la transformación de la matriz productiva. Consultado el 23 de abril del 2015. Disponible en: <http://www.biess.fin.ec/files/ley-transparencia/plan-nacional-del-buen-vivir/Resumen%20PNBV%202013-2017.pdf>

HERNÁNDEZ S., FERNÁNDEZ C., Y BAPTISTA M. 2003. Metodología de la Investigación. McGraw Hill ed. México 703 p.

JOAQUÍN PALACIO J, VIVERO E Y MONTOYA A. 2012. Conceptualización colectiva de la asociatividad empresarial: posiciones diversas y nuevos planteamientos. Universidad EAN. Ed. Colombia. 178 p.

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL. 2005. Análisis espacial de las características económicas de las comunas de la península de Santa Elena. Consultado el 17 de mayo del 2015. Disponible en: <http://www.franjacostera.com.ec/informacion/estudios/politicas-publicas/InformeFinal.pdf>

LOZANO A. 2010. Modelos de asociatividad: estrategias efectivas para el desarrollo de las Pymes. Revista EAN. Consultado el 12 de junio del 2015. Disponible en: http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-81602010000100014&scrit=sci_artte

xtHÉCTOR MURCIA. 1987. La administración de empresas asociativas de producción agropecuaria. Ed. Costa Rica. 190 p.

POLITICA FISCAL Y ESTRATEGIA COMO FACTOR DE DESARROLLO DE LA MEDIANA EMPRESA COMERCIAL SINALOENSE. UN ESTUDIO DE CASO. 2012. Metodología cualitativa. Consultado el 18 de junio del 2015. Disponible en: http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/metodologia_cualitativa.html.

INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACIÓN PARA LA AGRICULTURA. IICA. 2004. La administración de la empresa asociativa. Modulo N° 6. Ed. Paraguay. 115 p.

ARCHIVO DE CATEGORÍA 2013. Diseño de investigación. Consultado el 23 de julio del 2015. Disponible en: <http://bianneygiraldo77.wordpress.com/category/capitulo-iii/>.

GRUPO MORZING CORPORATION. 2011. METODO ANALITICO DE LA INVESTIGACION. Consultado el 25 de julio del 2015. Disponible en: <http://gmorzingc.blogspot.com/2011/10/metodo-analitico-de-la-investigacion.html>

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE TAMAULIPAS. 2009. Desarrollo Estratégico para la Investigación Científica. Consultado el 30 de julio del 2015. Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/15952439/53/Historico-Logico>.

PSICOLOGÍA ONLINE 2011. Definición de la entrevista. Consultado el 30 de julio del 2015. Disponible en: <http://mentepsicologia.blogspot.com/2011/08/que-es-la-entrevista.html>.

TAMARI M. 2012. ASSOCIAHEDRA, TAMARI LAMARI LATTICES AND RELATED STRUCTURES. Consultado el 17 de noviembre del 2015. Disponible en: [http://reader.ebib.com/\(S\(yn5f2lwcoxi41oq4pz1vb2my\)\)/Reader.aspx?p=1030241&o=2458&u=595388&t=1447773473&h=FE9412D418A95B1B2F8BEFD93EA063624F1BAC6A&s=39985010&ut=8337&pg=1&r=img&c=-1&pat=n&cms=-1&sd=2](http://reader.ebib.com/(S(yn5f2lwcoxi41oq4pz1vb2my))/Reader.aspx?p=1030241&o=2458&u=595388&t=1447773473&h=FE9412D418A95B1B2F8BEFD93EA063624F1BAC6A&s=39985010&ut=8337&pg=1&r=img&c=-1&pat=n&cms=-1&sd=2)

AMERICAN AUTOMOBILE ASSOCIATION. 2019. Objective – C Programming for DUMMIES. Consultado el 17 de noviembre del 2015. Disponible en: [http://reader.ebib.com/\(S\(kyc5hiusn4zajesmfm5dqfsb\)\)/Reader.aspx?p=469455&o=2458&u=595388&t=1447773859&h=FD9F9DA4628BDB089FC70EA593EAF921807D1135&s=39985010&ut=8337&pg=1&r=img&c=-1&pat=n&cms=-1&sd=2](http://reader.ebib.com/(S(kyc5hiusn4zajesmfm5dqfsb))/Reader.aspx?p=469455&o=2458&u=595388&t=1447773859&h=FD9F9DA4628BDB089FC70EA593EAF921807D1135&s=39985010&ut=8337&pg=1&r=img&c=-1&pat=n&cms=-1&sd=2)

MUÑOZ L. 2006. Uso de marca como herramienta para apoyar estrategias competitivas en turismo comunitario. Consultado el 17 de noviembre del 2015. Disponible en: [http://reader.ebib.com/\(S\(gkyqqeze0yfmeqpmhsxbyjps\)\)/Reader.aspx?p=359187&o=2458&u=595388&t=1447774357&h=763F26EF961D474FA7F6F134E8679F3AEEF0DC&s=39985010&ut=8337&pg=1&r=img&c=-1&pat=n&cms=-1&sd=2](http://reader.ebib.com/(S(gkyqqeze0yfmeqpmhsxbyjps))/Reader.aspx?p=359187&o=2458&u=595388&t=1447774357&h=763F26EF961D474FA7F6F134E8679F3AEEF0DC&s=39985010&ut=8337&pg=1&r=img&c=-1&pat=n&cms=-1&sd=2)

JULIAN D. 2008. Distribution Channels, Understanding and Managing Channels to Market, consultado el 17 de noviembre del 2015. Disponible en: [http://reader.ebib.com/\(S\(0s1o444j1bmcnzqj2wscmqwh\)\)/Reader.aspx?p=363248&o=2458&u=595388&t=1447774481&h=B6A4672FDB05642FB74431D42F8D40DDA45EDB6D&s=39985010&ut=8337&pg=1&r=img&c=-1&pat=n&cms=-1&sd=2](http://reader.ebib.com/(S(0s1o444j1bmcnzqj2wscmqwh))/Reader.aspx?p=363248&o=2458&u=595388&t=1447774481&h=B6A4672FDB05642FB74431D42F8D40DDA45EDB6D&s=39985010&ut=8337&pg=1&r=img&c=-1&pat=n&cms=-1&sd=2)

Cristopher Martin. 2003. Marketing: A Complete Guide. Consultado el 17 de noviembre del 2015. Disponible en; [https://reader.ebib.com/\(S\(0kbenducc3cu vktui2vtihyf\)\)/Reader.aspx?p=296445&o=2458&u=595388&t=1447775344&h=BCCEA63E87D85B3D479D7C7D9E741EAB6B02A0A3&s=39985010&ut=8337&pg=1&r=img&c=-1&pat=n&cms=-1&sd=](https://reader.ebib.com/(S(0kbenducc3cu vktui2vtihyf))/Reader.aspx?p=296445&o=2458&u=595388&t=1447775344&h=BCCEA63E87D85B3D479D7C7D9E741EAB6B02A0A3&s=39985010&ut=8337&pg=1&r=img&c=-1&pat=n&cms=-1&sd=)

Anexos

Formato 1A. Modelo de la entrevista.



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIA**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS
Y AGRONEGOCIOS.**

Buenos días/tardes soy **Ramón Flores Catuto** estudiante egresado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena de la Carrera de Ingeniería en Administración de Empresas Agropecuarias y Agronegocios, y estoy conversando con profesionales como usted, sobre temas de importancia en general, y todo cuanto me pueda decir será de mucha utilidad.

1.- Le voy a mencionar unas palabras, por favor, respóndame con lo primero que le venga a la mente. Por ejemplo si yo digo:

**Trabajo.....
Familia.....
Ministerio.....**

**Ganadería.....
Asociatividad.....**

2.- ¿Cómo ve usted el sector agropecuario en la provincia de Santa Elena?

.....
.....
.....
.....

3.- ¿Qué opinión tiene usted a cerca del sector ganadero en la provincia de Santa Elena?

.....
.....
.....
.....

4.- ¿Qué instituciones son las que apoyan al sector ganadero en la provincia de Santa Elena?

.....
.....
.....
.....

5.- ¿Cuál es su colaboración en el sector ganadero de la Provincia de Santa Elena?

.....
.....
.....
.....

6.- ¿Qué sugerencia daría para incrementar el desarrollo de la ganadería en la Provincia de Santa Elena?

.....
.....
.....
.....

7.- ¿Cómo ve usted el tema de Asociatividad de ganaderos en la Provincia de Santa Elena?

.....
.....
.....

8.- ¿Qué opinión tiene sobre la formación de una asociatividad ganadera bovina en la comuna Manantial de Colonche?

.....
.....
.....

9.- ¿Qué ventajas y desventajas tendría?

.....
.....
.....

10.- ¿Conoce usted sobre la existencia de instituciones que apoyen o impulsen asociatividad en la provincia de Santa Elena?

.....
.....
.....

11.- ¿Qué recomendaciones daría usted a los ganaderos de la comuna Manantial de Colonche acerca de la asociatividad?

.....
.....
.....

¡MUCHAS GRACIAS!!!

DATOS:

NOMBRE:
TELÉFONO:
DIRECCIÓN:.....
SEXO:
OCUPACIÓN:
LUGAR DE TRABAJO:
PROFESIÓN:

Formato 2A. Modelo de la encuesta.



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIA
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS
Y AGRONEGOCIOS.**

Objetivo. Identificar las necesidades del sector ganadero, utilizando la encuesta como instrumento para poder determinación de la viabilidad del proyecto “propuesta de asociatividad para los ganaderos de la comuna Manantial de Colonche, cantón Santa Elena”.

Pregunta 1.- ¿Posee usted ganado bovino?

Si () No ()

Pregunta 2.- ¿Cuánto ganado posee actualmente?

RANGOS DE NÚMEROS DE GANADOS	SELECCIÓN
1-3	
4-6	
7-9	
10-12	
13-15	
16-18	
19-21	
22-25	
Más de 25	

Pregunta 3 ¿Cómo maneja actualmente su ganado?

Forma tradicional..... Forma técnica.....

Pregunta 4 ¿De qué instituciones posee asesoría técnica al momento de enfrentar problemas de enfermedades bovinas?

Instituciones públicas..... Instituciones privadas.....

Pregunta 5 ¿Conoce usted instituciones que hayan intervenido en el sector ganadero para el desarrollo de la actividad?

SI ()

NO ()

CÚAL?_____

Pregunta 6.- ¿Dentro de estas instituciones que se detallan a continuación, ha recibido ayuda para el mejoramiento técnico del ganado bovino?

INSTITUCIONES	SELECCIÓN
Magap	
Agrocalidad	
Municipio de Santa Elena	
Prefectura	
Gobernación	
Otros	

Pregunta 7.- ¿Si alguna persona le propusiera un proyecto asociativo, le gustaría ser partícipe de este?

SI () NO ()

Pregunta 8.- ¿Conoce usted los beneficios que se posee a estar asociados legalmente?

Si () No ()

9.- Dentro de los beneficios ¿cuáles de estos considera usted que son importantes al estar asociados?

BENEFICIOS	SELECCIÓN
Participar en equipo	
Tener mayor poder de negociación	
Bojos costo de insumos ganaderos	
Mayor productividad	
Mejoramientos genéticos de ganado bovino	
Otros	

10. ¿Considera usted que al estar asociados mejoraría los ingresos al ofrecer un producto de calidad?

Si () No ()

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

Si () Tal vez () No ()

12. ¿Considera usted que si las personas se prepararan puedan ofrecer productos excelentes al mercado?

Si () Tal vez () No ()

13. ¿Considera usted que es necesario identificar las necesidades de sus clientes?

Siempre () A menudo () Rara vez () Casi nunca () Nunca ()

14. ¿Cree conveniente que todos conozcan procesos tecnológicos?

Si () Tal vez () No ()

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

Si () Tal vez () No ()

MUCHAS GRACIAS!!!



Figura 3A. Corrales si técnicas de manejo



Figura 4A. Abastecimiento de ganado en época de sequía



Figura 3A. Ganado en campo libre.



Figura 4A. Ordeño de forma ancestral



Figura 5A. Productores con mayor número de ganado.



Figura 6A. Recolección de información de campo



Figura 7A. Socialización del proyecto a ganaderos



Figura 8A. Socialización del proyecto al programa PEFA



Figura 9A. Entrevista a la encargada del PEFA



Figura 10A. Entrevista al responsable de, Programa de erradicación de la fiebre aftosa