



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**“PROPUESTA DEL PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LA ACTIVIDAD
GANADERA DE LA COMUNA SAN MARCOS, PARROQUIA COLONCHE,
CANTÓN SANTA ELENA-PROVINCIA
DE SANTA ELENA, AÑO 2015”.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN
Previo a la obtención del título de:
INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

**AUTOR: MILTÓN SEBASTIÁN TOMALÁ MÉNDEZ
TUTOR: ECON. WILLIAM CAICHE ROSALES, MSc.**

**LA LIBERTAD – ECUADOR
AÑO 2015**

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**“PROPUESTA DEL PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LA ACTIVIDAD
GANADERA DE LA COMUNA SAN MARCOS, PARROQUIA
COLONCHE, CANTÓN SANTA ELENA-PROVINCIA
DE SANTA ELENA, AÑO 2015”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del título de:

INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL

**AUTOR: MILTÓN SEBASTIÁN TOMALÁ MÉNDEZ
TUTOR: ECON. WILLIAM CAICHE ROSALES, MSc.**

LA LIBERTAD – ECUADOR

AÑO 2015

La libertad 05 de Noviembre de 2014

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, **“PROPUESTA DEL PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LA ACTIVIDAD GANADERA DE LA COMUNA SAN MARCOS, PARROQUIA COLONCHE, CANTÓN SANTA ELENA-PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015”** elaborado por el Sr. Miltón Sebastián Tomalá Méndez, egresado de la Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, esté cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....
Econ. William Caiche Rosales, MSc.

TUTOR

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de Titulación o Graduación **“PROPUESTA DEL PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LA ACTIVIDAD GANADERA DE LA COMUNA SAN MARCOS, PARROQUIA COLONCHE, CANTÓN SANTA ELENA-PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015”**, elaborado por quien escribe la presente, declara que los datos, análisis, opiniones y comentarios que constan en este trabajo de investigación son de exclusiva privacidad, responsabilidad legal y académica del autor. No obstante es patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La libertad 03 de Febrero del 2015

Atentamente

.....
Miltón Sebastián Tomalá Méndez

c.c 092093520-2

TRIBUNAL DE GRADO

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

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

Econ. William Caiche Rosales, MSc.
PROFESOR TUTOR

Ing. Soraya Linzán Rodríguez, MSc.
PROFESORA DE ÁREA

Ab. Joe George Espinoza Ayala.
SECRETARIO GENERAL

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo se lo dedico en primer lugar a DIOS, que día a día me provee de vida, salud y bienestar para cumplir con mis metas propuestas.

En segundo lugar a mis padres que me dieron su apoyo incondicional para terminar con éxito la última etapa universitaria.

Milton Tomalá

AGRADECIMIENTO

Agradezco de forma especial a la Universidad Estatal Península de Santa Elena por haberme dado la oportunidad de educarme con excelencia para llegar a ser una persona de éxito.

Así mismo agradezco al Econ. William Caiche, quien compartió sus conocimientos sobre el ámbito asociativo, lo cual me permitió direccionarme hacia el cumplimiento de mi objetivo.

Milton Tomalá

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**“PROPUESTA DEL PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LA ACTIVIDAD
GANADERA DE LA COMUNA SAN MARCOS, PARROQUIA
COLONCHE, CANTÓN SANTA ELENA-PROVINCIA
DE SANTA ELENA, AÑO 2015”**

Autor: Miltón S. Tomalá Méndez
Tutor: Econ. William Caiche R. MSc.

RESUMEN

El propósito de la investigación se enfoca en el desarrollo de un Plan de Asociatividad para la actividad ganadera de la comuna San Marcos y Barbascol, de la parroquia Colonche, desarrollando de una forma adecuada su distribución, fomentando el emprendimiento de Asociatividad y cooperación entre sus integrantes y además de abastecer a precios competitivos sus productos en el mercado local y provincial. Para esto fue necesario determinar el problema tomando en cuentas las diferentes dificultades de cooperación mutua que se presentan entre los comuneros que se dedican a la actividad de crianza y comercialización del ganado vacuno, también se planteó la sistematización, la hipótesis y la Operacionalización de las variables, con lo que se definió el marco referencial donde se detalla la parte teórica que determina antecedentes y datos históricos del objeto de estudio, y la legal en las que se describen las reglas que deben cumplir las asociaciones. Para fundamentar el objeto de estudio se aplicó las técnicas de investigación en base a una ficha de observación, formularios de entrevistas y encuestas estructuradas, que mediante la tabulación y representación gráfica se obtuvieron resultados precisos del trabajo de estudio, lo mismo que permitió establecer la matriz FODA, la competitiva, la de posicionamiento, la BCG y las fuerzas de Porter, permitiendo analizar la parte interna y externa de la asociación, y las mismas que a su vez ayudaron a determinar las diferentes estrategias, tales como la de competitividad que permite la innovación constante y aumenta el nivel competitivo en el ámbito organizacional, la producción ayuda a producir a mayor escala y a ofrecer productos de calidad, la de comercialización permite estructurar una mejor distribución y dar una excelente atención a los clientes, dichas estrategias tienen el fin de mejorar los procesos productivos de manera sustentable y sostenible y por ende obtener mayores ingresos económicos que ayuden al desarrollo de la calidad de vida de los ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i			
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii			
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	iii			
TRIBUNAL DE GRADO	iv			
DEDICATORIA	v			
AGRADECIMIENTO	vi			
RESUMEN	vii			
ÍNDICE GENERAL	viii			
ÍNDICE DE TABLAS	xiii			
ÍNDICE DE CUADROS	xv			
ÍNDICE DE DIAGRAMAS	xx			
ÍNDICE	DE	ILUSTRACIONES	xxii
ÍNDICE	DE	ANEXOS	xxiii
INTRODUCCIÓN	1			
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN.	2			
Tema	2			
El problema.	2			
Planteamiento del problema.	2			
Formulación del problema	5			
Sistematización del problema.	5			
Justificación del tema.	6			
Objetivos.....	7			
Objetivo general.....	7			
Objetivo específico.....	8			
Hipótesis.....	8			
Variable independiente.....	9			
Variable dependiente.....	9			
Operacionalización de las variables	10			
MARCO TEÓRICO	12			
CAPÍTULO I	12			

1.1	ANTECEDENTE DEL TEMA	12
1.1.1	Antecedentes históricos de la comuna San Marcos.	14
1.1.2	Actividades económicas de la comuna.	14
1.1.3	Aspecto agropecuario dentro de la comuna.....	16
1.2	ETIMOLOGÍA DE LA ASOCIACIÓN.....	18
1.2.1	Definición de Asociatividad	19
1.2.2	Importancia de la Asociatividad.....	20
1.2.3	Objetivo de la Asociatividad.....	20
1.2.4	Características de la Asociatividad.....	21
1.2.5	Ventajas de la Asociatividad.....	21
1.2.6	Desventajas de la Asociatividad.....	22
1.2.7	Claves de éxito de la Asociatividad.....	22
1.2.8	Causas del fracaso en la Asociatividad.....	23
1.2.9	Restricción de la Asociatividad.....	23
1.2.10	Modalidad de la Asociatividad.....	24
1.2.11	Proceso de Asociatividad.....	26
1.2.12	Rol del Estado y otras Instituciones en el proceso de Asociatividad.....	27
1.2.13	La asociatividad como alianza voluntaria para la competitividad.....	27
1.2.14	Emprendimiento asociativo.....	27
1.2.15	Producción Asociativa.....	28
1.3	MEJORAMIENTO DE PRODUCCIÓN DE GANADO VACUNO....	28
1.3.1	La competitividad.....	28
1.4	LAS ESTRATEGIAS COMPETITIVAS.....	32
1.4.1	Estrategias de producción.....	32
1.5	ANÁLISIS SITUACIONAL DEL PROCESO ESTRATÉGICO.....	33
1.5.1	Matriz Grupo Consultor de Boston (BCG).....	33
1.5.2	Matriz FODA.....	34
1.5.3	Liderazgo.....	37
1.5.4	Cadena de Valor.....	38
1.6	FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	42
1.6.1	Constitución del Ecuador 2008.....	42
1.6.2	Plan Nacional de Desarrollo/Plan Nacional-el Buen Vivir 2013-2017..	43
1.6.3	Código Orgánico de la producción, 2010.....	45

1.6.4	Ley de Economía Popular y Solidaria.....	47
1.6.5	Ley Orgánica de Educación Superior 2010, (LOES).....	49
CAPÍTULO II.....		50
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....		50
2.1	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	50
2.2	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	50
2.3	TIPO DE LA INVESTIGACIÓN.....	51
2.3.1	Por el Propósito.....	51
2.3.2.	Por el Nivel.....	51
2.3.3.	Por el Lugar.....	52
2.4	MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	52
2.4.1	Método de Observación.....	52
2.4.2	Método Deductivo – Inductivo.....	53
2.4.3	Método histórico lógico.....	53
2.4.4	Alcance de la investigación.....	53
2.5	TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN.....	54
2.5.1	Fuentes Primarias.....	54
2.6	Instrumentos de la investigación.....	56
2.7	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	56
2.7.1	Población.....	56
2.7.2	Tamaño de la población.....	56
2.7.3	Muestra.....	57
2.8	PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	59
CAPÍTULO III.....		60
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.		60
3.1	ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN.....	60
3.2	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS ENTREVISTA GRUPALES.....	62
3.3	ANÁLISIS DE RESULTADOS ENTREVISTAS A PROFECIONALES.....	65
3.4	ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA EXTERNA.....	77
3.5	ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA INTERNA.....	99
3.6	CONCLUSIONES.....	120
3.7	RECOMENDACIONES.....	122
CAPÍTULO IV.....		123

4.1	PROPUESTA DEL PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LA ACTIVIDAD GANADERA DE LA COMUNA SAN MARCOS, PARROQUIAS COLONCHE, CANTÓN SANTA ELENA-PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015.....	123
4.2	ASPECTOS BÁSICOS.....	124
4.2.1	Justificación.....	124
4.2.2	Objetivos.....	126
4.3	ASPECTO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.....	126
4.4	ADMINISTRACIÓN DE LA PROPUESTA.....	127
4.4.1	Planificación.....	127
4.4.2	Recursos.....	127
4.4.3	Metodología de la implementación del Plan Asociativo.....	127
4.5	EL PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LA ASOCIACIÓN.....	129
4.6	FUNDAMENTOS ORGANIZACIONALES DE LA ASOCIACIÓN..	129
4.6.1	Filosofía Empresarial de la Asociación de ganaderos “ASOGANVAC .	129
4.6.2	Proceso de Asociatividad.....	131
4.6.3	Formalización de la asociación.....	133
4.7	PROPUESTA ESTRATÉGICA.....	144
4.7.1	Análisis F.O.D.A de “ASOGANVAC” (Asociación de ganaderos vacunos en la comuna San Marcos).....	145
4.7.2	Matrices de análisis para la Asociación.....	146
4.7.3	Cinco Fuerzas de Porter de “ASOGANVAC” (Asociación de ganaderos vacuno en la comuna San Marcos).....	153
4.7.4	Cadena de Valor de la Asociación.....	156
4.7.5	La Generación de las estrategias competitivas a partir de la MATRIZ FODA para Asociación “ASOGANVAC”.....	159
4.8	DECISIÓN DE ADOPCIÓN DE LAS ESTRATEGIAS ASOCIATIVAS COMPETITIVAS PARA “ASOGANVAC”.....	162
4.9	APLICACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS PARA LA “ASOGANVAC”.....	163
4.10	LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE ASOCIATIVIDAD.....	163
4.11	PROCESOS PRODUCTIVOS DE ASOGANVAC”.....	180
4.11.1	Fase de Crianza.....	181
4.11.2	Fase de Faenamiento.....	181
4.11.3	Estrategia de Precio.....	183

4.11.4	Fase de Distribución y Comercialización.....	185
4.12	PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DE LA ASOCIACIÓN.....	188
4.13	ESTUDIO ECONÓMICO TÉCNICO.....	189
4.14	ESTUDIO DE MERCADO.....	192
4.14.1	Definición de mercado meta en números de hogares.....	192
4.14.2	Determinación de la demanda.....	194
4.14.3	Determinación del precio.....	196
4.14.4	Distribución.....	197
4.15	ESTUDIO ECONÓMICO.....	198
4.15.1	Integración de los asociados.....	198
4.15.2	Determinación de los Activos Fijos Requeridos.....	199
4.15.3	Determinación del capital de trabajo para la Asociatividad.....	201
4.15.4	Determinación de la inversión para implementar la Asociatividad.....	206
4.15.5	Determinación de los ingresos aplicando la asociatividad.....	207
4.15.6	Estados Financieros Aplicando la Asociatividad.....	208
4.15.7	Estados de Resultado.....	208
4.15.8	Flujo de Efectivo.....	210
4.15.9	Determinación del VAN, TIR y método de recuperación.....	211
4.15.10	Escenarios optimistas del Proyecto.....	212
	CONCLUSIONES.....	215
	RECOMENDACIONES.....	216
	BIBLIOGRAFÍA	217
	ANEXOS.....	220

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1 Tamaño de la población.....	56
TABLA N° 2 Tamaño de la muestra.....	57
TABLA N° 3 Edad del género	77
TABLA N° 4 Sexo del ganadero encuestado	78
TABLA N° 5 Ventajas en la comercialización del ganado	79
TABLA N° 6 Desventajas en la comercialización del ganado.....	80
TABLA N° 7 Estrategias para mejorar la producción y comercialización ..	81
TABLA N° 8 Gestiones para mejorar la productividad y comercialización	82
TABLA N° 9 La asociatividad como medio para fomentar la productividad	83
TABLA N° 10 La asociatividad como medio para fomentar la comercialización	84
TABLA N° 11 Recomendaciones-mejorar producción y comercialización	85
TABLA N° 12 Definición de los beneficios para los ganaderos.....	86
TABLA N° 13 Acciones recomendables a los ganaderos.....	87
TABLA N° 14 Compra productos cárnicos.	88
TABLA N° 15 Compra productos lácteos.	89
TABLA N° 16 Dispuesto a comprar carne a la Asociación.	90
TABLA N° 17 Dispuesto a comprar leche a la Asociación.	91
TABLA N° 18 Frecuencia que compra y consumen carne vacuno.....	92
TABLA N° 19 Frecuencia que compra y consumen leche.	93
TABLA N° 20 Lugar donde compra leche.....	94
TABLA N° 21 Lugar donde compra carne.	95
TABLA N° 22 Tipo de presentación y envase prefieren.	96
TABLA N° 23 Lo que más y menos le gusta del producto (Leche).	97
TABLA N° 24 Lo que más y menos le gusta del producto (Carne).	98
TABLA N° 25 Edad del género	99
TABLA N° 26 Sexo del ganadero encuestado	100
TABLA N° 27 Las principales actividades en el sector rural	101

TABLA N° 28 Afirmaciones de la actividad ganadera.....	102
TABLA N° 29 Consideraciones de la crianza del ganado (aspecto positivo)	103
TABLA N° 30 Consideraciones de la crianza del ganado (aspecto negativo)	104
TABLA N° 31 Ventajas en la producción de ganado vacuno.....	105
TABLA N° 32 Desventajas en la producción del ganado vacuno.	106
TABLA N° 33 Factores influyen en el desarrollo de la ganadería.....	107
TABLA N° 34 Destino los productos ganaderos	108
TABLA N° 35 Mejorar la producción y comercialización	109
TABLA N° 36 Gestiones para mejorar la productividad y comercialización.	110
TABLA N° 37 La asociación - fomentar la productividad y Comercialización.....	111
TABLA N° 38 recomendaciones para mejorar la Comercialización	112
TABLA N° 39 Acciones para mejorar la producción	113
TABLA N° 40 Instituciones que apoyan al desarrollo de la ganadería	114
TABLA N° 41 Definen de los beneficios para los ganaderos.....	115
TABLA N° 42 Problema a solucionar en primer lugar	116
TABLA N° 43 Problema a solucionar en segundo lugar	117
TABLA N° 44 Problema a solucionar en tercer lugar	118
TABLA N° 45 Acciones recomendables	119

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1 Operacionalidad de la variable independiente	10
CUADRO N° 2 Operacionalidad de la variable dependiente	11
CUADRO N° 3 Festividades y Comidas Típicas de la Comuna.....	15
CUADRO N° 4 Matriz F.O.D.A.	34
CUADRO N° 5 Matriz de Evaluación de los Factores Internos	36
CUADRO N° 6 Matriz de Evaluación de los Factores Externos	36
CUADRO N° 7 Matriz Comparativa de DOFA.....	37
CUADRO N° 8 Definición de las formulas de la población finita e infinita.	57
CUADRO N° 9 Proceso de Asociatividad	132
CUADRO N° 10 Nomina de la Directiva	135
CUADRO N° 11 FODA de la Asociación de ganaderos “ASOGANVAC”	145
CUADRO N° 12 Matriz MEFI	147
CUADRO N° 13 Matriz MEFE	149
CUADRO N° 14 Matriz de Posicionamiento.....	152
CUADRO N° 15 Matriz Estratégica	159
CUADRO N° 16 Objetivos estratégicos	162
CUADRO N° 17 Estrategias de Implementación Asociativa	163
CUADRO N° 18 Estrategias de producción	164
CUADRO N° 19 Estrategias de personal.....	171
CUADRO N° 20 Programa de Capacitación	171
CUADRO N° 21 Programa de Capacitación (corte y manipulación / producto).	174
CUADRO N° 22 Programa de Capacitación para planificación de proyectos.	176
CUADRO N° 23 Estrategias corporativa de crecimiento interno	178
CUADRO N° 24 Estrategias de productos.....	180
CUADRO N° 25 Precio de la competencia.....	184
CUADRO N° 26 Plan de Acción General.....	187

CUADRO N° 27 Presupuesto de la propuesta	188
CUADRO N° 28 Disponibilidad de ganado.....	191
CUADRO N° 29 proyección de la disponibilidad de ganado anual	191
CUADRO N° 30 proyección de la disponibilidad de ganado anual	192
CUADRO N° 31 proyección de la reposición del ganado anual	192
CUADRO N° 32 Determinación del número de hogares consumidores (carne)	192
CUADRO N° 33 Mercado meta por frecuencia de compra (Carne).....	193
CUADRO N° 34 Determinación del número de hogares consumidores (leche).....	193
CUADRO N° 35 Mercado meta por frecuencia de compra (leche).	193
CUADRO N° 36 Segmentación del mercado Colonche, Manglaralto por números de hogares.....	194
CUADRO N° 37 Definición de la demanda de carne.	195
CUADRO N° 38 Definición de la demanda de leche.	196
CUADRO N° 39 Precio de “ASOGANVAC”.	196
CUADRO N° 40 Distribución de los productos.	197
CUADRO N° 41 Aportes del socio por cuota.....	198
CUADRO N° 42 Presupuesto de Inversión	200
CUADRO N° 43 Costos de Servicios Básicos.....	201
CUADRO N° 44 Gastos por suministros de oficina	202
CUADRO N° 45 Costo de producción.....	203
CUADRO N° 46 Presupuesto de Gastos Administrativos	204
CUADRO N° 47 Gastos Operacionales	205
CUADRO N° 48 Capital de trabajo	206
CUADRO N° 49 Financiamiento.....	206
CUADRO N° 50 Amortización.....	207
CUADRO N° 51 Presupuesto de ingresos por Ventas.....	207
CUADRO N° 52 Valor porcentual destinado para el pago de la Deuda....	208
CUADRO N° 53 Estado de Resultado	209
CUADRO N° 54 Flujo de Efectivo	210

CUADRO N° 55 Cálculo del VAN.....	211
CUADRO N° 56 Cálculo del TIR.....	212
CUADRO N° 57 Escenarios optimista	212
CUADRO N° 58 Estados de Resultado comparativos con y sin asociatividad.....	213
CUADRO N° 59 Referencial de datos para el estado resultado sin asociatividad.....	213
CUADRO N° 60 Población.....	240
CUADRO N° 61 Muestra para la encuesta según el rango de edades	240
CUADRO N° 62 Operacionalización de las variables	241

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N°1	Edad del género	77
GRÁFICO N°2	Sexo del ganadero encuestado.....	78
GRÁFICO N°3	Ventajas en la comercialización del ganado.....	79
GRÁFICO N°4	Desventajas en la comercialización del ganado	80
GRÁFICO N°5	Estrategias-mejorar la producción y comercialización	81
GRÁFICO N°6	Gestión-mejorar la productividad y comercialización	82
GRÁFICO N°7	La asociatividad-medio-fomentar la productividad.	83
GRÁFICO N°8	La asociatividad-medio-fomentar la comercialización	84
GRÁFICO N°9	Recomendaciones-mejorar producción y comercialización.....	85
GRÁFICO N°10	Definición de los beneficios para los ganaderos.	86
GRÁFICO N°11	Acciones recomendables a los ganaderos.....	87
GRÁFICO N°12	Compra productos cárnicos.	88
GRÁFICO N°13	Compra productos lácteos.	89
GRÁFICO N°14	Dispuesto a comprar carne a la Asociación.....	90
GRÁFICO N° 15	Dispuesto a comprar leche a la Asociación.....	91
GRÁFICO N°16	Frecuencia que compra y consumen carne vacuno	92
GRÁFICO N°17	Frecuencia compra y consume leche.....	93
GRÁFICO N°18	Lugar donde compran leche.	94
GRÁFICO N° 19	Lugar donde compran carne.	95
GRÁFICO N°20	Tipo de presentación y envase prefieren.	96
GRÁFICO N°21	Lo que más y menos le gusta del producto (leche).	97
GRÁFICO N°22	Lo que más y menos le gusta del producto (Carne).	98
GRÁFICO N°23	Edad del género	99
GRÁFICO N°24	Sexo del ganadero encuestado.....	100
GRÁFICO N°25	Las principales actividades en el sector rural.....	101
GRÁFICO N°26	afirmaciones de la actividad ganadera.....	102
GRÁFICO N°27	Consideraciones-crianza del ganado (aspecto positivo)	103

GRÁFICO N°28 Consideraciones-crianza del ganado(aspecto negativo)..	104
GRÁFICO N°31 Ventajas en la producción de ganado vacuno.....	105
GRÁFICO N°30 Desventajas en la producción de ganado vacuno.	106
GRÁFICO N°31 Factores influye en el desarrollo de la ganadería	107
GRÁFICO N°34 Destino los productos ganaderos	108
GRÁFICO N°33 Mejorar la producción y comercialización	109
GRÁFICO N°34 Gestiones-mejorar la productividad y comercialización	110
GRÁFICO N°35 La Asociación-fomentar la productividad y comercialización.	111
GRÁFICO N°38 Acciones para mejorar la Comercialización.....	112
GRÁFICO N°37 Acciones para mejorar la producción	113
GRÁFICO N°38 Instituciones que apoyan al desarrollo de la ganadería ..	114
GRÁFICO N°39 Definen mejores beneficios para los ganaderos	115
GRÁFICO N°40 Problema a solucionar en primer lugar.....	116
GRÁFICO N°41 Problema a solucionar en segundo lugar	117
GRÁFICO N°42 Problema a solucionar en tercer lugar	118
GRÁFICO N°43 Acciones recomendables	119

ÍNDICE DE DIAGRAMAS

DIAGRAMA N°1 Proceso Asociatividad.....	26
DIAGRAMA N°2 Diamante de la competitividad fuerzas de Porter	31
DIAGRAMA N°3 Matriz grupo consultor de Boston.....	33
DIAGRAMA N°4 Actividades básicas y de apoyo según el modelo de cadena de valor de m. Porter	41
DIAGRAMA N°5 Metodología de la implementación.....	128
DIAGRAMA N°6 Estructura Organizacional Propuesta	136
DIAGRAMA N°7 Modelo de Asociatividad	142
DIAGRAMA N°8 Fuerzas Porter	155
DIAGRAMA N°9 Cadena de Valor de “ASOGANVAC”	156
DIAGRAMA N°10 flujo de proceso de faenamiento.	182
DIAGRAMA N°11 Estrategia de precio	183
DIAGRAMA N°12 Flujo de las operaciones económicas de “ASOGANVAC” en la cría de ganado bovino para el faenamiento y comercialización.	186
DIAGRAMA N°13 flujo de ordeño	190

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN N° 1 Logo de la “ASOGANVAC”	129
ILUSTRACIÓN N° 2 Participación Relativa en el Mercado.....	151

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1 Ficha de observación.....	221
ANEXO N° 2 Guías/Pauta.	222
ANEXO N° 3 Formato de entrevistas a Profesionales.....	223
ANEXO N° 5 Formato de encuestas externas.....	224
ANEXO N° 5 Formato de Encuestas Internas	226
ANEXO N° 6 Acta de sesión de la primera Asamblea Constitutiva.....	228
ANEXO N° 7 Acta de sesión de la segunda Asamblea Constitutiva.	229
ANEXO N° 8 Acta de sesión de la tercera Asamblea Constitutiva.	230
ANEXO N° 9 Estatutos de “ASOGANVAC”	231
ANEXO N° 10 Solicitud de Reserva de Nominación.....	236
ANEXO N° 11 Carta de aceptación de la asociación “ASOGANVAC”. 237	237
ANEXO N° 12 Logo y Slogan de la Asociación	238
ANEXO N° 13 Formatos de control veterinario.	239
ANEXO N° 14 Datos de la Población Económicamente Activa (PEA). ..	240
ANEXO N° 16 Datos de la muestra.	240
ANEXO N° 16 Operacionalización de las variables.....	241
ANEXO N° 17 Fotografías de la visita de observación del entorno.....	242
ANEXO N° 18 Fotografías de la entrevista a profesional.	243
ANEXO N° 19 Fotografía encuestas y análisis FODA de “ASOGANVAC”	244

INTRODUCCIÓN

El tema de investigación plantea el problema de cooperación y Asociatividad existente en la comuna San Marcos y Barbascol, debido a la inadecuada planificación y organización en el sector ganadero de la comuna, se hace necesario establecer un Modelo de Asociatividad, que apoye y ayude a este sector a desarrollarse por lo tanto para determinar las diferentes estrategias competitivas se desarrolló los siguientes capítulos:

El Capítulo I, contiene el marco teórico del trabajo de estudio, con su variable independiente de las estrategias competitivas, definiendo la conceptualización de la asociatividad, las características y la aplicación de los diferentes modelos y su importancia entre el Modelo Competitividad de Michael Porter, previo el análisis de las diferentes matrices que aporten al desarrollo de la variable dependiente como es el mejoramiento de la producción del ganado vacuno.

El Capítulo II, se estableció la metodología de la investigación, donde se considera el diseño cuanti-cualitativo y se determina la población y la muestra para la aplicación de una ficha de observación que sirva para analizar de forma general la actividad ganadera en la comuna San Marcos y Barbascol, a su vez también se aplicó los formatos de entrevistas y encuestas utilizando los métodos deductivo e inductivo para lograr el objetivo de la investigación.

El Capítulo III, se realizó el procesamiento de datos estadísticos y la representación gráfica de los resultados de la investigación, lo mismo que permite analizar y ampliar el criterio dando forma a las diferentes opiniones de expertos y conocedores del tema de la actividad ganadera, para profundizar y obtener pautas para las posibles soluciones a los problemas que presenta el objeto de estudio.

El Capítulo IV, se ostenta la propuesta del Plan de Asociatividad para los comuneros que se dedican a la actividad ganadera con las diferentes estrategias asociativas y competitivas a utilizar, su cronograma mediante un plan de acción y presupuesto de las diferentes actividades y responsables de su control.

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN.

Tema.

La incidencia de las estrategias asociativas competitivas en el mejoramiento de la producción de ganado vacuno, la implementación de un Plan de Asociatividad para la comuna San Marcos y Barbascol, parroquia colonche, provincia de Santa Elena. Año 2015.

El problema.

¿Cómo inciden las estrategias asociativas competitivas en el mejoramiento de la producción de ganado vacuno, de la comuna San Marcos y Barbascol, de la parroquia colonche, provincia de Santa Elena. Año 2015?

Planteamiento del problema.

La ganadería en el país es una actividad familiar y se realiza desde hace décadas, de generación en generación hasta en la actualidad, con el pasar del tiempo se ha tecnificado por el acceso a la tecnología en insumos de calidad lo que hace que el incremento de producción sea más eficiente.

Por otra parte las estrategias son importantes en el sector productivo rural la ganadería de las comunas debe ser competitiva en el mercado local y regional de

la provincia. Sin embargo, esto carece de mercadeo por que posee un desacelerado crecimiento en las actividades ganaderas, debido a la limitada planificación de estrategias en la asociación de ganaderos en la comuna San Marcos y Barbascol.

Durante mucho tiempo en la comuna San Marcos a pesar del manejo empírico que los ganaderos aplican en la producción del ganado vacuno, no se han planificado estrategias que permitan mejorar la calidad del producto y tampoco se ha realizado un diagnóstico participativo, debido al desconocimiento de estrategias de cadenas productivas, formulación de planificación de alimentación y cuidados, que deben aplicarse en la productividad del ganado vacuno en la zona rural de San Marcos.

A raíz de esas causas se genera un bajo nivel en los procesos organizacionales que asegurarían la gestión, la productividad y la competitividad de los ganaderos, ni se establecerían estrategias idóneas para desarrollar la producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de la actividad ganadera como impone la ley de economía popular y solidaria.

La baja producción de leche y carne es otro de los problemas que se diagnostica en la actividad ganadera no abastece para elaborar productos derivados, por lo tanto se les ha hecho imposible crear su propia marca y patentes, donde se detallan las características como: contextura, precio, peso y guía nutricional que les permita identificar su producto en el mercado, esto trae consigo efectos que son notables por que poseen un bajo nivel de diversificación y comercialización de productos que les ayude a desarrollarse, a crecer, y ser competitivos.

A través del tiempo ha decrecido la calidad genética del ganado y cada vez su tamaño es más reducido teniendo así, poca competitividad y participación en el mercado local ya que esto se ha venido dando por la tala de ganado y la crianzas

tradicional que aún persiste en algunos casos, el uso inadecuados de los recursos naturales que se pierde su productividad, el limitado conocimiento técnico de capacitación y el monitoreo continuo en crías de ganados son diversos problemas hacen que la venta de ganado tenga menos garantía, que a su vez esto dificulta que los ganaderos obtengan acceso al crédito productivo, a la tecnología con procesos de producción, menos asistencia y capacitación técnica, exponiéndose a un mayor riesgo interno y externo que produce la baja calidad de la actividad ganadera rural.

Los ganaderos tienen debilidad en conocimiento técnico y productivo ya que la capacitación que han recibidos son pocas, por otra parte existen una cultura individualista que hace difícil socializar ideas sobre el trabajar en equipo y la visión que deben seguir para cumplir con sus objetivos. Además, existe la falta de motivación de los comuneros que ayude a sumar esfuerzos y a compartir ideales que den respuestas colectivas, debido a que no hay buenas expectativas para su desarrollo. Una limitada disponibilidad de recursos que no les permite auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos por el alto costo esto ocasiona que los ganaderos ofrezcan una pequeña cantidad de ganado, por lo que regularmente no reciben un buen precio de los productos en el mercado local.

De persistir con los problemas, al no diseñar estrategias con las que se ayuden a alcanzar los objetivos comunes de los ganaderos de la comuna San Marcos, no se planificará la integración y coordinación de los actores, metas compartidas, productos con atributos especiales de calidad, transferencia de tecnología y el poder de negociación, entre otros. Por consiguiente, tampoco se implementará la cadena productiva como la verdadera organización de las actividades ganaderas, impulsando su desarrollo económico y social de la Asociación de ganaderos de ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol “ASOGANVAC”.

Formulación del problema

¿Cómo inciden las estrategias asociativas competitivas en la producción de ganado vacuno de la comuna San Marcos y Barbascol, de la parroquia Colonche, provincia de Santa Elena. Año 2015?

Sistematización del problema.

- ¿Cómo inciden las estrategias asociativas competitivas en la producción de ganado en la comuna San Marcos y Barbascol, de la parroquia Colonche, provincia de Santa Elena. Año 2015?.
- ¿De qué manera afectan las estrategias competitivas de enfoque en la Asociación de ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol, de la parroquia Colonche, provincia de Santa Elena. Año 2015?.
- ¿Qué factores influyen en la reproducción de ganado vacuno en la comuna San Marcos y Barbascol, de la parroquia colonche, provincia de Santa Elena. Año 2015?.
- ¿Qué elementos influyen en la producción de ganado vacuno en la Asociación de ganaderos la comuna San Marcos y Barbascol, de la parroquia Colonche, provincia de Santa Elena. Año 2015?.
- ¿Cómo influye un plan asociativo en la Asociación de ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol, de la parroquia Colonche, provincia de Santa Elena. Año 2015?

Justificación del tema.

En las observaciones sobre la actividad ganadera en la comuna San Marcos y Barbascol, se tiene el interés de encontrar no sólo la estructura de las relaciones entre los actores sociales vinculados a la actividad productiva, sino específicamente el contenido relacionado con el trabajo y el conocimiento. Por ello, la investigación se justifica teóricamente porque se describirán conceptualizaciones sobre la transformación de la actividad ganadera rural que puedan manejar los actores a través de acciones asociativas.

La metodología de estudio fue planeada desde el inicio de la exploración para que esta fuera una investigación factible, pero el tiempo interacción con los actores rurales ganaderos y las observaciones, recomendaciones, ejecución de las estrategias competitivas, que se llevaran a cabo, mostraran hallazgos interesantes que no es posible dejar pasar sin reflexionar sobre ellos, a fin de obtener aprendizajes y orientaciones para experiencias posteriores que están aflorando en las comunas peninsulares.

La investigación propuesta busca mediante el estudio teórico obtener los conocimientos básicos sobre la importancia, así como también las ventajas que tienen las estrategias y su aplicación, que permita diseñar estrategias competitivas asociativas para la Asociación de ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol "ASOGANVAC".

El objetivo es buscar el mejoramiento de la cadena productiva de los pequeños ganaderos de la Asociación de ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol "ASOGANVAC" con el fortalecimiento del sector, mediante las estrategias asociativas, que les permita ser competitivos en el mercado local y regional logrando así su desarrollo, crecimiento en un entorno globalizado y cambiante.

Por consiguiente, la justificación práctica de la investigación es que implicará las estrategias asociativas competitivas en la producción y comercialización de ganado vacuno de la Asociación de ganaderos en la comuna San Marcos y Barbascol, que por sus capacidades limitadas, principalmente en planificación de estrategias es aún más relevante.

Se aprovechara de su propio potencial de mercado que dependerá de la calidad del producto cárnico y leche obtenido por medio de la crianza del ganado vacuno, técnicas de innovación y conocimiento especializado para el desarrollo competitivo y sustentable de la actividad ganadera rural mediante las estrategias asociativas competitivas.

Con el propósito de colaborar con los ganaderos de la comuna, destacando la importancia del presente documento, en el cual se propone el diseño de estrategias asociativas competitivas y la aplicación en el sector ganaderos, permitiendo así mejorar la producción, comercialización del ganado vacuno y fortaleciendo, logrando así su desarrollo, crecimiento y por ende ser competitivos en el entorno donde se desempeña la Asociación de pequeños ganaderos “ASOGANVAC” en la comuna San Marcos y Barbascol de la provincia de Santa Elena.

Objetivos.

Objetivo general.

Evaluar incidencia de las estrategias asociativas competitivas para mejorar la producción de ganados vacunos, mediante, y un estudio de diagnóstico de ganaderos para la implementación de un plan de Asociatividad de ganaderos en la comuna San Marco y Barbascol; parroquia colonche, provincia de Santa Elena. Año 2015.

Objetivo específico.

- Determinar cómo inciden las estrategias asociativas competitivas en la producción de ganado vacuno en la comuna San Marcos y Barbascol, en la parroquia colonche, provincia de Santa Elena. Año 2015.
- Diagnosticar de qué manera afectan las estrategias competitivas de enfoque en la Asociación de ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol, en la parroquia colonche, provincia de Santa Elena. Año 2015?.
- Identificar qué factores influyen en la producción de ganado en la comuna San Marcos y Barbascol, en la parroquia colonche, provincia de Santa Elena. Año 2015?.
- Establecer Qué elementos influyen en la producción de la Asociación de ganaderos la comuna San Marcos y Barbascol, de la parroquia colonche, provincia de Santa Elena. Año 2015?.
- Identificar cómo influye un plan asociativo en la Asociación de ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol, de la parroquia Colonche, provincia de Santa Elena. Año 2015?

Hipótesis.

Las estrategias asociativas competitivas de enfoque, inciden en mejorar la producción de ganado vacuno, en los ganaderos de la comuna san Marcos y Barbascol; parroquia Colonche, provincia de Santa Elena. Año 2015.

Las variables son aquellas propiedades que poseen ciertas características o particularidades y son susceptibles de medirse u observarse, las variables indican los aspectos relevantes del fenómeno en estudio y que está en relación directa con el planteamiento del problema.

A partir de ello se selecciona las técnicas e instrumentos de información para la ejecución del problema en estudio.

Variable independiente

Las estrategias competitivas

Variable dependiente

Mejorar la producción de ganado vacuno

Operacionalización de las variables

CUADRO N° 1 Operacionalidad de la variable independiente

HIPÓTESIS	VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
Como inciden las estrategias asociativas competitivas de enfoque, en mejorar la producción de ganado vacuno, en los ganaderos en la comuna San Marcos y Barbascol; parroquia Colonche, provincia de Santa Elena. Año 2015.	Mejoramiento de la producción de ganado vacuno	El mejoramiento de la producción del ganado vacuno es una actividad que pretende generar recursos económicos y generar el mejor nivel de vida de los socios que forman la asociación	Antecedentes	Ubicación geográfica Sitios Turísticos	¿Cuáles son los antecedentes de la comuna?	Entrevistas
			Actividades económicas	La cría del ganado vacuno.	¿Cómo se realizan las actividades económicas de la comuna?	Entrevistas
				Comercialización empírica.	¿Qué tipo de ganado vacuno se comercializan?	Entrevistas
			Producción Asociativa	Tipos de Ganado	¿Cómo se realiza la producción asociativa?	Entrevistas
				Etimología de Asociación Características	¿Cuál es el sistema ambiental que se desarrolla en la zona?	Entrevistas
			Sistema Ambiental	Producción de Alimentos.	¿De qué manera se realiza la producción agropecuaria?	Entrevistas
Aspecto Agropecuario	Productos agrícolas Niveles de producción					

Fuente: Datos de la Operacionalización de la Variable Independiente

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

CUADRO N° 2 Operacionalidad de la variable dependiente

HIPÓTESIS	VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
Como inciden las estrategias asociativas competitivas de enfoque, en mejorar la producción de ganado vacuno, en los ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol; parroquia Colonche, provincia de Santa Elena. Año 2015.	Las estrategias asociativas competitivas	Las estrategia asociativas competitivas son aquellas que determinan las metas y objetivos básicos de largo plazo de las organizaciones, con la acción y la asignación de recursos necesarios para lograr dichas metas, esto se lograra trabajando en grupo utilizando técnicas formuladas y adoptadas para mejorar la productividad en una organización.	Las estrategias	Competitivas Modelo Competitivo Cadena de Valor	¿Qué son las estrategias competitivas?	Libros Encuestas
			Proceso de Asociatividad	Claves Causas	¿Cómo se ejecuta el proceso de Asociatividad?	Libros Entrevistas
			Alianzas estratégicas	Restricciones Modalidad Liderazgo	¿Cómo se aplican las alianzas estratégicas?	Documentos/ Bibliografía
			Rol del estado	Análisis situacional	¿Cuál es el rol del estado en la producción del ganado vacuno?	Encuestas Entrevistas

Fuente: Datos de la Operacionalización de la Variable Dependiente
Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO I

1.1 ANTECEDENTE DEL TEMA

La Asociatividad tiene sus inicios desde el siglo XIX a mediados del siglo pasado, esta gestión surge debido al desarrollo de las actividades que comenzaron a realizarse en los barrios marginados. En los años 60 comienza a surgir intentos de participación social y en el año 1964 la ley de Asociaciones, mientras que en los 70 se registró un incremento de los grupos ciudadanos, que durante el tiempo y luchas se mejoró su calidad de vida y a partir de los años 80 se produjo una crisis general en las tendencias sociales, por no tener una base legal fortalecida. (López de Aguilera, 1990). Determina que a partir de los años 90 la asociatividad tuvo una reactivación puesto que se centró en los valores de la Solidaridad, Seguridad y Libertad de las sociedades contemporánea.

El conocimiento de los historiales de la asociatividad, permite desarrollar un vínculo en la participación social, Económica, política y cultural entre las personas; los antecedentes de la asociatividad registran que el ser humano necesitó asociarse desde las épocas primitivas con la finalidad de conseguir objetivos comunes, logrando así los medios de subsistencia y el arreglo social. La Asociatividad se viene dando desde el momento que el hombre creó la necesidad, a través del tiempo, de la especialización del conocimiento y pensamientos del ser humano, con este desarrollo, creció aceleradamente se creó diferentes modelos de asociarse, que permitió un mejor funcionamiento en las organizaciones que ayuden al desarrollo de las actividades administrativas y productivas de manera Eficaz. Para fundamentar el concepto de asociatividad analizamos lo que (Rosales, 2009) manifiesta:

“La Asociatividad es un mecanismo de cooperación empresarial en el cual cada una de las empresas que participan mantienen su identidad jurídica y su autonomía gerencial, decidiendo voluntariamente su participación en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común”. Pág. 156

La modalidad de las Alianzas Estratégica en nuestro país llegó con enfoques del Cooperativismo a inicio del siglo XIX, según la O.I.T. Organización Internacional del Trabajo en el estudio para el Cooperativismo en Latino América, donde se caracterizó por ser entes gremiales y multifuncionales que se integraban por pequeños artesanos e industria, obreros, comerciantes, con objetivos que contribuyan al beneficio de sus asociados mediante la defensa y capacitación profesional, asimismo al mejoramiento social y cultural.

Debido a los cambios políticos en el transcurso de los años, además de la crisis financiera se produjo que varias organizaciones desaparezcán por no contar con la base legal institucional estructurada, bajo credibilidad para obtener financiamiento lo que ha tenido un crecimiento lento y no ha permitido que se desarrolle. En la actualidad las leyes han mejorado promoviendo el desarrollo y crecimiento de las mypes como es la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario.

En la actualidad la asociatividad, es muy importante para la cooperación y colaboración entre los entes que tengan un objetivo en común. La constitución implanta la libertad de asociarse en actividades afines en este caso la actividad ganadera de la comuna San Marcos, sin embargo la falta de investigación sobre asociatividad en la comuna, hace que se implante un plan para establecer las fortalezas y debilidades de la actividad ganadera. Se tomó como referencia diversos trabajos y modelos de asociatividad que se relaciona a la región sierra tales como Cotacachi o Salinas de Guaranda, las mismas que nos ayudan a determinar que si es aplicable en el sector de la costa, tal es el caso de la comuna San Marcos, parroquia Colonche.

1.1.1 Antecedentes históricos de la comuna San Marcos.

La comuna San Marcos está ubicado en las partes bajas del río Javita, a 4 km. De la cabecera parroquial de Colonche. La comuna está conformada por los pueblos de Javita, San Marcos, Barbascol, Sevilla, los Manguitos y Pueblo Nuevo. Poseen un clima seco, su temperatura promedio anual es de 25 grados centígrados. Su población es aproximadamente 2800 habitantes y con grandes hectárea de tierra. Fue fundada el 22 de Febrero de 1938, se constituyó en una organización de hecho y de derecho mediante el acuerdo Ministerial N° 0414 su número de Ruc es 0992161833001, pertenece a la parroquia colonche del Santón Santa Elena. La actual dirigencia de la comuna San Marcos está conformada por: Presidente, Vicepresidente, Síndico, Tesorero y Secretario.

1.1.2 Actividades económicas de la comuna.

Las actividades económicas que realizan los comuneros para generar ingresos para sus familias son diversas y estas están agregadas en Mano de Obra la disponible, para diferentes actividades. Laboriosidades con mayor número de trabajadores las cuales se destaca las más sobresalientes que son la (Agricultura “cultivos de maíz, yuca, camote, pimiento, tomate, frejol, cebolla y otros), que son cultivos de ciclo corto y la cría de animales domésticos, (la ganadería criaderos de ganado vacuno, porcino caprino, avicultura entre otras además viven de la caza del campo “paloma, venado”).

Otras actividades: el comercio al por menor de productos de primera necesidad y pesca; productos agrícolas; trabajos de construcción dentro y fuera de la comunidad, la apicultura: En el sector barrial conocido como “Los Lima”, se puede apreciar de cerca la apicultura, actividad que constituye una importante fuente de ingresos para sus habitantes.

De forma natural, en este sector se lleva adelante el proceso de crianza y reproducción de abejas para la producción de miel, polen, jalea y cera (utilizada para la elaboración de velas). Y actividades de servicio como: transportes.

La cría de ganado vacuno, caprino y porcino es de uso familiar, el número de cabezas por familia es de 5 a 10, al ganado porcino y caprino lo utilizan por su carne, al ganado vacuno se lo utiliza para obtener carne y la leche para el consumo personal y para la venta de reces a los comerciantes, al camal de la península.

CUADRO N° 3 Festividades y Comidas Típicas de la Comuna.

FIESTAS CÍVICAS:	FIESTAS RELIGIOSA:	COMIDAS TÍPICAS:
▶ Fiesta de la comuna 22 de febrero	▶ Fiestas patronales de la virgen del cisne 25 de abril. ▶ Fiestas patronales de cristo rey 24 de noviembre.	▶ Seco de pollo ▶ Seco de Chivo ▶ Caldo de pollo criollo ▶ Arroz con pollo

Fuente: G.A.D. Municipalidad de Santa Elena.

Elaborado por: Milton Sebastián Tomalá Méndez

1.1.2.1 Sitios turísticos.

Museo Cacique Baltacho.- Este museo se encuentra en la comuna de San Marcos, ubicada a diez kilómetros de la vía principal y está formada por las comunidades de Javita, San Marcos, Barbascol, Sevilla, Los Manguitos, Pueblo Nuevo. El museo fue inaugurado para colocar los restos arqueológicos que fueron encontrados cuando en 1998 un fuerte temporal los dejó al descubierto. Se encontraron catorce tumbas que presentaban características de entierros especiales, pues los esqueletos aparecieron uno encima de otro y alternaban las cabezas al norte y al sur, además se recogieron tiestos de la cultura Manteño-Huancavilca.

Los esqueletos fueron encontrados envueltos en unos mantos de fibra de algodón que al tocarlos con las manos o moverlos se deshacían. Como parte de los trabajos de investigación, hubo necesidad de sacar las osamentas para un futuro análisis. Según la arqueóloga Karen Stothert, quien fuera la responsable de los trabajos de

excavación, los restos corresponden a los antiguos pobladores de San Marcos, poco antes de la llegada de los españoles que formaban parte del reinado de Colonche, en los alrededores de lo que actualmente es la parroquia colonche y sus comunas, a 38 kilómetros de Santa Elena. Además, que podrían ser de fines del siglo XV y principio del XVI, el último período de las poblaciones Manteño-Huancavilca que se regaron al norte de la península de Santa Elena Junto con los restos, se encontraron 12 vasijas de barro y 18 collares, que fueron entregados al Museo Antropológico del Banco Central para su restauración.

También se encontró una vasija de barro Inca, con un acabado que no es del tipo imperial, y que por sus rasgos pudo haber sido utilizado para servir la chica, es decir era utilizado por el pueblo llano. Eso evidencia un intercambio cultural, indicó Stothert. Las piezas que se encuentran en este museo, corresponden a la cultura Guangala, que existió aproximadamente en los años 500 a.C. a 500 d.C.

1.1.2.2 Sistema Ambiental.

El medio ambiente donde se encuentra ubicada la comuna pertenece al patrimonio original que mantiene y establece las actividades a emprender por la comunidad en habitual. En San Marcos y Barbascol el 90% del ecosistema son terrenos secos, a esta clase ambiente se lo denomina sistema biofísico por existir bosques, vegetación seca occidental, así como la presencia de algarrobo, moyuyo y leguminosa.

1.1.3 Aspecto agropecuario dentro de la comuna.

La comuna San Marcos y Barbascol se dedican a dos actividades prioritarias la agricultura y la ganadería, donde en épocas de inviernos se cultivan maíz, melón, sandía, papaya camote, yuca y otros productos.

Cada uno de los productos agrícolas son comercializados y distribuidos en mercados de la ciudad y comunidades más cercanas tal como Manantial y Colonche, en lo que corresponde a la ganadería se encuentra el ganado vacuno, caprino y porcino los mismos que se explotan, comercializan la mayoría de veces a los comerciantes de tercenas o camales; la leche, la carne, queso solo para consumos personal.

En una entrevista no planificada que se realizó a los ganaderos de la comuna San Marcos, mencionaron que poseen ganados de diferentes razas que se caracterizan por ser criollas adaptables al cambio climático, aunque en los últimos años han venido adquiridos nuevas razas entre las más destacadas están las Cebús y Jersey que permiten utilizarlo con un doble propósito para carne y leche, el ganado que adquieren tiene un peso aproximadamente 700 a 900 kg por el animal macho adulto y de la hembra 450 a 500 Kg, así mismo las terneras recién nacidas poseen un peso de 30 a 34 kg, aproximadamente tienen un nivel de producción de leche de 6 a 8 litros diarios por cabeza de ganado. El número de reproductores es notable cada ganadero ostenta de 5 a 20 reproductores que les permite tener mayor crías y llegar a obtener mejor población vacuno y por ende mayor productividad.

Por otra parte la disponibilidad de tierra que posee el ganadero es aproximadamente de 5 a 10 hectáreas por socio, pero el 90% del ecosistema son terrenos secos donde es escasa la vegetación debido a la resequedad y las pocas plantas que crecen son el moyuyo, cactus, leguminosas entre otras que resisten a el ambiente, además pueden alcanzar desde los 50 a 300 metros de altitud, aunque es notable que en épocas de lluvias las tierras son fértiles siendo aprovechadas por los agricultores.

La producción de los alimentos lo obtiene a través de la agricultura (panca de maíz, tallos de guineo entre otros), que durante el invierno se producen y

mediante el verano compran a los agricultores de la comuna el Corozo, además los cultivos de paja de potreros los siembran en épocas de lluvias para la alimentación del ganado y así lograr la subsistencia del animal. La estrategia de crianza y del cuidado por lo general no se aplica ya que los crían de manera tradicional a campo abierto, aunque también encerradas en las fincas proporcionándoles alimentos y agua potable, cuya finca es dividida en parcelas de 1 hectárea por vaca.

Los niveles de producción son bajos por no poseer los conocimientos adecuados de las técnicas de producción para poder utilizar al máximo sus equipos y espacio físico. Dentro de los límites de la capacidad productiva puede variar el nivel de producción para ajustarse a las condiciones del mercado. Así mismo tienen asesoría técnica de parte de las instituciones gubernamentales que apoyan al desarrollo de la ganadería en el sector como el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca MAGAP, donde el propósito es incrementar la producción de lácteos y cárnicos a través de adecuadas prácticas ganaderas en el mejoramiento genético y manejo de la salud del ganado vacuno, logrando así mejorar la capacidad de producción, por medio de las capacitaciones y asistencia técnica.

Es necesario recalcar que la influencia de la alimentación, la disponibilidad de hierbas o forrajes, líquido vital, cuidado sanitario: aseo, asistencia técnica (veterinario) y el pastoreo tiene mucho que ver con el rendimiento en el productivo del ganado vacuno desde su nacimiento hasta la edad adulta.

1.2 ETIMOLOGÍA DE LA ASOCIACIÓN.

Para tener un concepto más definido de que es la **asociatividad** se enfocará en las definiciones de (Zabala Salazar, 2007) Historiador de la Fundación Universitaria Luis Amigo de Colombia, en su teoría de la asociatividad, Redes Sociales y

Desarrollo Local donde menciona que la palabra de donde se desprende la asociatividad se puede entender desde dos puntos de vista:

- 1) Tiene que ver con la Fenomenología definiéndole así como la acción y efecto de asociar.
- 2) Tiene que ver con la consecuencia definiendo como el conjunto de asociados para un mismo objetivo o fin.

1.2.1 Definición de Asociatividad

Para entender y definir que es la asociatividad se enfocará en diversas definiciones de diferentes autores ya que el tema de asociatividad es extenso y complicado porque no se logra determinar con una sola definición, a continuación se ostentan algunas definiciones para su mayor comprensión:

Así mismo el Historiador de la Fundación Universitaria Luis Amigo de Colombia (Zabala Salazar, 2007) manifiesta que:

“La asociatividad es el proceso que se hace posible a la asociación y también como la actitud que asume el individuo para aceptar ser parte del grupo asociado. La Asociatividad comprende todas aquellas acciones previas a la configuración de una asociación humana, entre quienes admiten la semejanza, establecimiento de un horizonte común, definición y acuerdo de reglas, aceptación de responsabilidades individuales y de grupo, comprensión de las jerarquías y abordaje de una estructura interna. Pág. 30”.

Así mismo (Magnazo & Orchansky, 2007) manifiesta que:

“La Asociatividad es” un mecanismo de relaciones y acción conjunta organizada y con cierto grado de permanencia, entre distintos actores – empresas, personas u organizaciones – interesados en unir voluntariamente sus esfuerzos para conseguir objetivos comunes y obtener beneficios que no podrían alcanzar individualmente” Pág. 11

La definición de los autores es importante por tratarse de la relación de operaciones conjuntas organizadas de los organismos dentro de una organización sean estos organizados bajo una ley de hecho y/o de derecho y que se unen voluntariamente a través de un equipos que ayuden a tener una participación conjunta permitiéndole así conseguir los objetivos comunes propuesto, los cuales al mismo tiempo les ayuda a obtener competitividad en el entorno donde se desenvuelve el grupo asociativo.

1.2.2 Importancia de la Asociatividad.

La importancia de la Asociatividad tiene beneficios en cualquier circunstancia en que se aplique dentro de un grupo de determinado teniendo un efecto positivo dando paso al crecimiento mesurablemente a las organizaciones y teniendo un desarrollo oportuno gracias al apoyo que está teniendo por parte del Estado.

Actualmente la Asociatividad está siendo considerada importante en el entorno para el desarrollo productivo. Para fundamentar lo que se menciona anteriormente se pone en manifiesto los siguientes conceptos:

Según (Lozano , 2010), sostiene que la asociatividad es importante porque:

“Es una estrategia de colaboración colectiva que persigue la creación de valor a través de la concreción de objetivos comunes que contribuyen a superar la escasez de escalas individuales y a incrementar la competitividad, herramienta que es necesaria para supervivencia de las pequeñas y medianas empresas” Pág. 15

1.2.3 Objetivo de la Asociatividad.

Para (González, Laura;, 2009), dentro de la Asociatividad, los objetivos conllevan al aumento de riesgo y en la reducción de costos, pero además de aquello los propósitos que persigue en áreas como:

- **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 implantar nuevas estrategias.
- **Área de Comercialización.-** Con este objetivo se pueden desarrollar investigaciones de mercados que ayudaran a la apertura nuevos mercados.

1.2.4 Características de la Asociatividad.

Según (González, Laura;, 2009), establece las siguientes características en los modelos asociativos:

- La incorporación de las empresas hacia el grupo asociativo será de forma voluntaria.
- No excluyen a ninguna, ni por el mercado en el cual opera, puesto que puede ser parte del mismo y de acuerdo al enfoque en el rubro puede desarrollar actividades productivas.
- Se mantienen la autonomía gerencial en las empresas, puesto que cada empresa decide qué hacer con los beneficios que obtenga del proyecto.

1.2.5 Ventajas de la Asociatividad.

Según (Liendo & Martínez, 2001), los beneficios que tiene el proceso asociativo se debe a las siguientes ventajas:

- Se mantiene la autonomía gerencial y jurídica, permitiendo conservar el poder en los recursos más valiosos.

- Son flexibles y pueden adaptarse a los cambios en los medios donde se desarrollan.
- Son económicas puesto que los recursos utilizados en la asociación son de los socios.
- Fomentan el espíritu de cooperación, son más dinámicas, son motivadoras y generan mayor confianza entre sus asociados.

1.2.6 Desventajas de la Asociatividad.

Según (Liendo & Martínez, 2001) determina que las dificultades por las que atraviesa el proceso asociativo se deben a las desventajas que tiene:

- Existen participantes generadores de desconfianzas y poca vocación de cooperación.
- No existe una correcta difusión de los beneficios de la Asociatividad entre los participantes.
- Por ser organizaciones nueva en proceso de legalización no existe claridad en las reglas, ni políticas que sean difundidos entre los participantes.
- No existe un ambiente institucional que incite a la existencia de los mecanismos de la asociatividad.
- Los intereses de los participantes no están aliados.

1.2.7 Claves de éxito de la Asociatividad.

Según (Vegas Rodríguez, 2008), manifiesta las siguientes claves para el éxito en la formación de la Asociación:

- Tener el apoyo del grupo institucional vinculadas al giro de la asociación.
- Tener bien definidos las metas y compromisos dentro de la asociación.
- Contar con indicadores que permitan evaluar el proceso de asociatividad.
- Promover la confianza entre los participantes de la asociatividad.
- Identificar las oportunidades empresariales que genere el mercado.

1.2.8 Causas del fracaso en la Asociatividad.

Según (Vegas Rodríguez, 2008) manifiesta que el proceso de asociatividad tenga un fracaso, se debe a las siguientes causas:

- Las metas no se encuentren bien estructuradas.
- La escasez del compromiso de los participantes hacia la asociación.
- El no contar con la constitución de la asociación.
- La ausencia del apoyo de las instituciones gubernamentales.
- Falta de cooperación por parte de los participantes.
- No constar con un liderazgo.

1.2.9 Restricción de la Asociatividad.

Según (Vegas Rodríguez, 2008), manifiesta que a pesar de que la asociatividad brinda múltiples beneficios, su viabilidad está restringida en los siguientes factores:

- Entre los participantes no generan una cultura de cooperación.
- El no contar con una orientación en las estrategias de la asociatividad.
- La falta de difusión en las experiencias asociativas.
- La ausencia del espíritu de cooperación entre los participantes.

1.2.10 Modalidad de la Asociatividad.

Según (Iguera, Mariela;, 2010) manifiesta que: ”

“La Asociatividad puede adoptar diversas modalidades dependiendo del objetivo por el cual se producen, cada modalidad implica diversas formas de participación de los actores y genera mayores o menores responsabilidades según sea el caso”.

A continuación se detalla las diversas modalidades de **Asociatividad**:

Asociatividad Horizontal.- La asociatividad horizontal tiene como finalidad lograr una economía a escala, y esta se da entre más de dos organizaciones que se dedican a una misma actividad productiva y compiten en un mismo segmento de mercado.

Asociatividad Vertical.- Este tipo de asociatividad se enfoca en conseguir alianzas con otras empresas que tengan relación con la misma actividad productiva, con el propósito de suministrar materiales que sirvan como complemento para el desarrollo de un producto final.

Asociatividad Gremial.- Estas asociaciones están conformadas por microempresarios que brindan a la sociedad la prestación de servicios, las mismas que pueden ser cooperativas de ahorro y crédito.

Según (Vega, 2008) manifiesta que existen diversos tipos de asociatividad:

Redes de cooperación: son el conjunto de organizaciones que comparten y difieren información o procesos, sin renunciar al derecho de autonomía. Cabe recalcar que dentro de las redes de cooperación no existe una relación de subordinación, es decir mantienen vínculo o relaciones cooperativas que les permite realizar acciones en conjunto.

Articulación comercial: es la correlación entre organizaciones oferentes y demandantes, que puede ser intervenida por un oficial terciario capaz de generar negocios productivos.

Alianzas en cadenas productivas: son aquellas personas u organizaciones que se asocian tras acuerdo de actores involucrados que poseen una sucesión de etapas y operaciones de producción, de transformación, de distribución y de comercialización de productos o servicios.

Alianzas en clústeres: tipo de asociación que posee ciertas características similares a las cadenas de valor, sin embargo los actores principales se encuentran interconectados a una actividad productiva en particular.

Joint Venture: según (Leyva, J, 2006), manifiesta que el tipo de asociarse Joint Venture es una “modalidad de cooperación entre empresas, jurídica y económicamente independientes, que tienen por objeto el desarrollo de un determinado proyecto bajo el régimen de control conjunto, a través de una estructura organizativa establecida”.

Consortios: es aquel por virtud del cual dos o más personas se asocian para participar en forma activa y directa en un determinado negocio o empresa con el propósito de obtener un beneficio económico. Este tipo de sociedades se formalizan legalmente sin que las empresas pierdan su personería jurídica pero con una gerencia en común.

Existen otros tipos de asociatividad que se encuentran en la red, cada una tiene su definición en singular pero en si todas persiguen el mismo objetivo en común, para precisar de lo que se habla se detalla a continuación cada una de ellas:

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

Alianzas estratégicas: son relacionadas horizontales, entre empresas que compiten en el mercado, pero que se unen y cooperan en ciertas actividades, como pueden ser investigación y desarrollo, compra, comercialización etc.

Distritos industriales: son aglomeraciones regionales de un número de empresas de una rama de la industria que se complementan mutuamente y cooperan de manera intensiva para fortalecer su competitividad.

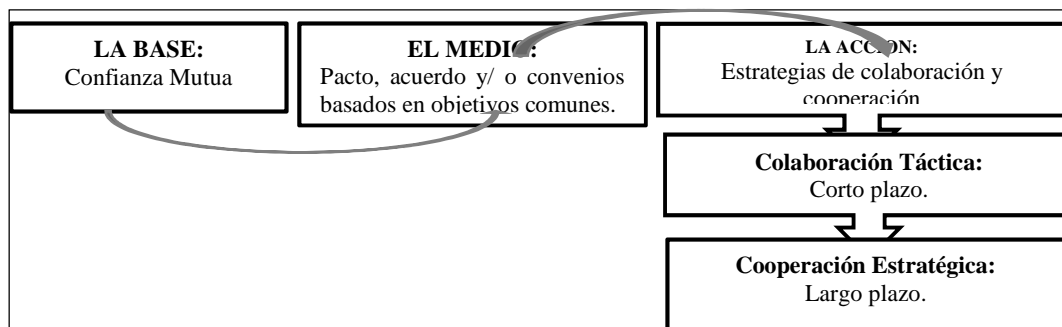
Núcleos empresariales: son equipos de trabajo formados por empresarios del mismo rubro o de rubros diferente con problemas de superar en común, que se unen para compartir experiencias y buscar soluciones en conjunto.

Redes de Servicios: este tipo de asociatividad la conforman los profesionales de la misma rama de especialización o de especializaciones diferentes o instituciones, se agrupan y organizan equipo interdisciplinario para cubrir las necesidades de las empresas.

1.2.11 Proceso de Asociatividad.

Dentro del medio en las particularidades de información de la asociatividad se requiere desarrollo, la implementación y la ejecución de un modelo asociativo donde se establezca un proceso sistemático de cada paso a seguir y como guía de un camino de logro y de éxito. A continuación se presenta el gráfico del proceso de asociatividad.

DIAGRAMA N° 1 Proceso Asociatividad



Fuente: Comercio ASECAL Mercurio Consultor
Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

1.2.12 Rol del Estado y otras Instituciones en el proceso de Asociatividad.

Actualmente la asociatividad se está adoptando como un elemento fundamental para el desarrollo sustentable de una organización que permite que esta se considere como un modelo esencial en la generación de la economía local creando un ambiente empresarial. Las mismas que reciben apoyo de instituciones como: El Estado, Los Gremios y Asociaciones Empresariales, Las Universidades y otras Organizaciones no gubernamentales estas brindan servicios que ayudarían a implementar estrategia asociativas, entre ellas están las promociones, asesoría, financiamiento, consultoría y capacitaciones direccionadas al grupo asociativo.

1.2.13 La asociatividad como alianza voluntaria para la competitividad.

La asociatividad permite conocer diversas destrezas y habilidades de un grupo asociativo porque esto está vinculado a la unión, cooperación a la toma de decisiones que se ejecuten para poder solucionar problemas que afecten a las actividades dentro de una alianza voluntaria para la competitividad mediante el desarrollo y ejecución de proyectos colectivos que ayuden al crecimiento de los asociados en diferentes ámbitos productivo, económico y comercial. Así mismo mediante la asociatividad las empresas pueden ampliar la variedad en la producción adquiriendo así un capital progresivo, para disminuir costos, implementar nuevas tecnologías, capacitando al personal y a su conquista en la participación de nuevos de mercados, de esa manera se inicia un mejor desarrollo.

1.2.14 Emprendimiento asociativo.

Según (Ing.Agr.Julio B. y Cra.Ma.Alejandra.B, 2006) Manifiesta que:

“formalización de la sociedad refiere a la adopción de una forma organizada adecuada a sus objetivos y admitida por la legislación, que posibilite al

emprendimiento asociativo la actuación en el relacionamiento institucional así como la posibilidad de contraer compromisos en el campo de la recepción de cooperación técnica, financiamiento u otras modalidades de crédito que requieren garantías formales” pág. 134 .

El emprendimiento asociativo hoy en día es de suma importancia en el sector ganadero por eso ASOGANVAC (Asociación de ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol) emprenderá de manera asociativa sus actividades que permite el desarrollo y crecimiento, para superar así las dificultades que enfrenta cada día en el desarrollo de sus actividades y aprovechar los beneficios que tiene la asociatividad como es el financiamiento, adquisición de tecnología, tecnificación prediales, talento humano calificado, capacitación y responsabilidad mutua de trabajar en conjunto con un mismo objetivo de manera empoderada.

1.2.15 Producción Asociativa.

Se le denomina producción asociativa a las actividades que se realiza de manera asociada con el fin de hacer crecer su capital social y generar economías de escala y así obtener, bienes, insumos y comercializar el producto terminado. El modelo de producción asociativo permite el fortalecimiento de los productores en estado de subsistencia crítica, teniendo así un que logren un nivel de ingresos que les permita vivir dignamente de su actividad productiva y mejorar su calidad de vida.

1.3 MEJORAMIENTO DE PRODUCCIÓN DE GANADO VACUNO.

1.3.1 La competitividad.

La competitividad es un concepto que no tiene límites encierra un mecanismo amplio de superación, la competitividad depende del punto de referencia del análisis -nación, sector, del tipo de producto analizado -bienes básicos, productos diferenciados, cadenas productivas, etapas de producción- y del objetivo de la

indagación -corto o largo plazo, explotación de mercados, entre otros y para entender, se orienta en los siguientes autores expertos del tema a lo largo de la historia:

1.3.1.1 Definición de la competitividad.

La competitividad encierra amplios conceptos debido a que existe más de una teoría que define conceptualizaciones de manera general, por lo tanto la competitividad es como la magnitud que tiene una organización para competir estratégicamente en los mercados altamente competitivos para su buen desarrollo y crecimiento en un entorno globalizado.

Según (Metcalf, 2002) determina que:

“La competitividad se ha convertido en unas de las preocupaciones centrales de los gobiernos y los sectores productivos porque se ha relacionado con el ingreso, empleo, inversión y comercio. También ha sido considerada como una estrategia para hacer frente a los cambios ocasionados por la apertura comercial, los ajustes estructurales y la reconversión productiva”. Pág. 13.

Mientras que PORTER M. (1991), en su teoría de la ASOCIATIVIDAD empresarial y apropiación de la cadena productiva como factores que impulsa la competitividad sostiene que:

“La competitividad debe ser entendida como la capacidad que tiene una organización, de obtener y mantener ventajas competitivas que permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico. La ventaja competitiva de una organización está en su habilidad, recursos, conocimientos y atributos de los que dispone y los mismo de los que carecen sus competidores o tienen en menor medida, haciendo posible la obtención de unos rendimientos superiores a los de aquellos”. Pág. 145.

1.3.1.2 Objetivo de la Competitividad.

Según (Echeeverri Sevilla , Diana Carolina, 2007)

“El objetivo principal de la competitividad es crear ventajas comparativas que permitan sostener y mejorar la posición que tenga la empresa en el entorno socioeconómico al que pertenece y enfatizar en ellas en el momento de crear y ejecutar iniciativas de negocios”. Pág. 4

1.3.1.3 Importancia de la Competitividad.

En la importancia de la competitividad (Echeeverri Sevilla , Diana Carolina, 2007) define que:

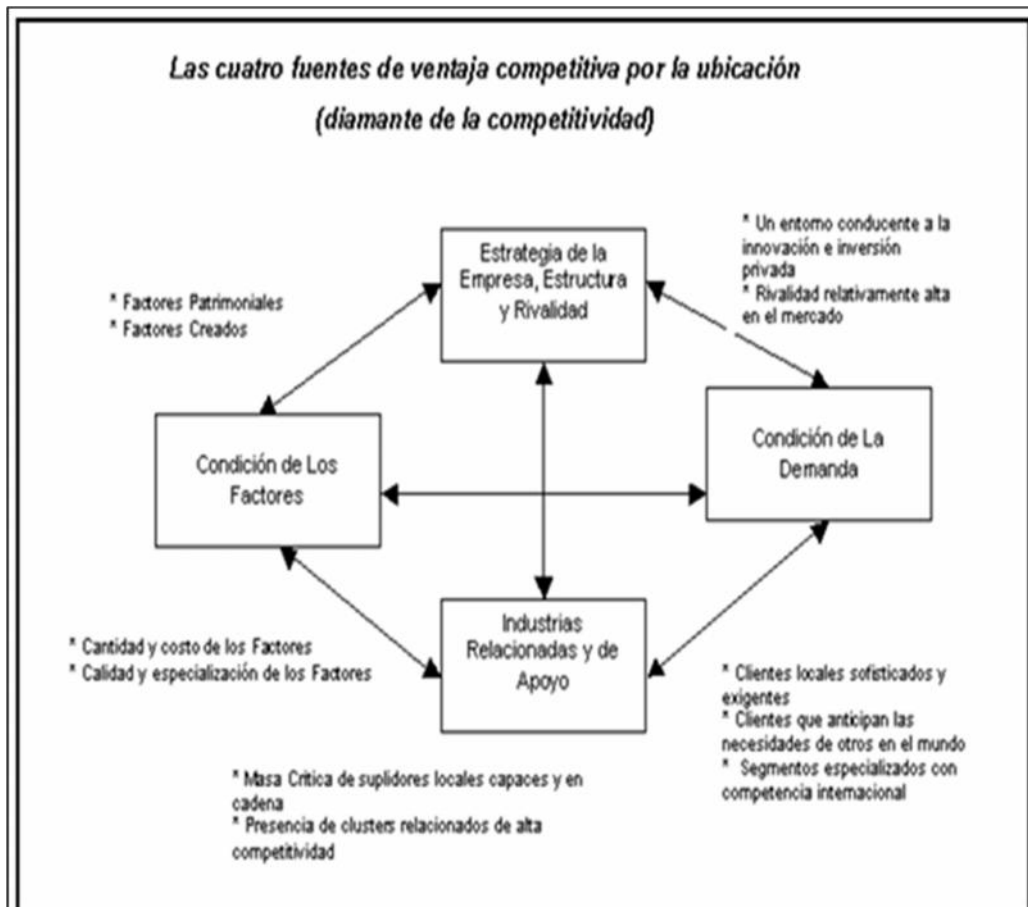
“La competitividad es parte importante en la toma de decisiones gerenciales en la medida en que se relaciona con la eficiencia y eficacia internas de la organización. Poder reconocer a tiempo las ventajas comparativas que posee la empresa, por ejemplo mediante el análisis DOFA (Debilidad, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas) permite obtener mejores rendimientos en aquellos aspectos en que la empresa sea más fuerte en comparación con sus competidores y corregir falencias que puedan afectar su estabilidad en el corto plazo dentro del mercado“. Pág. 4.

1.3.1.4 Modelo Competitivo de Michael Porter.

Según (D’Alessio, 2008), sostiene que el modelo desarrollado por Michael Porter, es un:

“Modelo permite realizar un análisis competitivo y determinar la estructura y actividad de la industria en la que compete la organización, así como el desarrollo de las estrategias. Para ello, debe tenerse en cuenta los siguientes actores: (a) Competidores, (b) Proveedores y (C) Clientes” Pág. 27.

DIAGRAMA N° 2 Diamante de la competitividad fuerzas de Porter



Fuente: D'Alessio (2008).

Elaborado por: Miltón Sebastián Tomalá Méndez.

Según el autor en la “Ventaja Competitiva” existen cuatro aspectos del importantes que estipulan el nivel de la ventaja competitiva, y de las causas que intervienen en el clima de negocios. Las relaciones que hay entre estas muestran el grado de fidelidad las cuales sirven de apoyo con los productores y proveedores de insumos complementarios que son utilizados en la producción.

Además este modelo permite analizar y determinar que mediante las relaciones entre las empresas se puede generar, mantener o perder su ventaja competitiva, así es importante que esta ventaja sea alcanzada mediante estrategias potenciales en la se mezclen características primordiales como: lo económico, geográfico, cultural y social, para poder generar una exitosa ventaja competitiva.

1.4 LAS ESTRATEGIAS COMPETITIVAS.

Esta matriz, desarrollada por (Porter & Diaz, 2009), plantea las posibles vías estratégicas que puede adoptar la empresa para competir en sus mercados. Las estrategias permiten a las organizaciones obtener una ventaja competitiva por tres motivos: el liderazgo en costos, la diferenciación y el enfoque. Porter los llama “Estrategias Genéricas”.

a. La Estrategia del Liderazgo en costos.

Esta estrategia se basa en maximizar la producción logrando la reducción de costos, para obtener productos con precios competitivos y accesibles para captar nuevos segmentos de mercado.

b. La estrategia de diferenciación.

Esta estrategia consiste en diferenciarse de la competencia obteniendo productos de calidad con mayor valor agregado, costos bajos y brindando un mejor servicio, permitiendo la fidelización de los clientes.

c. La estrategia de enfoque o alta segmentación

Esta estrategia a diferencia de las otras estrategias direcciona a enfocarse a un solo nicho de mercado con una sola línea de producto donde la competitividad se efectiva y eficaz en el bien o servicio que ofrecen.

1.4.1 Estrategias de producción

En el mundo empresarial las estrategias de producción es la planificación donde se determina que decisiones deben adoptarse para la producción en una organización que permita a la empresa a alcanzar ventajas competitivas a mediano/largo plazo.

1.5 ANÁLISIS SITUACIONAL DEL PROCESO ESTRATÉGICO.

En el análisis del proceso estratégico es necesario considerar aspectos importantes tales como lo indica (Ballesteros Díaz., 2007), “el análisis situacional del proceso estratégicos comprende de una serie de elementos que en conjunto permiten alcanzar de forma ordenada y clara, las metas tanto largo, como a corto plazo en una empresa”.

1.5.1 Matriz Grupo Consultor de Boston (BCG).

La matriz Grupo Consultor de Boston tiene como objetivo ayudar a priorizar los recursos entre distintas áreas de negocios, permitiendo analizar donde se debe invertir, desinvertir o incluso abandonar. Al mismo tiempo permite manipular el portafolio organizacional mediante el diagnóstico de la tasa de crecimiento empresarial, asimismo como el enfoque concerniente en la participación en el mercado de la gama de productos.

DIAGRAMA N° 3 Matriz grupo consultor de Boston



Fuente: Ballesteros D. (2007)

Elaborado por: Milton Sebastián Tomalá Méndez.

1.5.2 Matriz FODA.

El diagnóstico interno y externo facilitan la construcción de la matriz FODA, según la Facultad de Agronomía a las Escuelas Agropecuarias expresa en su revista para el Aula:

“El análisis F.O.D.A., es una herramienta que permite visualizar un cuadro de la situación actual de una empresa u organiza, de un proyecto en particular, entre otras. De esta manera, se puede obtener un diagnóstico que permita tomar decisiones acorde con los objetivos y políticas formulados.

El análisis F.O.D.A., permite realizar una evaluación (ex-ante) de las principales alternativas priorizadas, para tratar de comparar ventajas e inconvenientes, prever posibles problemas” Pág. 1.

A continuación se describe la matriz FODA:

CUADRO N° 4 Matriz F.O.D.A.

AMBIENTE INTERNO	AMBIENTE EXTERNO
<ul style="list-style-type: none">• Fortalezas	<ul style="list-style-type: none">• Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">• Debilidades	<ul style="list-style-type: none">• Amenazas

Fuente: Datos de la Matriz Foda

Elaborado Por el autor: Milton Sebastián Tomalá Méndez.

La matriz F.O.D.A. es una herramienta de análisis estratégico, que permite analizar elementos internos que son controlables de la organización, dichos factores tal como: fortalezas que son aquellas que lo diferencian de la competencia y las debilidades que vienen a ser los problemas de la empresa que una vez identificados pueden ser eliminadas, además de los factores externos que a diferencia de los internos estos no son controlables, tales como oportunidades que son factores positivos a favor de la organización que ofrece el entorno y es aprovechada para su desarrollo, crecimiento y las amenazas que son factores negativos que una vez que son identificadas pueden ser enfrentadas por medio de las fortalezas.

- **Análisis interno de las fortalezas y debilidades.**

Para realizar el análisis situacional y en la formulación de las estrategias es importante conocer las condiciones internas y para ello se debe destacar los puntos fuertes y débiles de la organización, según (Ballesteros Díaz., 2007), manifiesta:

“Los puntos fuertes constituyen las fortalezas propulsoras de la empresa que facilitan el alcance de los objetivos organizacionales, mientras que los puntos débiles constituyen las imitaciones y fuerzas restrictivas que dificultan o impide el alcance de los objetivos” Pág. 57

- **Análisis externos de las oportunidades y amenazas.**

De la misma manera para realizar el análisis situacional y en la formulación de estrategias se es necesario conocer las condiciones y para ello se debe conocer las oportunidades y amenazas externas de la organización, según (Ballesteros Díaz., 2007) sostiene:

“Que se trata de un análisis del ambiente externo, es decir de las condiciones externas que rodean a la empresa y que le imponen desafíos y oportunidades pues no pueden ser controladas por la empresa”. Pág. 61

Del mismo modo para realizar el diagnóstico de la situación de los ganaderos que proporcionen información adecuadas que permita aprovechar las oportunidades, en la propuesta se procederá al análisis externo, que permitirán la formulación de estrategias para el grupo asociativo que se llevara a cabo por medios de las técnicas analíticas y esto aplicara mediante las siguientes matrices estratégicas:

Matriz de evaluación de los factores internos. (MEFI)

Así mismo (Ballesteros Díaz., 2007), manifiesta que la matriz de evaluación de los factores internos: “Herramienta que resume las fortalezas y debilidades de una organización en los aspectos claves de gerencia, mercadeo, finanzas, producción, investigación y desarrollo” Pág. 66

CUADRO N° 5 Matriz de Evaluación de los Factores Internos

Factores internos clave	Ponderación	Calificación	Resultado ponderado
Es bajo el nivel de estado de ánimo de los empleados	0,22	2	0,44
Es excelente la calidad-producto.	0,18	4	0,72
Los márgenes de utilidad son mayores que el promedio-Industria.	0,10	3	0,30
Hay disponibilidad capital de trabajo excesivo.	0,15	3	0,45
No existe estructura organizativa	0,30	1	0,30
No se emplean personal de Investigación y desarrollo.	0,05	2	0,10
Total	1,00		2,31

Fuente: Ballesteros D. (2007)

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

Matriz de evaluación de los factores externos. (MEFE)

De la misma manera (Ballesteros Díaz., 2007) manifiesta que la matriz de evaluación de los factores externos: “Es similar a la de factores internos, con la diferencia de que enfoca las oportunidades y amenazas económicas, sociales, culturales, demográficas, políticas gubernamentales jurídicas, tecnológicas y competencia” Pág. 68

CUADRO N° 6 Matriz de Evaluación de los Factores Externos

Factores internos clave	Ponderación	Calificación	Resultado ponderado
Tasa de interés crecimiento	0,20	1	0,20
Desplazamiento poblacional hacia el osete.	0,10	4	0,40
Derogatorias gubernamentales	0,30	3	0,90
Estrategias de expansión de un competidor	0,20	2	0,40
Sistema de información computarizada.	0,20	4	0,80
Total	1,00		2,70

Fuente: Ballesteros D. (2007)

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

Matriz Comparativa DOFA.

Según (Ballesteros Díaz., 2007), esta matriz es:

“Una importante herramienta de formulación de estrategias que conduce al desarrollo de cuatro tipos de estrategias: FO, DO, FA y DA. Las letras F, O, D y A representan Fortalezas, Oportunidad, Debilidad y Amenazas. Las estrategias F y O se basan en el uso de las fortalezas internas de una firma con el objeto de aprovechar las oportunidades externas” Pág. 72

CUADRO N° 7 Matriz Comparativa de DOFA

	DEBILIDADES(D)	FORTALEZAS(F)
Dejar siempre en blanco	Hacer lista de fortalezas	Hacer lista de debilidades
OPORTUNIDADES (O)	ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIA (DO)
Hacer lista de oportunidades	Uso de las fortalezas para aprovechar las oportunidades	Vencer debilidades aprovechando oportunidad
AMENAZA (A)	ESTRATEGIA (FA)	ESTRATEGIA (DA)
Hacer lista de amenazas	Usar fortalezas para evitar amenazas	Reducir a un mínimo las debilidades y evitar amenazas

Fuente: Ballesteros D. (2007)

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

1.5.3 Liderazgo.

Para (Loretta S., 2006), manifiesta que el Liderazgo “Consiste en impulsar las transformaciones organizacionales que permitan obtener resultados sobresalientes, el crecimiento y la consolidación de los emprendimientos sociales a lo largo del tiempo.” (Cap. II, Pág. 33).

Habilidades del líder:

Habilidad emprendedora.- Consiste en la capacidad de un individuo para identificar y aprovechar oportunidades que le permitan iniciar un emprendimiento, independientemente de los recursos que tengan bajo su control. Pág. 25.

Habilidad de diagnóstico.- Es la capacidad para estudiar con rigor y comprender el conjunto de causas y consecuencias de los problemas sociales que aquejan el entorno y en el corto plazo diseñar un plan que brinde soluciones factibles para la empresa. Pág. 27

Habilidad para motivar.- La habilidad de los líderes para conformar y motivar al equipo de trabajo es de generar una estrecha relación con los colaboradores que apoyan al programa y desarrollan un compromiso compartido con la organización. Pág. 35.

Habilidad para delegar.- Se la define como la capacidad de los líderes centrales para asignar a otros una serie de funciones, convirtiéndose en sus mentores y atribuyéndoles poderes para que asuman las responsabilidades de la operación de las unidades autónomas. Pág. 40

Actualmente el liderazgo en las organizaciones es más notable ya que es un factor que influye en el crecimiento y desarrollo de las empresas, por lo tanto el tema de liderazgo en la asociatividad es muy importante debido a que el líder debe influir con su carisma y habilidad a los miembros a colaborar para conseguir los objetivos propuestos

1.5.4 Cadena de Valor.

Definición de la Cadena de Valor.

La definición de cadena de valor según (Porter & Diaz, 2009), indica que: “La cadena de valor despliega el valor total, y consiste de las actividades de valor y del margen. Las actividades de valor son las actividades distintas física y tecnológicamente que desempeña una empresa.

Estos son los tabiques que por medio de los cuales una empresa crea un producto valioso para sus compradores.

Cada actividad de valor emplea insumos comprados, recursos humanos (mano de obra y administración), y algún tipo de tecnología para desempeñar su función.

Cada actividad de valor también crea y usa la información, como los datos del comprador (orden de entrada), parámetros de desempeño (pruebas), y estadísticas de fallas del producto. Las actividades de valor pueden dividirse en dos amplios tipos, actividades primarias y de apoyo (Porter & Diaz, 2009) Pág. 56.

La cadena de valor consiste en las actividades que se realizan en la producción de un determinado producto que va desde la compra de materia prima hasta la elaboración del producto final y esto también implica en su comercialización, pasando en varias fases que tiene que sufrir el producto antes de salir al mercado. El objetivo de este proyecto es alcanzar y facilitar el mejoramiento del proceso productivo, con mayor calidad en la producción, para cubrir las expectativas del consumidor final.

1.5.4.1 Tipos de actividades de la cadena de valor.

Actividades primarias.

Las actividades de la cadena de valor están divididas en cinco categorías genéricas relacionadas con la competencia en cualquier industria. Cada ítem desarrolla diversas actividades que dependen del sector industrial en particular y de la estrategia de la organización.

- 1) Logística Interna.-** hace énfasis al control de las actividades internas que se desarrollan desde que llegan los insumos para elaboración del producto hasta la programación de vehículos y retorno de los bienes a los proveedores.

- 2) **Operaciones.-** se refieren a los procesos que se desarrolla en la organización para la transformación de un producto terminado, en las que podemos mencionar: el maquinado, empaquetado, ensamblado, además el mantenimiento del equipo, pruebas, impresión u operaciones de instalación.
- 3) **Logística Externa.-** Las actividades relacionadas con el almacenamiento y distribución del producto a los clientes.
- 4) **Mercadotecnia y Ventas.-** Son actividades realizadas en el entorno a través de los diferentes medios de comunicación con la finalidad de persuadir y convencer a los consumidores en la compra del producto.
- 5) **Servicio.-** Actividades enfocada a la prestación o adquisición de servicios como la instalación, reparación, entretenimiento, repuestos que permite mantener una infraestructura adecuada para la elaboración del producto a la organización.

Actividades de apoyo.

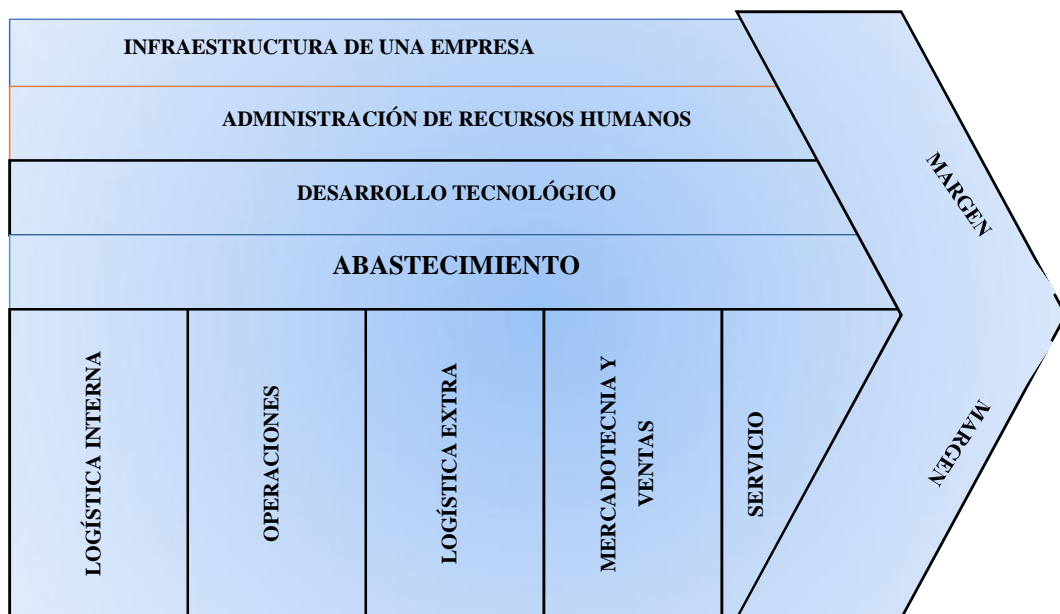
Las actividades de valor de apoyo hace referencia a la competencia en cualquier sector industrial las mismas que se dividen en cuatro categorías:

- 1) **Abastecimiento.-** se refiere a mantener suministrado la bodega con equipo y materiales que se utilizan en el área de producción, administración y comercialización.
- 2) **Desarrollo de tecnología.-** esto implica utilizar el avance tecnológico que día a día se promueve en el medio para facilitar y agilizar los procesos productivos y administrativo de la organización.

- 3) **Administración de Recursos Humanos.**- está enfocada en el reclutamiento y selección del personal para las diferentes áreas de la empresa, así mismo implica brindar capacitaciones y desarrollar actividades que promueven y motiven a todo el personal.
- 4) **Infraestructura de la empresa.**- La infraestructura de la empresa consiste en varias actividades, incluyendo la administración general, planeación, finanzas, contabilidad, asuntos legales gubernamentales y administración de calidad. La infraestructura, a diferencia de las otras actividades de apoyo, apoya normalmente a la cadena completa y no a actividades individuales. (Porter & Diaz, 2009).

Con las actividades de apoyo y soporte en la asociatividad, se busca contar con los instrumentos necesarios para administrar adecuado los recursos, humanos técnicos y financieros para mejorar la calidad del producto.

DIAGRAMA N° 4 Actividades básicas y de apoyo según el modelo de cadena de valor de m. Porter



Fuente: (Porter & Diaz, 2009)
 Elaborado por: Milton Sebastián Tomalá Méndez

1.6 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.

1.6.1 Constitución del Ecuador 2008.

En la constitución del Ecuador en su Capítulo sexto, Sección primera, **Art. 319.-** manifiesta que: “Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas”.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

El mencionado hace referencia a la existencia de diversas formas de asociarse y de organizaciones de los sectores productivos de un lugar determinado; considerando a las cooperativas, comunitarias, entre otras organización; en el caso de en de la asociativa; esta es impulsar al desarrollo productivo de pequeños productores del país, esto significa un apoyo gubernamental para proyectos y que junto a la ejecución de estrategias permitan mejorar la producción de las asociaciones y así cumplir con la demanda del mercado local y Nacional.

Así mismo la (Asamblea Nacional Constitución del Ecuador, 2008) respecto a la organización en el **Art. 320** dice que:

“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 y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social”.

En este presente artículo hace énfasis en Normas de calidad que todas las organizaciones del país, están en el deber de acogerse a normas de calidad y a sistemas adecuados de producción, así mismo todos el colaborador debe tener la capacidad y el mismo conocimiento del trabajo a realizar, para lograr de tal manera tener una producción efectiva, fomentando la transparencia y la participación activa entre los todos los que conforman la organización.

1.6.2 Plan Nacional de Desarrollo/Plan Nacional-el Buen Vivir 2013-2017

En el (Asamblea Nacional - Plan Nacional del Buen Vivir, 2013 - 2017) tienes objetivos a seguir y adaptables al presente trabajo de estudio, como son los siguientes:

El Objetivo 3 trata de “Mejorar la calidad de vida de la población”, donde:

El lineamiento 3.1 literal D se refiere a efectuar procesos e instalaciones adecuadas en todas las áreas de la organización con el fin de mantener un ambiente laboral apropiado para el talento humano.

El lineamiento 3.6 literal N dice que las organizaciones deben promover hábitos de alimentación nutritiva y saludable, brindando y distribuyendo alimentos nutritivos que ayuden a mejorar la estabilidad física, emocional e intelectual acorde con su edad y condiciones físicas de la ciudadanía.

El objetivo 8 habla de “Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible” donde:

El lineamiento 8.2 literal A. dice que se debería establecer formas de incentivos para mejorar el desempeño del personal, fortalecer las asociaciones productivas, generar fuentes de trabajo e incrementar y adoptar la capacidad tecnológica, recapitalizando las utilidades con el propósito de ser organizaciones rentables y sostenibles.

Mientras que el literal I dice que se debería “maximizar el uso del capital aumentando el uso de la capacidad instalada y democratizándolo, en caso de ser necesario”. Es decir que se debe aprovechar al máximo los recursos que se posee, reduciendo el tiempo óseo.

El lineamiento 8.9 habla de “Profundizar las relaciones del Estado con el sector popular y solidario” donde:

El literal B, trata de generalizar de manera coordinada y comprometida los medios de producción sin fines financieros, es decir con consideraciones Asociativas, de inclusión y responsabilidad ambiental.

El literal C, habla de impulsar la asociatividad que ayude al encadenamiento productivo de las actividades que ejerce la comunidad buscando fines comunes.

El literal D, trata de facilitar el acceso de créditos financieros y tasas de intereses accesibles para el desarrollo de la actividad a la que se dedican.

El literal F, habla de ajustar a precios competitivos los productos en el mercado rigiéndose a la ley de economía popular y solidaria, sin intermediarios en la producción.

El objetivo 10 trata de “Impulsar la transformación de la matriz productiva” donde:

El lineamiento 10.2, trata de “Promover la intensidad tecnológica en la producción primaria, de bienes intermedios y finales” y el literal A dice que se debería crear y fortalecer incentivos para fomentar la inversión privada local y extranjera que promueva la desagregación, transferencia tecnológica y la innovación. Es decir buscar financiamiento para la obtención de nuevas

tecnologías y mantenerse en constante innovación con el fin de incrementar la productividad.

El lineamiento 10.5, habla de “Fortalecer la economía popular y solidaria –EPS–, y las micro, pequeñas y medianas empresas –Mipymes– en la estructura productiva” donde sus literales hablan de:

- a. 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.
- b. Fortalecer los mecanismos para reducir los márgenes de intermediación de la producción y comercialización en el mercado local.
- c. Simplificar los trámites para los emprendimientos productivos y de servicios del micro, pequeñas y medianas unidades productivas.

Es decir que dicho contexto hace énfasis en el incentivo de varias maneras de organización como las MIPYMES, que les permite desarrollarse y mejorar el estado socio-económico del país; brindando incentivos, asistencia técnica y el acceso a los medios de producción, insumos, recursos y las formas de asociatividad, que permitan desarrollar sus capacidades y conocimientos, producción, comercialización de los microempresarios, se aplica así la matriz productiva y el buen vivir de los habitantes.

1.6.3 Código Orgánico de la producción, 2010.

En la (Asamblea N. - Código de la Producción, 2010), por Título Preliminar, Del Objetivo y Ámbito de Aplicación, el **Art. 2** expone que: “La Actividad Productiva.- Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la

actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado”.

Mencionado artículo indica que se reconocerá como actividad productiva al sistema de producción que conlleve la transformación de la materia prima o insumos en productos o servicios, que cumplan con las normas de salud establecidas, de manera sustentable y responsabilidad ambiental, dándole un valor agregado. Por lo tanto como la asociación dedica a la producción de ganado vacuno, se considera como actividad productiva.

En el Libro VI, Sostenibilidad de la producción y su relación con el ecosistema, TÍTULO I, De la Eco-eficiencia y Producción Sostenible, el **Art. 233** dice que: “Desarrollo sustentable.- Las personas naturales y jurídicas así como las demás formas asociativas regidas por el presente Código, deberán desarrollar todos sus procesos productivos conforme a los postulados del desarrollo sustentable en los términos constantes en la Constitución y en los convenios internacionales de los que es parte el Ecuador”.

El artículo quiere decir que las organizaciones deben llevar a cabo su producción basándose a que los procesos de producción no perjudique al medio ambiente que sean amigables con la naturaleza, ni los recursos donde estas instalaciones, son sustentables, por lo tanto todas las organizaciones que se dedique a la producción deben adoptar estas disposiciones establecidas por la ley, y así lograr un desarrollo.

Así mismo el Libro VI, Sostenibilidad de la producción y su relación con el ecosistema en el **Art. 234** dice que: “La Tecnología más limpia.- Las empresas, en el transcurso de la sustitución de tecnologías, deberán adoptar medidas para alcanzar procesos de producción más limpia que no dañen el medio ambiente como por ejemplo:

c. Aplicar de manera efectiva, responsable y oportuna los principios de gestión ambiental universalmente aceptados y consagrados en los convenios internacionales, así como en la legislación doméstica, en particular los siguientes:

1. Reducir, reusar y reciclar;
2. Adoptar la mejor tecnología disponible;
3. Responsabilidad integral sobre el uso de determinados productos químicos;
4. Prevenir y controlar la contaminación ambiental;
5. El que contamina, paga;
6. Uso gradual de fuentes alternativas de energía;
7. Manejo sustentable y valoración adecuada de los recursos naturales; y,
8. Responsabilidad intra e intergeneracional.

El artículo quiere decir que el uso de tecnologías en las actividades productivas debe ser de manera responsable que no dañe el medio ambiente, utilizando materiales o insumos que deben ser de calidad y utilización de productos químicos de manera responsables, promover la práctica de reciclaje entre todos sus colaboradores, por lo tanto el presente proyecto se apegara a lo que dispone el artículo 324, deberá utilizar productos orgánicos que tiene menos impacto ambiental.

1.6.4 Ley de Economía Popular y Solidaria.

Formas de organización de la economía popular y solidaria.

La (Asamblea Nacional -Ley Económica Popular y Solidaria, 2013) en el Art. 2 trata de las formas de organización de la economía popular y solidaria y, por tanto, se sujetan a la presente ley, las siguientes:

En el literal C, dice que las diversas formas de organización son consideradas dentro de la economía popular y solidaria; ya que están integrados en grupos con el objetivo de producir y comercializar conjuntamente como los artesanos y agricultores e incluso microempresas asociativas que se dediquen a la producción y comercialización de bienes y servicios. Como es el caso de la asociación de ganaderos, los mismos que fusionan sus recursos y sus habilidades para generar una nueva organización con el fin de producir y comercializar sus productos para obtener mayores beneficios y así distribuir entre los integrantes las ganancias obtenidas.

Ámbito de aplicación.

Así mismo el Art.8, hace referencia a que las todas las organizaciones una vez constituida según su forma quedan sujetas a la ley de la economía popular y solidaria, además de las instituciones privadas cuyos organismos tengan la finalidad de promover , fomentar , regular y vigilar que las actividades se aplique correctamente. Es decir que la asociación de la comuna San Marcos deberán regirse a las leyes de la economía popular y solidaria, para ser así una organización que se administre en cada área productiva y llevar siempre un control interno y externo.

Así mismo el Art. 17 se refiere a los nuevos procesos de producción en los emprendimientos, por tal razón la comuna San Marcos y Barbascol deberá fortalecer sus procesos teniendo así un mejor sistema de producción, que permitan contribuir y circular bienes y servicios que ayuden a tener riquezas y su vez mayor rentabilidad, en la producción y comercialización para mejorar la remuneración a sus colaboradores manteniéndoles incentivados.

1.6.5 Ley Orgánica de Educación Superior 2010, (LOES).

La (Ley Orgánica de Educación Superior (LOES), 2010), en su Art. 5 Trata de los “Derechos de los estudiantes en el que hace énfasis al literal G donde dice que los estudiantes deberán participar en el proceso de construcción, difusión y aplicación del conocimiento. Es decir que se deberá poner en prácticas todos los conocimientos adquiridos con el fin de ayudar a la comunidad.

Así mismo en su Art. 8 dice que “Serán fines de la Educación Superior” los siguientes literales:

El literal D, se refiere “Formar académicos y profesionales, con conciencia ética y solidaria, capaces de contribuir al desarrollo de las instituciones de la república, a la vigencia del orden democrático, y a estimular la participación social”. Es decir que se tendrá como fin apoyar a la comunidad al desarrollo creando empresas sustentable sostenible., innovándolas y buscando la participación de la sociedad.

El literal E, trata de “Aportar con el cumplimiento de los objetivos del régimen de desarrollo previsto en la Constitución y el Plan Nacional de Desarrollo”. Con estos argumentos legales de la LOES, se justifica el objetivo del presente trabajo de investigación el ayudar a la comunidad en base a los conocimientos adquiridos para el desarrollo de la provincia.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

En el presente trabajo de investigación se procederá a realizar un estudio por muestreo aleatorio simple, se toma en consideración la población finita, porque el universo de personas está compuesto de los ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol de la provincia de Santa Elena. Por tal razón es el siguiente levantamiento de información que permita identificar los diferentes aspectos de la población a investigar.

2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

Para el desarrollo de la presente investigación en la comuna San Marcos y Barbascol, se utilizó el diseño mixto de carácter cuanti-cualitativo, mediante la aplicación de técnicas de investigación como es la observación, entrevistas y encuestas, aplicada a los ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol y a clientes de los sectores aledaños a la comuna.

Se recurre al muestreo aleatorio simple, considerando una población finita, debido a que las personas que lo constituyen son para los ganaderos de la comuna, y con población infinita para las personas de sectores aledaños a la comuna San Marcos.

2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.

La finalidad de la investigación fue la obtención de datos en base a la modalidad cuanti-cualitativo, que ayuda al desarrollo de la asociación de ganaderos de la comuna, su base es el conocimiento de personas que están involucradas en la actividad ganadera. Por lo tanto se levantó información apropiada que describió la

condición de la problemática, de las estrategias competitivas y organizativas dentro y fuera de la asociación. (Hernández Sampieri, 2010).

2.3 TIPO DE LA INVESTIGACIÓN.

Los tipos de investigación aplicados son cualitativos y cuantitativos, los primeros que corresponde a la investigaciones que no son cuantificable sino más bien que ayudó a examinar los gustos, preferencias, actitudes, motivaciones de la población; por otro lado la información cuantitativa que sirvió para el análisis estadístico y fue utilizada para medir grados de cada variable.

2.3.1 Por el Propósito.

2.3.1.1 Aplicada.

La investigación aplicada tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre las variables, dentro del objeto de estudio, en este caso saber, describir y dar a conocer cómo se va a dar el proceso de producción y comercialización en el sector ganadero y mediante la adición de conocimientos elaborar una propuesta en beneficio de “ASOGANVAC“(Asociación de ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol), que permita dar la solución a los problema que aqueja al sector ganadero de la comuna.

2.3.2. Por el Nivel.

Por el nivel de investigación el estudio es descriptivo, porque su finalidad es describir las características y el estado actual del objeto a estudio, de un grupo específico en este caso de la asociación de ganaderos en la comuna San Marcos Y Barbascol.

2.3.3. Por el Lugar.

2.3.3.1 Investigación de campo.

En la aplicación de la investigación de campo se recopiló información adecuada en base a la indagación de datos de los involucrados, las mismas que permitieron explicar y entender las causas y efectos del problema, por lo tanto se aplica la observación, encuestas y entrevistas para establecer la realidad del sector, debido a que son las técnicas e instrumentos más esenciales para obtener la información requerida.

2.3.3.2 Investigación bibliográfica.

Para el desarrollo de la investigación e indagación, se empleó el uso de las fuentes bibliográficas primaria y secundaria, apoyándose en materiales didácticos tales como: revistas, libros, periódicos, portales web académicos, fundamentado el trabajo de investigación.

2.4 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.

A continuación se presentan los métodos que se van a utilizar en el presente trabajo de investigación.

2.4.1 Método de Observación.

Se utilizó el método de observación, con los datos recopilados de manera natural tal como se dan en el objeto de estudio, por lo tanto como se observan hechos como son los procesos de producción y comercialización de “ASOGANVAC”. (Asociación de ganadero de la comuna San Marcos y Barbascol).

2.4.2 Método Deductivo – Inductivo.

Método inductivo tiene como objetivo llegar de lo particular a lo general, mientras el método deductivo es de manera adversa. Según (Baena L., 2009):

“El método deductivo “Es inverso a la metodología inductiva, ya que de una norma general, se deducen comportamientos individuales o particulares. Mientras que el método inductivo “Extrae determinada conclusión o comportamiento general, luego de las investigaciones de casos particulares o individuales ya que todo efecto se deriva de una causa. (Pág. # 46)

En el presente estudio se aplicó el método deductivo-inductivo, donde se estableció de lo general a lo particular, cómo es el caso de “ASOGANVAC” que mediante técnicas de investigación se analizaron las problemáticas en la actividad ganadera y se comprobó en que parte de la provincia de Santa Elena existe más incidencia en cada una de las áreas vinculadas a los procesos de producción y comercialización del producto ganadero, de esta manera se llega a determinar que existe una falta de asociatividad en los ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol.

2.4.3 Método histórico lógico.

En la presente investigación se aplicó el método histórico lógico, basado en documentos históricos que permitieron analizar, de cómo se han evolucionado los problemas, permitiendo conocer cuál fue el origen de la problemática de la actividad de producción y comercialización de ganado vacuno.

2.4.4 Alcance de la investigación.

El alcance de la investigación espera aportar en el desarrollo y crecimiento de “ASOGANVAC” (Asociación de ganaderos de la comuna San Marcos y

Barbascol) por medio de la implementación del plan de asociatividad tiene como base el perfeccionamiento de las estrategias asociativas y competitivas, para orientar al fortalecimiento de manera institucional, utilizar un mecanismo de cooperación mutua, formar grupos de trabajos asociativos, que favorezca a los pequeños ganaderos de la comuna San Marcos, y así mejorar la producción y comercialización de los productos cárnicos y lácteos.

2.5 TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN

Las técnicas de investigación son instrumentos que constituyen procedimientos concretos que el investigador utiliza para lograr obtener la información, se considera los objetivos de la investigación y se aplicó las siguientes técnicas:

2.5.1 Fuentes Primarias

La investigación se utilizó fuentes primarias obtenidas directamente de los ganaderos a la comuna San Marcos y Barbascol.

2.5.1.1 Observación.

El método de observación se realizó de manera no participativa, es decir la observación en el campo de estudio y la participación de los ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol mediante preguntas abiertas, ver ficha de observación en anexo N° 1

2.5.1.2 Encuesta.

Se desarrolló un cuestionario de preguntas cerradas dirigidas a los socios, directivos y sectores aledaños de la comuna San MARCOS y Barbascol, con el fin de recopilar información confiable del objeto a estudio.

2.5.1.3 Entrevista.

El proyecto de investigación por su carácter exploratorio, recopiló información de entrevistas a profesionales que se desempeñan como Directores de instituciones públicas, esto con el propósito de obtener información que profundice más el tema a investigar. Ver anexo N° 3.

2.5.1.4 Investigación acción participante.

Se aplicó el método de acción participativa o entrevista colectivas y tras las lluvias de ideas se indagó sobre la problemática, las soluciones a los problemas y se aprovecha para obtener información a través de la técnica de FODA del sujeto de estudios como es el caso del grupo asociativo “ASOGANVAC” (Asociación de ganaderos de la comuna San Marcos), puesto que es una investigación cualitativa que permite recolectar información adecuada y confiable, los cuales ayuden a mejorar las situaciones colectivas de los ganaderos.

2.5.1.5 Fuentes secundarias.

Las fuentes secundarias son las que sirvieron como base para analizar, entender el problema de investigación y darle una correcta solución. Para esto se utilizó lo siguiente:

Texto: En el transcurso de la investigación se utilizó información de textos para la fundamentación bibliográfica del estudio.

Documento: Respecto a los documentos que se utilizaron en la investigación, se consideraron ciertas leyes para validar el trabajo de investigación como: Constitución del Ecuador; Plan Nacional de Desarrollo para el Buen Vivir; Código orgánico de la producción; Ley Orgánica de Educación superior y Ley de Economía Popular y Solidaria.

2.6 Instrumentos de la investigación.

Ficha de observación: se estructuró como guiones con ítems relevantes de las variables y sirvió para analizar el entorno del objeto a estudio.

Guías de pautas o entrevista: La guía de pauta se le realizó con preguntas abiertas que permiten obtener información más amplia del tema de estudio, ver anexo.

Cuestionario: Se diseñaron los formatos de manera estructurada con preguntas que coinciden con la Operacionalización de las variables de manera que permitan recopilar información objetiva para cuantificar las variables, ver anexo N° 4 y 5.

2.7 POBLACIÓN Y MUESTRA.

2.7.1 Población.

Es el conjunto de todos los individuos que porten información sobre el fenómeno que se estudia. Representa una colección completa de elementos (sujetos u objetos, fenómenos o datos) que poseen algunas características comunes.

2.7.2 Tamaño de la población.

TABLA N° 1 Tamaño de la población

Elementos	Población N
Socios y directivos	21
Profesionales Agrónomos	80
Comunidades	138
Población - PEA	19286
Total de la población	19517

Fuente: Datos del tamaño de la población

Elaborado por el autor: Milión Sebastián Tomalá Méndez

CUADRO N° 8 Definición de las formulas de la población finita e infinita.

.....	DEFINICIÓN	DATOS	
		ENTREVISTAS	ENCUESTAS
N	Tamaño de Muestra.??
P	Probabilidad de Éxito.	0,70	0,50
Q	Probabilidad de Fracaso.	0,30	0,50
E	Margen de Error.	0,10	0,05
Z	Nivel de Confianza.	0,90 (1,64)	1,96
N	Tamaño de Población.	80	19.286
R	Rango de Distribución de la muestra??

Fuente: Datos definición de las formulas de la población finita e infinita

Elaborado por el autor: Milton Sebastián Tomalá Méndez

2.7.3 Muestra.

En la presente investigación se realizó varios tipos de muestreos la misma que se detalla en la siguiente tabla:

TABLA N° 2 Tamaño de la muestra

Técnicas de investigación	Población N	Muestra n	Tipo de Muestro	Formulas
Observación	21	5	Muestreo no probabilístico por juicio	-
Acción participante	21	18	Muestreo no probabilístico por juicio	Censo
Entrevistas a Profesionales	80	33	Muestreo probabilístico aleatorio simple	$n = \frac{p \cdot q}{\frac{\sum Z^2}{Z^2} + \frac{p \cdot q}{N}}$
Encuestas a socios y directivos de la Asociación	21	21	Muestreo no probabilístico por cuotas	-
Encuestas a clientes, anexo N° 15.	19286	377	Muestreo probabilístico aleatorio simple	$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 \cdot N - 1 + Z^2 \cdot p \cdot q}$
Total	19429	454		

Fuente: Datos del tamaño de la Muestra

Elaborado por el autor: Milton Sebastián Tomalá Méndez

En la presente investigación para realizar la **observación de campo** se determinó la muestra por medio del **muestreo por juicio** dirigida a los **ganaderos** por ser la parte representativa del objeto de estudio, y cuyo propósito es el levantar y recopilar de información esencial del sector donde realizan las actividades los ganaderos por ser el ente de estudio, lo mismo que servirá para definir un significativo planteamiento del problema de la investigación.

Para establecer la muestra y desarrollar el **censo mediante la acción participante se utilizó el muestreo por juicio** que se aplicó a los miembros y directivos ya que son estos los que componen la asociación de ganaderos de la comuna, el método de acción participativa tiene como propósito recabar información que permita detallar los elementos internos y externos que implican en el desarrollo de las actividades pecuarias en la comuna San Marcos y Barbascol.

Para determinar la población y la muestra de **la entrevista a profesionales** se elaboró un cuestionario semi-estructurado, se consideró evaluar la actitudes de los Ingenieros Agropecuarios de la provincia de Santa Elena, permitiendo así obtener información adecuada que ayudaron al desarrollo y direccionamiento del proyecto, para poder realizar mencionada actividad se utilizó la base de dato que facilitó el Colegio de Ingenieros Agropecuarios de la provincia de Santa Elena, por el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. Una vez obtenida la información se procedió a calcular el tamaño de la muestra y para eso se recurrió a la fórmula de Población Finita con el **muestreo aleatorio simple**.

Mientras que para determinar la población y muestra de la **encuesta interna** se estructuró un cuestionario direccionado a los **ganaderos**, y de los datos que facilitaron por el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca MAGAP, se manifiesta que en la comuna San Marcos existen 138 ganaderos, sin embargo se definió los argumentos de la población para mayor posición en el levantamiento de la información, se consideró en base al **muestreo por cuotas** a los socios de la Asociación de ganadero en la comuna San Marcos y Barbascol.

así mismo para realizar la **encuestas externas** se escogió el **muestreo aleatorio simple**, dirigida a los habitantes de clase baja y media lo mismo que permitió establecer los valores de “p” (Probabilidad de Éxito) y “q” (Probabilidad de Fracaso), dichos valores se utilizaron para el cálculo del tamaño de la muestra de la encuesta, para esto se consideró dos **Parroquias: Colonche y Manglaralto**, que suman una **Población Económica Activa (PEA)** 19.286 de 10 a más años, datos obtenidos de la base de datos del Instituto Ecuatoriano de Ecuatoriano y Censo (INEC).

2.8 PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.

Para la investigación se construyó una investigación cualitativa lo que ayudó a la caracterización y distribución de las variables, y por ende a la elaboración del proceso teórico del objeto a estudio. Con los datos obtenidos en la aplicación de los instrumentos de la investigación como la observación, entrevista, censo de acción participante y encuesta, se procedió al procesamiento y luego a la cuantificación de las variables, dimensiones e indicadores de tal manera que se pudo detallar los problema que afectan en la actividad ganadera y así también se pudo plasmar de la propuesta del plan asociatividad de los ganaderos en la comuna San Marcos de la parroquia Colonche, del cantón Santa Elena, año 2015.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

En este capítulo se presenta detalla los resultados de la investigación de campo, así se plasma, los formatos que se utilizó en la recopilación de información, los cuales se representan a continuación: La observación, censo acción participante, entrevista en profundidad, las encuestas internas y externas.

UNIVERSO. Sector ganadero de comuna San Marcos y Barbascol; profesionales agrónomos de la provincia y clientes de los sectores cercanos a la comuna.

MUESTRA: 4 sectores.

3.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN.

Objetivo de la observación.

Identificar las situaciones en que se cría el ganado mediante la realización de las guías de observación en el entorno del objeto a estudio lo mismo que permita establecer las circunstancias en las que se desarrolla esta actividad ganadera dentro de la comuna San Marcos y Barbascol.

Resultados de la observación

El estudio de observación se los realizo 16 y 17 del mes de Febrero del 2013 se realizarón las observaciones directas y de acción participante en la comuna San Marcos en los barrios, El Paraíso y La Sequita, en el recinto Sevilla, Barbascol, en

Pueblo Nuevo, los Manguitos. Las visitas fueron sistematizadas por el egresado utilizando las guías de observaciones, con el propósito de tener los primeros acercamientos a los sujetos de estudio.

La guía de observación aplicada en los barrios, el tiempo promedio que se llevó realizar mencionada actividad fue de 20 a 30 minutos, tiempo en la cual permitió dialogar de manera directa con el ganadero que se visitaba y de la misma manera la descripción del campo de acción.

Según los resultados de la guía de observación se pudo definir que existen varios problemas que dificultan al desarrollar normal de sus actividades ganaderas. El objetivo de las visitas a la comuna fue de indagar y conocer las situaciones en las que el ganadero practica sus actividades, por lo que se pudo palpar los siguientes problemas:

En la actualidad las condiciones agroecológicas no son favorables uno de los factores es el constante cambio en el clima que han provocado muchos efectos negativos en el entorno donde desenvuelven las actividades ganaderas como: escases del recurso hídrico que hace que el pasto verde se seque, trae consigo efectos pocos alentadores donde los ganaderos buscan la manera de suministrar alimentos para sus ganados y para ello recurren a las comunidades más cercanas para compra las pancas de maíz.

Desde hace mucho tiempo los ganaderos de la comuna manejan la crianza de ganados en base a conocimientos empíricos, adquirido de sus descendientes, siendo así una actividad ancestral. Pero en la actualidad gracias a la mediación del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura Y Pesca – **MAGAP** apoya al sector productivo pecuario en base a capacitaciones teóricas-prácticas, que permite obtener el conocimiento adecuado para llevar un proceso con técnicas nuevas que asegure la calidad del producto.

También se pudo observar la actitud positiva de las personas y de las ganas de buscar el cambio entre los ganaderos de la comuna de manera organizada. Aunque también se captó actitud negativa debido a que en los últimos tiempos se han dado muchas propuestas de proyectos pero no se han cumplido los mismos que los desmotivan y prefieren trabajar individualmente para sacar adelante sus ganados.

En la visita se pudo observar que actualmente no existe emprendimiento alguno que permita el desarrollo socioeconómico, agroproductivas de los ganaderos en la comuna en estudio. Por otra parte del diálogo de acción participativa con los ganaderos comentaron que para ellos es un poco difícil acceder a préstamo bancario porque no están asociados, además sus producciones son poco rentables por ser limitada la producción de leche y de la obtención de productos derivados es nula que solo elaboran para el consumo personal. Por qué no pueden crear su propia marca y patentes que les permita competir y obtener una cobertura en el mercado.

Se recomienda que se aplique un censo de acción participante entre los sujetos de estudio que les permita identificar de manera directa los factores internos y externos ostentan los ganaderos en el entorno donde se desenvuelven.

Se recomienda que se aplique la técnica de acción participante en los sujetos de estudio, que permita conocer las fortalezas y las debilidades que presentan los ganaderos, por medio del análisis FODA.

3.2 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS ENTREVISTA GRUPALES

Objetivo de la entrevista acción participante es recolectar información de manera cualitativa mediante el desarrollo de la matriz FODA, con la finalidad de evaluar la situación interna y externa del sujeto a estudio.

Universo: socios y directivos de la asociación de ganaderos en la comuna San Marcos.

Muestra: 21 socios y directivos.

Para desarrollar la técnica acción participante, se aplicó de manera grupal e individual generando un dialogo entre los participante, con el objetivo de obtener lluvias de idea y de esta manera recolectar información que permitió establecer las fortalezas y debilidades que envuelven en el desarrollo de las actividades ganadera del sector. A continuación se presenta el FODA de “ASOGANVAC” (Asociación de ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol:

Fortalezas:

- Actitud positiva de los productores para el desarrollo/actividad ganadera.
- Capacitación y asesoramiento técnico por instituciones públicas.
- Se cuenta con un ganado óptimo/producción /adaptan a cambio climático.
- Se cuenta con escrituras de nuestra tierra
- Buena relación con entidades públicas.
- Ubicación estratégica geográfica.
- Disponibilidad de tierras para la explotación pecuaria.

Debilidades:

- No se cuenta con una infraestructura adecuada para la producción de ganado.
- Bajo nivel de organización en los productores y resistencia al cambio.
- Escasez del recurso hídrico en las fincas.
- Alto porcentaje de superficie agrícola seca en predios.

- Inadecuado uso de los recursos naturales y escasas áreas de forrajes cultivadas en predios.
- Limitado conocimiento de técnicas de manejo de crianzas pecuario.
- No aplica un proceso de producción adecuado.
- Limitados recursos económicos para el financiamiento de la crianza de ganado.

Oportunidades:

- Apoyo gubernamental que apunta al desarrollo económico de los pequeños productores.
- Existencias de tecnología para innovar los productos agropecuarios.
- Existencia de un importante proyecto de irrigación que permiten el desarrollo de la agricultura y la ganadería.
- Vías de comunicación asfaltadas.
- Posibilidad de trabajar en la actividad ganadería complementada con la agricultura.
- Existencia de un Plan Nacional de Desarrollo Ganadero.
- Disponibilidad de créditos por las entidades gubernamentales.
- Existencia de mercados ampliados para el consumo de carnes.

Amenazas:

- Enfermedades parasitarias endémicas y propias de la costa.
- Las actividades ganaderas crecen en otras regiones.
- Dificultad para obtener al crédito, excesivo requisitos/acceder un préstamo.
- Programas ganaderos estatales insuficientes.
- Tendencia precio de los productos pecuarios variables
- Existencia de productos sustitutos.

3.3 ANÁLISIS DE RESULTADOS ENTREVISTAS A PROFESIONALES

Pregunta N° 1 ¿Actividad que realizo realizó en la última semana?

En las entrevista realizada a profesionales permitió determinar cuáles fueron las actividades que realizaron en la última semana, las repuestas más mencionadas fueron: trabajar diariamente y los fines de semana hacer deporte, mientras que las repuestas menos frecuentes fueron desde irse de fiestas para salir de la rutina, salir de compras con su familia, realizar viaje con sus familia y una minoría la repuesta fue otras actividades.

Pregunta N° 2 ¿Cuáles son las principales actividades a las que se dedican las personas en la Provincia de Santa Elena en la zona rural?

Este ítem permite conocer las principales actividades en la zona rural de la Provincia de Santa Elena. En la entrevista realizada a 31 profesionales de cuáles, se obtiene 95 repuestas las mismas que se divide en 36 repuestas de principales actividades en la zona rural y 58 repuestas de actividades en la zona urbana, donde se pudo que las actividades más relevantes son la ganadería y la agricultura, mientras que las repuestas menos mencionadas fueron pesca, servicios de trasportes, educación y construcción. Es decir que es necesario implementar el plan de asociatividad para los ganaderos, por ser una de las actividades primordiales del sector, se logra así el fortalecimiento institucional a la asociación de ganaderos.

Pregunta N° 3 ¿Cuáles son las principales actividades a las que se dedican las personas en la Provincia de Santa Elena en la zona urbana?

Así mismo se puedo determinar las principales actividades en la zona Urbana, mediante las entrevistas a profesionales. De los 31 entrevistados se obtuvieron

58 repuestas de las que las principales actividades que realizan las personas en la provincia de Santa Elena en la parte Urbana, las repuestas más relevantes son obtenidas: turismo que desde hace décadas se ha venido dando esta actividad como actividad de fuente de ingreso para la provincia.

Así mismo el comercio que se realizan día a día se desarrolla por ser una actividad que va en crecimiento cada vez más, la hotelería que es una actividad rentables también está en crecimiento, mientras que las menos mencionada fueron: la educación la que en el actual gobierno realiza proyectos, seguido del servicios de trasportes y finalizando con actividades de construcción.

Pregunta N° 4 ¿Cómo considera usted la actividad del sector ganadero en la Provincia de Santa Elena?

De los datos obtenidos a entrevistados se pudo obtuvo 19 repuestas positivas donde mencionan que el sector ganadero está teniendo un crecimiento progresivo porque las personas la consideran que están siendo apoyadas por entidades públicas que apunta al desarrollo y transformación de la matriz productiva, y otra repuesta más nombrada fue que es una actividad enriquecedora ya que tienen ventajas que se pueden aprovechar que les permita desarrollarse y crecer a los ganaderos de la comunas y lograr tener credibilidad de financiamiento.

Mientras que las repuestas menos nombradas de los aspectos positivos son: que reciben capacitaciones aunque limitadas por que no tienen mucho personal especializado para cubrir todas las zonas y así cumplir con sus objetivos, también mencionaban que se está trabajando asociadamente para tener así un desarrollo sostenible, y otros mencionan que el sector se encuentra en proceso de desarrollo, para finalizar está cambiando el rubro comercial para ser competitivos a nivel peninsular se aprovecha las capacitaciones que se brindan para aumentar la competitividad y el desenvolvimiento de sus destrezas y habilidades de cada uno de los integrantes de grupo asociativo.

Pregunta N° 5 ¿Cómo considera usted la actividad del sector ganadero en la Provincia de Santa Elena?.

De las entrevistas a profesionales también se pudo obtener consideraciones negativas a la actividad ganadera de la provincia de las cuales las nombradas son que la ganadería en la Península se considera indefinida por existir diferentes tipos de ganado; mientras que otras la consideran que la ganadería está en un crecimiento lento, también mencionaban que no hay ganado de óptima calidad ya que no son criadas de manera correcta que les permita tener mejor calidad.

Y de las menos mencionadas que existen deficiencia en el control en la ganadería que muchos les manejan de manera empírica; debido no tener una adecuada crianza sufren pérdidas de del ganado; por otra parte no hay investigación adecuada que permita mejorar la calidad de ganado en el sector; entre los aspectos negativos también mencionaban que hay aun irresponsabilidad en el cuidado del ganado, muchos aun crían sus ganados en campo abierto y no como está establecido por la ley.

Pregunta N° 6 ¿Cómo evalúa la manera en que el ganadero cría ganado en la Comuna San Marcos, provincia de Santa Elena?. (Aspecto positivo)

En este ítems se pudo definir repuestas positivas de los profesionales cuando se les pregunto que evaluará la manera que el ganadero cría al ganado en las comunas de las cuales fueron: que al sector ganadero de la comuna en vía de desarrollo aunque en un crecimiento lento; también opinaron que el desarrollo de las actividades en la comuna San Marcos se lo realizan empíricamente por su experiencias que poseen la consideran medio alto ya que reciben capacitaciones aunque limitadas. Mientras que otras respuestas obtenidas fue que son buenos en manejo en crianza de ganado vacuno, esto debido a la experiencia empírica y las pocas capacitaciones que han recibidos los ganaderos por parte de las entidades gubernamentales.

Pregunta N° 7. ¿Cómo evalúa la manera en que el ganadero cría ganado en la Comuna San Marcos, provincia de Santa Elena?. (Aspecto negativo)

En las entrevistas realizadas se pudo conocer como evalúan los profesionales a las crianzas de ganado en la comuna San Marcos de los cuales se tiene los aspectos negativos: muchos opinaron evalúan que la crianza de ganado en la comuna tiene limitada dedicación de los ganaderos al ganado, por otra parte que otro grupo opinan que la genética es cada vez más baja, debido al incorrecto cuidado y alimentación porque existe un bajo nivel organización en criar ganado, por lo tanto no tienen un cuidado adecuado que les permita mejorar la genética del animal y ayude a tener una ganadería de calidad.

Por otro lado un grupo evalúan la crianza de ganado le realizan a campo abierto por lo tanto no están cumpliendo con lo que dispone la ley de criar al ganado en cerramiento para evitar accidentes, y tener un mayor control fitosanitario y además de que la inversión de los ganaderos es limitada, no buscan financiamiento en entidades que apunta a el desarrollo de la matriz productiva.

Pregunta N° 8 ¿Qué ventajas observa Ud. En la producción de ganado vacuno en la Comuna San Marcos, península de Santa Elena?

En las entrevistas ejecutadas se puede observar las repuestas de los profesionales cuando se les pregunto ¿cuáles son las ventajas en la producción de ganado vacuno en la Comuna San Marcos? las mismas que son notables: opinan que unas de la ventajas que ellos tiene son las extensiones de tierras que poseen; el líquido vital (agua potable y de pozo), también manifestaron que las ventajas de ampliar zonas para sembrar pastos es alta: otra es que tienen tipos de ganado rústicos que se adaptan a las condiciones adversas; por otra parte la ganancia de tener mayores ingresos que les permitirá mejorar la calidad de vida de los ganaderos de la comuna San Marcos.

Pregunta N°9 ¿Qué desventajas observa usted en la producción de ganado vacuno en la comuna San Marcos, península de Santa Elena?

En los resultados obtenidos se pudo visualizar que las desventajas que observan los profesionales en la comuna San Marcos son que: los ganaderos tienen resistencia al cambio por su poco conocimiento técnico, en muchos casos los ganaderos son ya personas de avanzada edad que les dificultan a pastorear a los animales, otros opinan que tienen desventajas por: la falta de mano de obra calificada local de manera técnica que les permita llevar un mejor manejo en crianzas;

Por otra parte los pastos verdes existen solo en épocas de lluvias pero el resto del año son secos por lo tanto estos ya no tienen los mismos nutrientes como cuando están verdes; otra de las desventajas es que tienen limitada conocimientos técnicos sobre crianzas de ganado vacuno; finalmente también opinan que muchos ganaderos no manejan potreros para sus ganado que todas las desventajas son una gran debilidad para la actividad ganadera de los comuneros.

Pregunta N°10 ¿Desde su punto de vista cuáles son los principales factores que influyen en el desarrollo de la ganadería en la Península de Santa Elena?

En los resultados obtenidos se pudo determinar las opiniones de los profesionales sobre cuáles son los factores que influyen en el desarrollo ganadero en la península que se pudo determinar: el clima cambiante que poseen actualmente en la costa, disponibilidad del líquido vital y suelo apropiado para la crianza de ganado; por otra parte que el factor que influye en el desarrollo en la actividad es la cultura; el poco manejo de cultivos de forrajes adecuados; las experiencias empíricas que tienen los ganaderos; el apoyo gubernamentales al sector productivo que existen en la provincia, el manejo tecnificado de ganados como en otros países de Latinoamérica.

Pregunta N° 11. Qué ventajas observa usted en la comercialización del ganado en los pequeños ganaderos de las comunas de la Provincia de Santa Elena?

Este Ítems permite a conocer cuáles son las ventajas que los profesionales observan de estas ventas de ganado en las comunas en la provincia de Santa Elena. En los datos obtenidos se puede observar los resultados de las entrevistas que se realizó a profesionales sobre su criterio de que opina de cuáles son las ventajas que tienen los pequeños ganaderos de las comunas San Marcos de la provincia de Santa Elena donde: La mayoría opina las ventajas que tienen es obtener mayores ingresos si se mejora la productividad y calidad de vida de los ganaderos. Por otra parte otro grupo opinan que la existencia de vías de acceso les permita sacar sus productos al mercado local y peninsular es bastante favorable las cuales deben ser aprovechadas; otras de las ventajas es que poseen animales en proceso de certificación para la venta en algunas comunas los que les hace competitivo.

Pregunta N° 12. Desventajas observa usted en la comercialización del ganado en los pequeños ganaderos de las comunas de la Provincia de Santa Elena?

Este Ítems da a conocer cuáles son las desventajas que los profesionales observan en la comercialización del ganado de los ganaderos de las comunas en la provincia de Santa Elena. En los datos obtenidos se puede observar la opinión de los profesionales sobre las desventajas que tienen los pequeños ganaderos de la península de Santa Elena las cuales son: poco conocimiento de técnicas de comercialización en sus productos. Mientras otro grupo opinan que las desventajas que tienen es que los productos les venden al comerciante por lo tanto no reciben un precio razonable y por lo tanto no tienen ganancia; también que los ganados son de bajas calidad y son pocos competitivos en el mercado; por otra parte están la competencia que poseen productos de calidad y productos sustitutos, la falta de canales de comercialización; aunque otros mencionaron que no tiene ninguna ventajas para desarrollarse que ellos se resisten al cambio.

Pregunta N° 13. ¿Cuáles son los principales mercados de destino de los productos ganaderos que se ofertan en las Comunas?.

Este Ítems da a conocer las opiniones de los profesionales los principales mercados de destino de los productos que ofertan los ganaderos de las comunas. De la que se obtiene los siguientes resultados: la mayoría respondieron que los productos que ofertan los ganaderos de las comunas son destinados al camal interno para el consumo de las zonas aledañas. Mientras otro grupo opino que el producto está destinado a el camal de la libertad y pocos opinaron que son destinado al camal de Guayaquil para el consumo de los de los habitantes, Así mismo un grupo significativo opina que el producto está destinado a tiendas y despensas de la provincia, mientras tanto una minoría respondieron que los productos ganaderos son destinados a restaurante, Minimarket y carnicerías.

Pregunta N° 14. ¿Para potencializar la producción y comercialización que estrategias le recomendaría a los ganaderos?

Este Ítems da a conocer las estrategias recomendadas por los profesionales a los ganaderos para potencializar la producción y la comercialización del ganado. Las que se detalla a continuación: las estrategias de criaderos pastos de corte, trabajar con tema de alimentación del ganado, estrategias de cuidado y control de ganado que les permita tener una calidad de ganado, por otra parte otros recomendaron que se debe buscar apoyo de las instituciones públicas que apoyan a la productividad de la actividad ganadera..

En lo que respecta a la comercialización recomiendan: que los ganaderos asociarse con otras pequeñas organizaciones, y formar el grupo asociativo de ganaderos de la comuna para que reciban beneficios y apoyo de parte de las entidades públicas que están apoyando al desarrollo y cambio de la matriz productivas. Dar un valor agregado a su producto como queso, yogurt para el

consumo de las comunas trabajar en equipo con sinergia y lograr un empoderamiento entre todos los que componen la asociación que les permita ser competitivos, y así lograr sus objetivos comunes planteados.

Pregunta N°15. Si usted fuera el director de agricultura y ganadería en la provincia. ¿Qué haría para mejorar la productividad y comercialización de ganado vacuno?

Los entrevistados opinan que si fueran el director de agricultura y ganadería de la provincia lo que harían para mejorar la productividad y comercialización de ganado vacuno aunque es una ardua tarea que deben realizarse, en las comunas existen diversos problemas primero se debe realizar una verdadera investigación de ámbito macro que permita conocer las deficiencias y necesidades prioritarias de cada uno de los ganaderos sean estos en la producción y comercialización de esta manera sectorizar para trabajar asociadamente, capacitarlos e incentivarlos donde también se les difunda principios éticos entre ellos. Por otra parte implementar el sistema de riego que les permita mejorar el forraje para la alimentación del ganado; implementar subprogramas en las comunidades que permitan tener la capacidad con técnicas en crías y comercialización.

Pregunta N°. 16. ¿Qué opinión le merece usted la asociatividad como medio para fomentar la productividad y comercialización ganadera en la comuna San Marcos, provincia de Santa Elena?

En este Ítems se puedo determinar las opiniones que dieron los profesionales la asociatividad como medio para fomentar la productividad y comercialización ganadera en la comuna San Marcos, provincia de Santa Elena. Donde ellos respondieron que: la asociatividad seria unir fuerzas para mejorar la actividad ganadera en la comuna San Marcos, se practique los valores sociales, culturales, y una forma de trabajar en equipo para aprovechar las oportunidades.

otros opinan que la asociatividad es una fortaleza y a su vez una oportunidad para poder financiar proyectos, que si los ganaderos se asocian será una excelente iniciativa para su desarrollo; en cambio otros opinaron que les permitirá tener mayor oportunidad de acceder a créditos productivos en las entidades financieras para solventar los costos que concurren en la crianza de ganado; por otra parte también reiteran que la asociatividad significa mayor crecimiento en la unidad productiva y mejorar la calidad de ganado vacuno.

Pregunta N°. 17. ¿Qué opinión le merece usted la asociatividad como medio para fomentar la productividad y comercialización ganadera en la comuna San Marcos, provincia de Santa Elena?

En las entrevistas realizadas a profesionales se obtuvieron 31 repuestas donde opinan que: la asociatividad es un mecanismo que permite fortalecer lazos entre socios para competir en el mercado; por otra parte es una oportunidad de intercambiar que asociándose unen fuerzas para tener productos entre otros grupos que se dedican a la misma actividad. Muchos aseguran que es la forma de organizarse para obtener y comercializar productos de calidad; así mismos otros opinan que la asociación permitirá tener mayor participación en el mercado con diversificación de productos; aunque otro grupo opinan que es tener poder de negociación frente al cliente por el costo ventaja de la mayor producción.

Pregunta N° 18. ¿Qué acciones recomendaría a los ganaderos de la comuna San Marcos para que mejoren la producción y comercialización del ganado vacuno?

En este ítem se puede apreciar que las acciones que recomiendan los entrevistados para mejorar la producción y comercialización del ganado son: sembrar pastos y forraje en inviernos para tener reservas para la alimentación del ganado, mejorar la genética del ganado vacuno por medio de una buena alimentación y un correcto cuidado.

También recomiendan buscar y tramitar créditos y financiamiento en la CFN y demás entidades financieras para hacer una ganadería sostenible y rentable, además otros recomiendan realizar constantemente capacitaciones en producción y comercialización para luego ponerlas en práctica en el campo donde se crían las reses, obtener y usar tecnología necesaria para mejorar la calidad de los productos; buscar asesoramientos productivo, recuperar la albarrada de la comuna, realizar ventas directas para obtener mayor beneficios.

Pregunta N° 19. Según su opinión a que Instituciones le corresponde impulsar el desarrollo del sector de ganadería en la provincia?

En las entrevista a los profesionales, donde indican que en la provincia de Santa Elena existen organizaciones públicas y Privadas que están relacionados apoyan al sector pecuario. Estas son: el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca **MAGAP**, **MIES** ministerio de industrias y productividad del ecuador **MIPRO** Ministerio de inclusión económica y social del ecuador y la Comisión Nacional de Erradicación de la Fiebre Aftosa **CONEFA**.

Además otras entidades como el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Santa Elena **PREFECTURA**, La Ilustre **Municipalidad** de Santa Elena, La Asociación de Ganaderos de la Provincia de Santa Elena **AGAPSE** también ayudan a la mejora del sector ganadero, instituciones de la banca como el Banco Nacional de Fomento **BNF**. Centro de Investigación Agropecuaria **CIAP** de la Universidad Estatal Península de Santa Elena tiene poca participación pero de la misma forma ayudan al desarrollo ganadero.

Pregunta N°20 Según su criterio, ¿Qué ventajas tiene actualmente la asociatividad entre los ganaderos?

Este Ítems permite a conocer las opiniones de los profesionales de que opinan sobre qué ventajas tiene la asociatividad actualmente entre los ganaderos de la

comuna de la Provincia de Santa Elena. De las encuestas realizadas a los profesionales se puede observar las respuestas de los profesionales sobre las ventajas que tienen actualmente la asociatividad entre los ganaderos son: mejorar la productividad de las organizaciones; otras ventajas que tienen actualmente el desarrollo y crecimiento del sector ganadero; disminución de precios en compras de insumos, establecimientos de precios para la ventas de los ganaderos; disponibilidad de sedimentos y tierras, trabajo en equipo que permita alcanzar los objetivos comunes de manera solidaria, con la misma oportunidad e igualdad de condiciones.

Pregunta N° 21. Si usted formara parte de la asociación y si pudiera solucionar problemas ¿Qué problema resolvería primero? y ¿Cuándo lo haría? ¿Por qué?

En la pregunta que se hizo a cada uno de los entrevistado se obtuvo diferentes repuestas positivas donde opinan cada un diferente aunque algunos coincidían que si fueran parte de la asociación lo que primero que resolverían; mejorar la calidad del ganado mediante crianzas apropiadas, así mejoraría la genética del ganado. Gestionarían en búsqueda de financiamiento para obtener tecnología, crear potreros y forrajes; adecuar la infraestructura para criar ganado, solucionar el abastecimiento de alimentos para los ganados, establecer compromisos entre ganaderos de liderazgo para tomar decisiones adecuadas y en el momento apropiado, gestionar para el proceso asociativo, y respecto ¿cuándo? y ¿por qué lo harían?. Comentaron que lo solucionarían a corto plazo que es para el desarrollo y crecimiento de la asociación donde todos están comprometidos para cumplir con los objetivos.

Pregunta N° 22. Qué recomendaciones daría a los socios de la asociación de ganaderos de la comuna San Marcos?

Este ítem define las recomendaciones del entrevistado para los socios de la Asociación de ganaderos en la comuna San Marcos y Barbascol, las

recomendaciones son: establecer alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas que apoyen al crecimiento del sector ganadero; así mismo buscar financiamiento en las entidades públicas y privadas.

Mientras otros recomiendan que deben realizar reuniones mensuales para establecer cronogramas de trabajo de manera grupales; organizar y ejecutar equitativamente proyectos emprendedores de productos derivados; mientras trabajar en equipo para obtener créditos en la CFN y proyectos del MAGAP, pero que siempre mantengan viva el deseo de asociarse, tener claro el rumbo de la asociatividad, establecer principios organizacionales por otra parte emplear conocimientos asociativos y tomar decisiones que se respeten.

Pregunta N° 22. Qué nombre le sugeriría a los ganaderos de San Marcos, para la asociación que están por formar?

Este Ítems da a conocer las opiniones que dieron los profesionales sobre cómo se debería llamar la asociación a formarse. Los entrevistados sugieren que la Asociación se debería llamarse “Asociación de ganaderos vacunos San Marcos”, Otros opinan que se debería “llamarse Asociación agropecuario San Marcos “, o “Asociación de ganaderos San Marcos”; en cambios otros opinan que debe llamarse Asociación de ganaderos El Pastoreo” Y solo uno sugiere que se debería llamarse “Asociación Bella Esperanza”.

3.4 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA EXTERNA.

Pregunta N° 1 Edad del Género

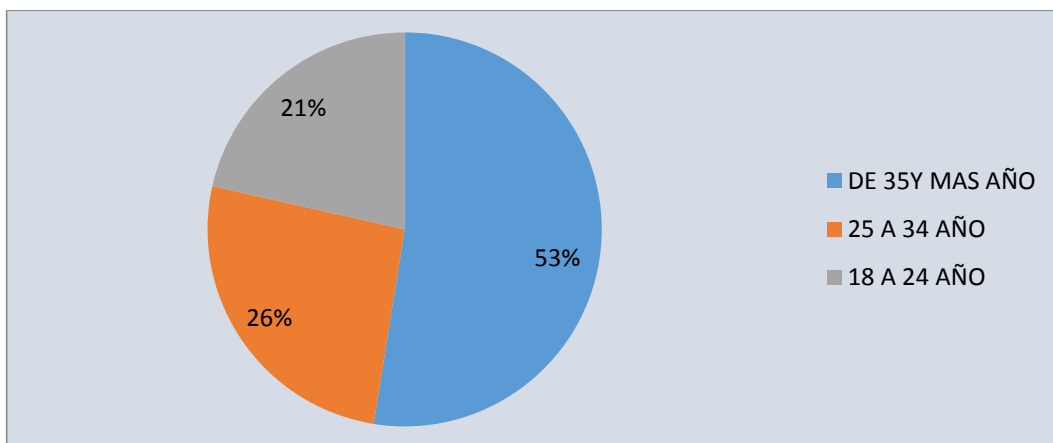
TABLA N° 3 Edad del género

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)
1	DE 35 Y MAS AÑO	198	53%
	25 A 34 AÑO	98	26%
	18 A 24 AÑO	81	21%
	TOTAL	377	100 %

Fuente: Datos de la edad del género

Elaborado por el autor: Milton Sebastián Tomalá Méndez

GRÁFICO N° 1 Edad del género



Fuente: Datos de la edad del género

Elaborado por autor: Milton Sebastián Tomalá Méndez

Este Ítems permite establecer cuál es la edad de las personas encuestadas de las comunidades más cercanas a la “ASOGANVAC” en la comuna San Marcos y Barbascol por rango de edad.

De las encuestas realizada se obtuvo en su mayoría de los clientes tienen un rango de edad de 35 a más años, seguido de un porcentaje intermedio que representa los que tienen un rango de edad de 25 a 34 años; y finalmente tenemos un porcentaje mínimo de clientes con la edad de 18 a 24 años, siendo así una población de las comunidades cercanas a la comuna representativo.

Pregunta N°2 Sexo del ganadero encuestado

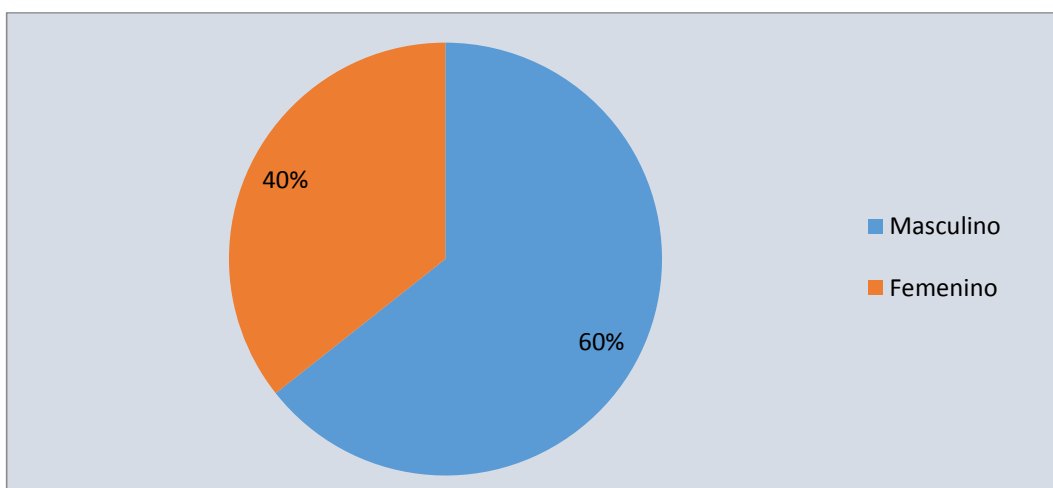
TABLA N° 4 Sexo del ganadero encuestado

Ítem	Valoración	frecuencia	Porcentaje (%)
2	Masculino	226	60%
	Femenino	151	40%
	TOTAL	377	100%

Fuente: Datos del sexo del ganadero encuestado

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

GRÁFICO N° 2 Sexo del ganadero encuestado



Fuente: Datos del sexo del ganadero encuestado

Elaborado por autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

Esta pregunta permite determinar de manera porcentual el género de las personas encuestadas de las comunidades más cercanas a “ASOGANVAC”. Como se puede observar en el gráfico anterior los resultados obtenidos de la encuesta a las personas de las comunidades más cercanas de la comuna San Marcos y Barbascol demuestra que de 377 encuestados la mayoría pertenece al género masculino, mientras que el 40% la diferencia son de género femenino, en este caso la población de hombres mayormente encuestadas en las localidades más cercanas de la asociación de ganaderos en la comuna San Marcos, provincia de Santa Elena.

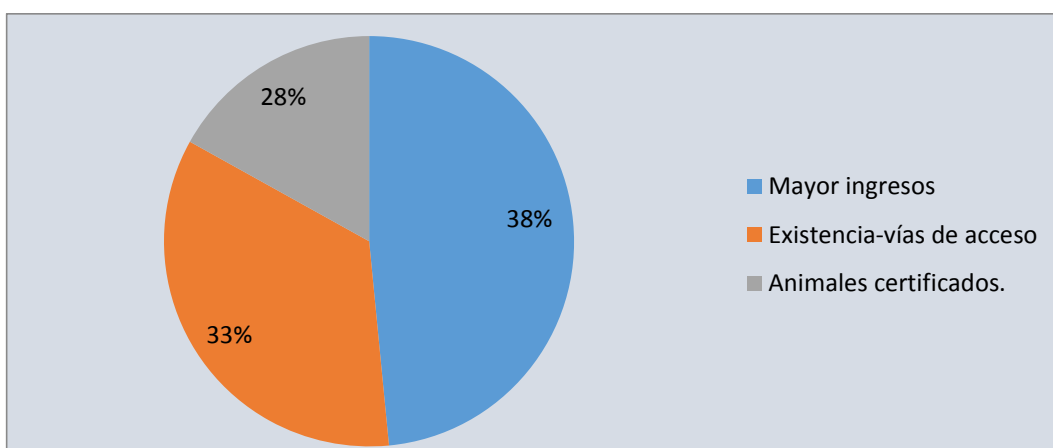
Pregunta N°3 Cómo considera siguientes ventajas en la comercialización del ganado de los comuneros de la provincia de Santa Elena?.

TABLA N° 5 Ventajas en la comercialización del ganado

Ítem	Valoración	frecuencia	Porcentaje (%)
3	Mayor ingresos	145	38%
	Existencia-vías de acceso	126	33%
	Animales certificados.	106	28%
	TOTAL	377	100%

Fuente: Datos ventajas de la comercialización del ganado
Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

GRÁFICO N° 3 Ventajas en la comercialización del ganado



Fuente: Datos ventajas de la comercialización del ganado
Elaborado por: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

Este ítem determina las ventajas que son los beneficios de la comercialización del ganado de los comuneros de la Provincia de Santa Elena.

En su mayoría se visualiza que gracias a la comercialización se obtienen mayores ingresos, por otro lado con un porcentaje casi igual al anterior analizamos que esta estrategia tiene que generar nuevas vías de acceso y mayor fuente de empleo que ayudan al desarrollo socioeconómico de las familias, esto también aumenta los canales de distribución aventurando nuevos nichos de mercado.

Pregunta N°4 Cómo considera siguientes desventajas en la comercialización del ganado de los comuneros de la Provincia de Santa Elena?.

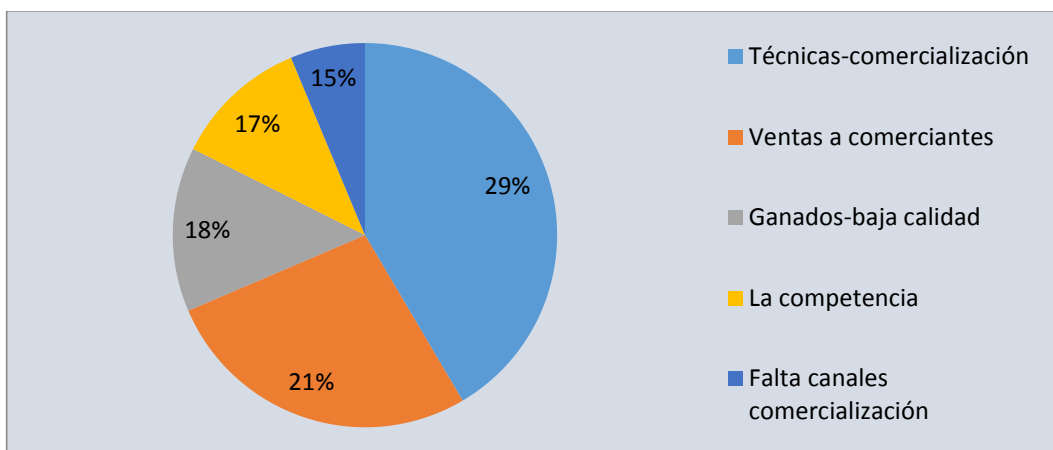
TABLA N° 6 Desventajas en la comercialización del ganado

Ítem	Valoración	frecuencia	Porcentaje (%)
4	Técnicas-comercialización	110	29%
	Ventas a comerciantes	80	21%
	Ganados-baja calidad	67	18%
	La competencia	65	17%
	Falta canales comercialización	55	15%
	TOTAL	377	100%

Fuente: Datos desventajas de la comercialización del ganado

Elaborado por el autor: Milton Sebastián Tomalá Méndez

GRÁFICO N° 4 Desventajas en la comercialización del ganado



Fuente: Datos desventajas de la comercialización del ganado

Elaborado por el autor: Milton Sebastián Tomalá Méndez

Este ítem determina las desventajas que perjudiciales en la comercialización del ganado de los comuneros de la Provincia de Santa Elena.

Se determina que en su mayoría no poseen técnicas de comercialización, así mismo tenemos un porcentaje representativo que se considera como desventajas la venta a comerciantes, por otra parte se determina que el ganado es de baja calidad, la competencia en el mercado y la falta de canales de comercialización son otras de las desventajas minoritarias que afectan sus ventas.

Pregunta N°5. De las siguientes estrategias planteadas. Si fuera ganadero ¿Cuáles usted adoptaría para mejorar la producción y comercialización del ganado vacuno?

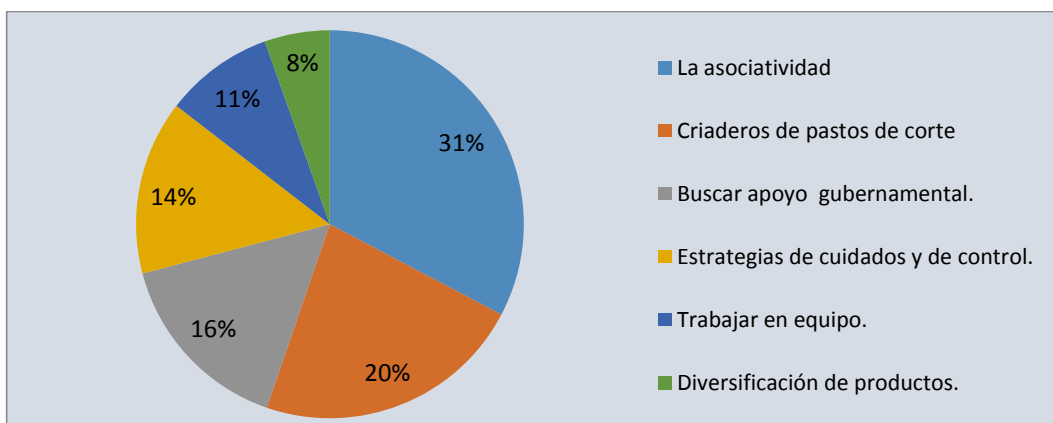
TABLA N° 7 Estrategias para mejorar la producción y comercialización

Ítem	Valoración	frecuencia	Porcentaje (%)
5	La asociatividad	116	31%
	Criaderos de pastos de corte	77	20%
	Buscar a poyo gubernamental.	59	16%
	Estrategias-cuidados-control.	51	14%
	Trabajar en equipo.	43	11%
	Diversificación de productos.	31	8%
	TOTAL	377	100%

Fuente: Datos de las estrategias para mejorar la producción y comercialización

Elaborado por: Milton Sebastián Tomalá Méndez

GRÁFICO N° 5 Estrategias para mejorar la producción y comercialización



Fuente: Datos de las estrategias para mejorar la producción y comercialización

Elaborado por el autor: Milton Sebastián Tomalá Méndez

La siguiente pregunta analiza las diferentes estrategias que se adoptaría para mejorar la producción y comercialización del ganado. En su mayoría se tiene que los comuneros prefieren la asociatividad porque con ello se gozaran de muchos beneficios de las diferentes actividades que ayudan al desarrollo, por otra parte tenemos la aplicación de los criaderos de pasto de corte, así mismo tenemos un porcentaje minoritario pero representativo en la estrategia que no hay que dejar a un lado la búsqueda de apoyo gubernamentales y las estrategias de cuidados.

Pregunta N° 6. Si usted fuera miembro de la asociación. ¿Cuáles de las siguientes gestiones haría para mejorar la productividad y comercialización de ganado vacuno en la organización?

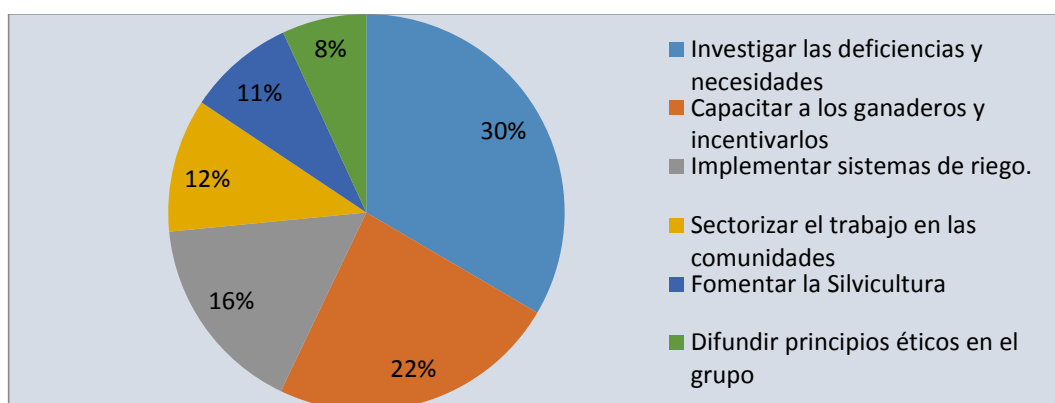
TABLA N° 8 Gestiones para mejorar la productividad y comercialización

Ítem	Valoración	frecuencia	Porcentaje (%)
6	Investigar las deficiencias y necesidades	112	30%
	Capacitar-ganaderos e incentivarlos	83	22%
	Implementar sistemas de riego.	62	16%
	Sectorizar el trabajo-comunidades	46	12%
	Fomentar la Silvicultura	42	11%
	Difundir principios éticos en el grupo	32	8%
	TOTAL	377	100%

Fuente: Datos de gestiones para mejorar la productividad y comercialización

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

GRÁFICO N° 6 Gestión para mejorar la productividad y comercialización



Fuente: Datos de gestiones para mejorar la productividad y comercialización

Elaborado por autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

Este ítem determina las gestiones que se podrían utilizar para mejorar la productividad y comercialización de ganado vacuno en la organización. En su mayoría se determinó que la investigación de deficiencias y necesidades es uno de las principales gestiones a realizar ya que se podría determinar los diferentes problemas que se presentan así también se visualiza que es necesario capacitar a los ganaderos e incentivarlos a ser mejores, por otra parte tenemos un porcentaje mínimo con otras alternativas de gestión para mejorar la productividad.

Pregunta N°7 ¿Cuán de acuerdo está usted con la frases que le voy a leer a continuación, en relación a que la asociación es un medio para fomentar la productividad ganadera en la comuna San Marcos y Barbascol, provincia de Santa Elena?

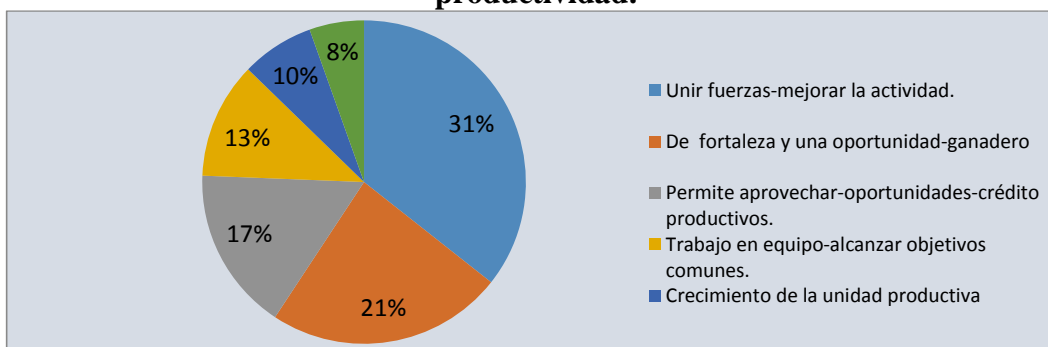
TABLA N° 9 La asociatividad como medio para fomentar la productividad

Ítem	Valoración	frecuencia	Porcentaje (%)
7	Unir fuerzas-mejorar la actividad.	116	31%
	De fortaleza y una oportunidad-ganadero	79	21%
	Aprovechar-oportunidades-crédito productivos	65	17%
	Trabajo en equipo-alcanzar objetivos comunes.	48	13%
	Crecimiento de la unidad productiva	37	10%
	No sabe/No contesta	32	8%
	TOTAL	377	100%

Fuente: Datos de la asociatividad medio para fomentar la productividad

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

GRÁFICO N° 7 La asociatividad como medio para fomentar la productividad.



Fuente: Datos de la asociatividad medio para fomentar la productividad

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

Esta pregunta permite determinar la frase que en pocas palabras define a la Asociación como un medio para fomentar la productividad ganadera. Del total de las encuestas realizadas en su mayoría nos dijeron que las frase que determina la asociatividad es “unir fuerzas – mejorar la actividad” o “de fortaleza y una oportunidad” por otra parte un porcentaje minoritario determino que la frase podría ser “permite aprovechar- oportunidades- créditos productivos”, “es oportunidad- crédito” o “trabajo en equipo- alcanzar objetivos comunes”.

Pregunta N°8 ¿Cuán de acuerdo está usted con la frases que le voy a leer a continuación, en relación a que la asociación es un medio para fomentar la comercialización ganadera en la comuna San Marcos y Barbascol, provincia de Santa Elena?

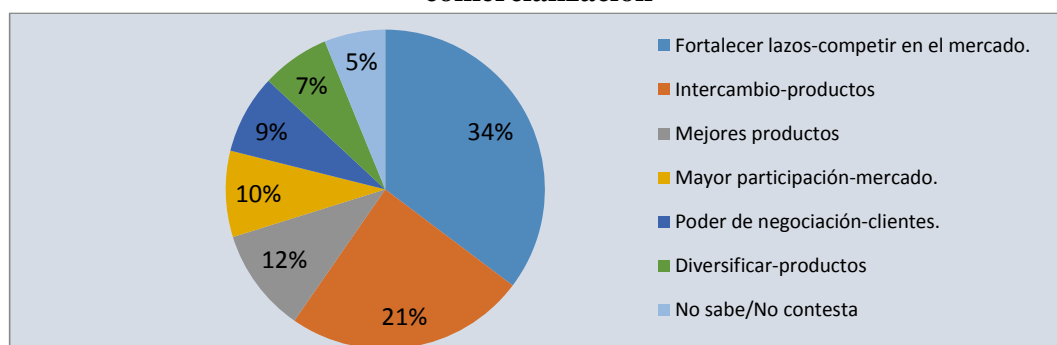
TABLA N° 10 La asociatividad como medio para fomentar la comercialización

Ítem	Valoración	frecuencia	Porcentaje (%)
8	Fortalecer lazos-competir-mercado.	129	34%
	Intercambio-productos	81	21%
	Mejores productos	45	12%
	Mayor participación-mercado.	39	10%
	Poder de negociación-clientes.	35	9%
	Diversificar-productos	28	7%
	No sabe/No contesta	20	5%
	TOTAL	377	100%

Fuente: Datos de la asociatividad medio para fomentar la comercialización

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

GRÁFICO N° 8 La asociatividad como medio para fomentar la comercialización



Fuente: Datos de la asociatividad medio para fomentar la comercialización

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

Esta pregunta permite determinar la frase que en pocas palabras define a la asociación como un medio para fomentar la comercialización ganadera. Del total de las encuestas realizadas se obtiene que en su mayoría piensan que “Fortalecer lazos-competir en el mercado” es una definición clara para fomentar la comercialización, pero otra parte también dicen que es “intercambio-productos” mientras que los de porcentajes mínimos optaron por considerar las otras alternativas.

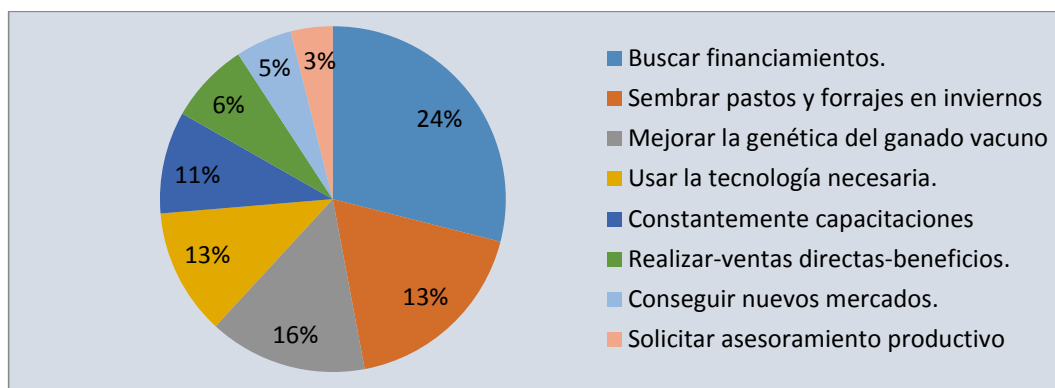
Pregunta N°9 De las siguientes acciones ¿cuáles recomendaría a los ganaderos de la Comuna San Marcos para que mejoren la producción y comercialización del ganado vacuno?

TABLA N° 11 Recomendaciones-mejorar producción y comercialización

Ítem	Valoración	frecuencia	Porcentaje (%)
9	Buscar financiamientos.	108	24%
	Sembrar pastos y forrajes en inviernos	98	22%
	Mejorar la genética/ganado vacuno	68	15%
	Usar la tecnología necesaria.	56	13%
	Constantemente capacitaciones	48	11%
	Realizar-ventas directas-beneficios.	28	6%
	Conseguir nuevos mercados.	22	5%
	Solicitar asesoramiento productivo	17	4%
	TOTAL	445	100%

Fuente: Datos de recomendaciones mejora producción y comercialización
Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

GRÁFICO N° 9 Recomendaciones-mejorar producción y comercialización



Fuente: Datos de recomendaciones mejora producción y comercialización
Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

Este ítem está direccionada a evaluar las mejores recomendaciones para que los ganaderos de la comuna mejoren la producción y comercialización del ganado vacuno. De los 377 encuestados se obtuvieron 445 repuestas y en su mayoría optó porque se debería buscar financiamiento, sembrar pastos y forrajes en inviernos, y mejorar la genética del ganado, mientras que en su minoría pero no menos importante se recomienda usar la tecnología necesaria, mantenerse en constante capacitaciones, realizar ventas directas- beneficios.

Pregunta N° 10. De las siguientes opiniones, ¿cuáles definen mejor los beneficios para los ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol?

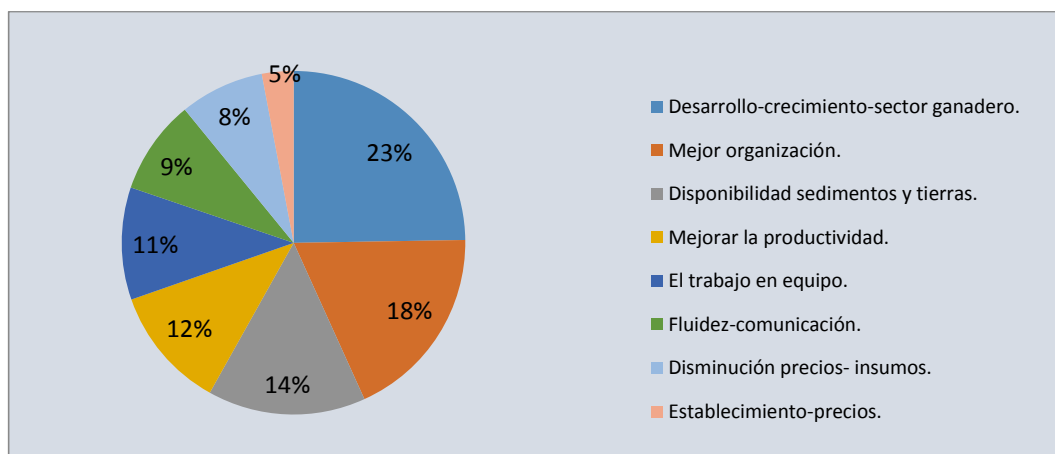
TABLA N° 12 Definición de los beneficios para los ganaderos.

Ítem	Valoración	frecuencia	Porcentaje (%)
10	Desarrollo-crecimiento-sector ganadero	86	23%
	Mejor organización.	67	18%
	Disponibilidad-sedimentos-tierras.	53	14%
	Mejorar la productividad.	47	12%
	El trabajo en equipo.	41	11%
	Fluidez-comunicación.	34	9%
	Disminución precios- insumos.	32	8%
	Establecimiento-precios.	17	5%
	TOTAL	377	100%

Fuente: Datos de la definición de beneficios para los ganaderos

Elaborado por: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

GRÁFICO N° 10 Definición de los beneficios para los ganaderos.



Fuente: Datos de la definición de beneficios para los ganaderos

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

La ponderación máxima está en desarrollo-crecimiento-sector ganadero, como uno de los beneficios principales. Los demás ítems como mejor organización, disponibilidad sedimentos y tierras, mejorar la productividad, trabajo en equipo y la fluidez-comunicación son varios beneficios de los que los comuneros piensan que podrían ser beneficiarios. La disminución precios- insumos y el establecimiento-precios son beneficios secundarios que también se toman en cuenta en toda empresa.

Pregunta N°11 De las siguientes recomendaciones de profesionales ¿Cuáles cree usted que serían la más aplicables para los socios ganaderos de la comuna San Marcos?

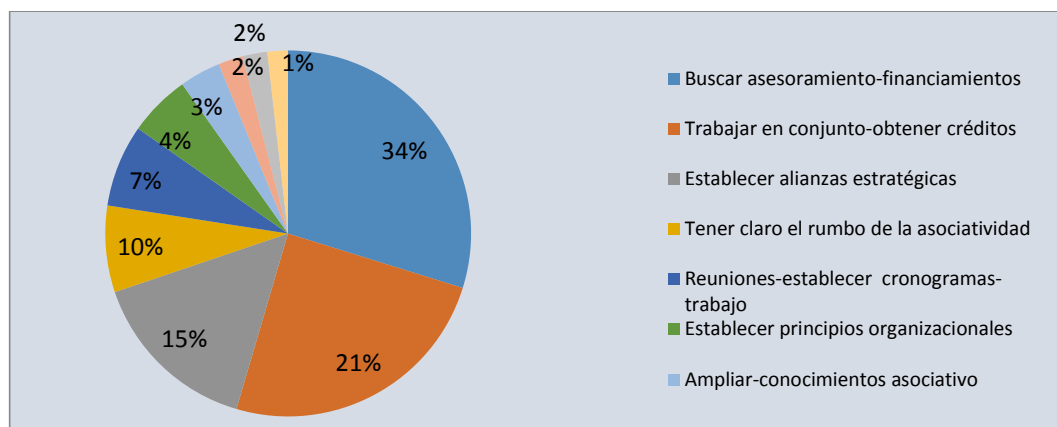
TABLA N° 13 Acciones recomendables a los ganaderos.

Ítem	Valoración	frecuencia	Porcentaje (%)
11	Buscar asesoramiento-financiamientos	129	34%
	Trabajar-conjunto-obtener créditos	79	21%
	Establecer alianzas estratégicas	57	15%
	Tener claro el rumbo-Asociatividad	36	10%
	Establecer cronogramas-trabajo	28	7%
	Establecer principios organizacionales	16	4%
	Ampliar-conocimientos asociativo	11	3%
	Organizar y ejecutar- proyectos	9	2%
	Tomar decisiones que se respetan	7	2%
	Que tengan viva-ganas de asociarse	5	1%
TOTAL	377	100%	

Fuente: Datos de las recomendaciones para los ganaderos

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

GRÁFICO N° 11 Acciones recomendables a los ganaderos.



Fuente: Datos de las recomendaciones para los ganaderos

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

En su mayoría piensan que es recomendable buscar asesoramiento y financiamientos en las entidades públicas y privadas esto ayuda a mejorar la productividad. Trabajar en conjunto para obtener créditos en la CFN y Proyectos del MAGAP. Establecer alianzas estratégicas para captar nuevos nichos de mercados. Tener claro el rumbo de la asociatividad y establecer cronogramas de trabajo para realizar reuniones mensuales.

Pregunta N°12 ¿Compra carne?

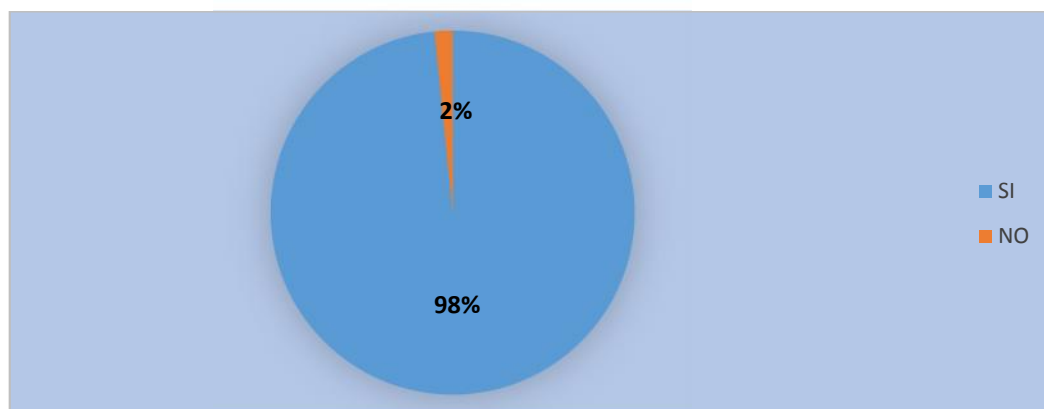
TABLA N° 14 Compra productos cárnicos.

Ítems	Compra carne	Frecuencia	Porcentaje (%)
12	SI	371	98%
	NO	6	2%
	TOTAL	377	100%

Fuente: Datos de compra de productos cárnicos del encuestado

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

GRÁFICO N° 12 Compra productos cárnicos.



Fuente: Datos de compra de productos cárnicos del encuestado

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

Este Ítems permite determinar porcentualmente la cantidad de familias que consumen carne en las comunidades cercanas a la comuna San Marcos. De acuerdo a los resultados obtenidos de las 377 encuestas aplicadas a personas de las comunidades cercanas a la comuna, de las cuales se pudo determinar casi en su totalidad compran carne para el consumo familiar, por otra parte tan solo un porcentaje mínimo opta por no comprar por que no consumen productos cárnicos. La carne es un producto rica en proteínas y tiene alta aceptación y así como es notable que en las comunidades más cercana a la comuna San Marcos y Barbascol el producto tiene una alta aceptación, donde “ASOGANVAC” (Asociación de ganaderos de la comuna San Marcos) debe explorar y satisfacer dicha necesidad.

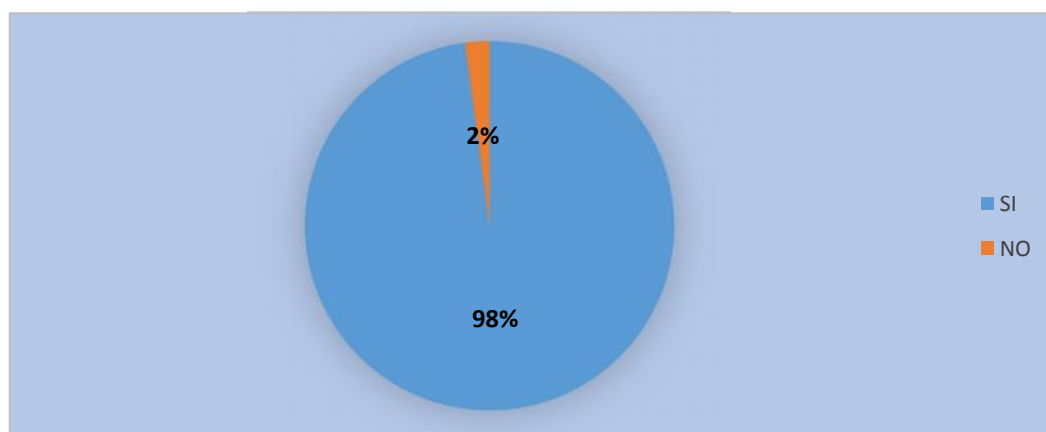
Pregunta N°13 ¿Compra leche?

TABLA N° 15 Compra productos lácteos.

Ítems	Compra leche	Frecuencia	Porcentaje (%)
13	SI	369	98%
	NO	8	2%
	TOTAL	377	100%

Fuente: Datos de compra de productos lácteos del encuestado
Elaborado por el autor: Milton Sebastián Tomalá Méndez

GRÁFICO N° 13 Compra productos lácteos.



Fuente: Datos de compra de productos lácteos del encuestado.
Elaborado por el autor: Milton Sebastián Tomalá Méndez

Esta pregunta permite establecer de manera porcentual el número de familias que consumen productos lácteos en las comunidades cercanas a la Asociación de ganaderos “ASOGANVAC”. De las cuales del total de las 377 encuestas realizados a familias de las comunidades más cercanas a la Asociación, se pudo determinar que en su totalidad compra productos lácteos y un mínimo porcentaje respondió que no compran leche porque no consumen ya que son intolerante a la lactosa. Es notable que los lácteos es un producto indispensable para el consumo Humano teniendo una alta aceptación por parte de las familias de las comunidades más cercana a la comuna San Marcos y Barbascol.

Pregunta N°14 ¿Compraría usted. Los productos que ofrece la asociación de ganaderos (carne) en la comuna San Marcos a un precio accesible?

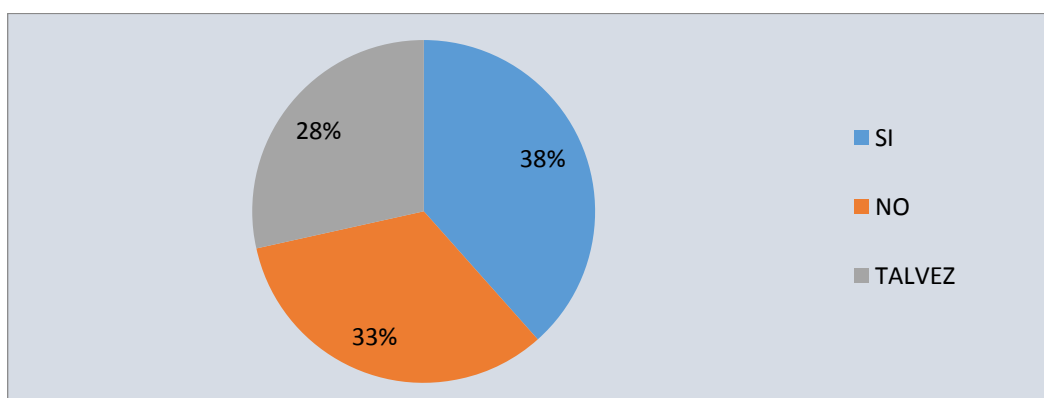
TABLA N° 16 Dispuesto a comprar carne a la Asociación.

Ítems	Dispuesto a comprar carne	frecuencia	Porcentaje (%)
14	SI	145	38%
	NO	126	33%
	TALVEZ	106	28%
	TOTAL	377	100%

Fuente: Datos clientes dispuestos a comprar carne a la asociación.

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

GRÁFICO N° 14 Dispuesto a comprar carne a la Asociación.



Fuente: Datos clientes dispuestos a comprar carne a la asociación.

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

Este ítem se enfoca en determinar el porcentaje que las personas están dispuestas a comprar carne de res a la comuna San Marcos y Barbascol.

De acuerdo a los resultados obtenidos de las 377 personas se puede establecer que la carne es un producto de gran consumo en el mercado cárnico, caracterizado por su calidad y tiene una aceptación por las personas, pues el porcentaje mayoritario si están dispuestas y que tal vez comprarían carne vacuna a la asociación siendo un porcentaje considerable, mientras que el porcentaje mínimo opina que no lo comprarían porque no es un producto reconocido.

Pregunta N°15 ¿Compraría usted. Los productos que ofrece la asociación de ganaderos (leche) en la comuna San Marcos a un precio accesible?

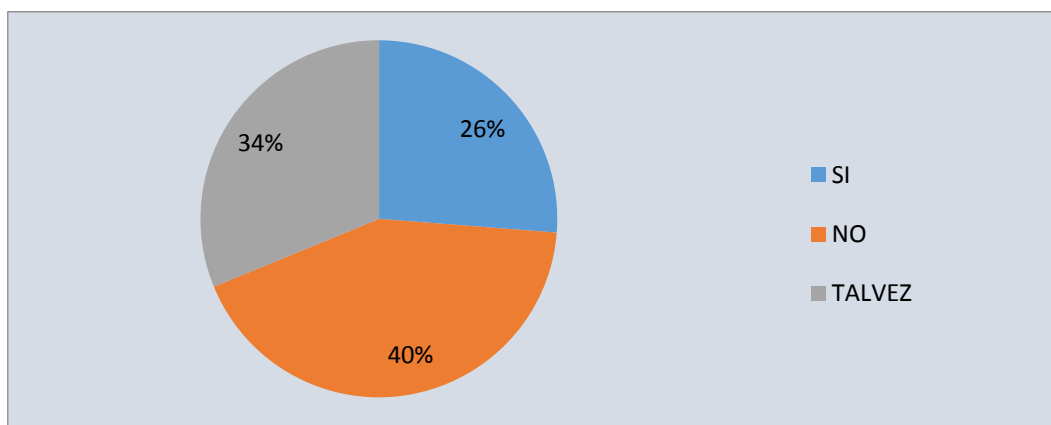
TABLA N° 17 Dispuesto a comprar leche a la Asociación.

Ítems	Dispuesto a comprar leche	frecuencia	Porcentaje (%)
15	SI	99	26%
	NO	149	40%
	TALVEZ	129	34%
	TOTAL	377	100%

Fuente: Datos clientes dispuestos a comprar leche a la asociación.

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

GRÁFICO N° 15 Dispuesto a comprar leche a la Asociación.



Fuente: Datos clientes dispuestos a comprar leche a la asociación..

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez.

Este ítem se enfoca en determinar el porcentaje que las personas están dispuestas a comprar leche a la Comuna San Marcos.

De acuerdo a los resultados obtenidos de las 377 personas se puede establecer que la leche es un producto de gran uso para el consumo humano caracterizado por sus componentes vitamínicos, calcio teniendo así gran aceptación por las personas, es así que el porcentaje considerable de los que sí que talvez están dispuestos a comprar representan la mayoría mientras que existe un porcentaje minoritario que no comprarían por no ser un producto reconocido.

Pregunta N°16 ¿Con que frecuencia usted compra y consume carne de res y leche?

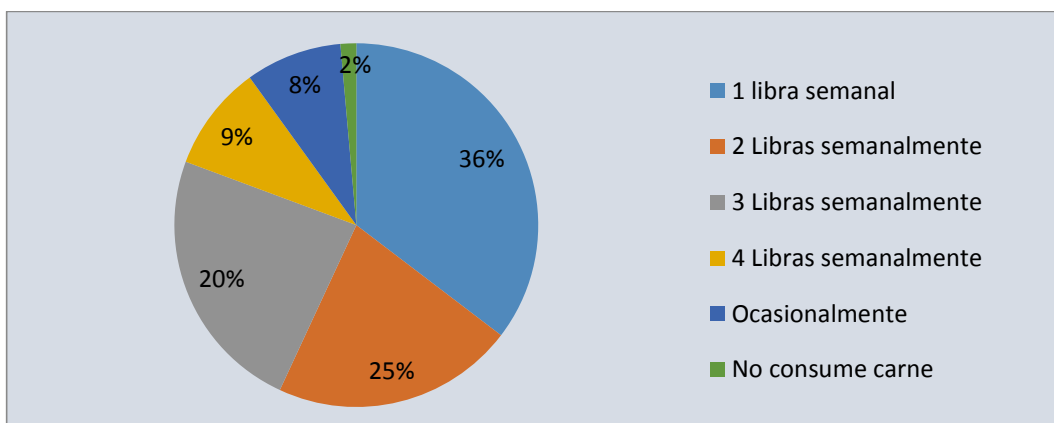
TABLA N° 18 Frecuencia que compra y consumen carne vacuno.

Ítems	Consumo de carne	Frecuencia	Porcentaje (%)
16	1 libra semanal	135	36%
	2 Libras semanalmente	95	25%
	3 Libras semanalmente	74	20%
	4 Libras semanalmente	35	9%
	Ocasionalmente	32	8%
	No consume carne	6	2%
	TOTAL	377	100%

Fuente: Datos frecuencia de compra y consumo de carne.

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

GRÁFICO N°16 Frecuencia que compra y consumen carne vacuno



Fuente: Datos frecuencia de compra y consumo de carne.

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

Del total de las personas encuestados, en su mayoría manifestaron que compran carne vacuna para el consumo una libra, dos libras, y tres libras semanalmente; por otra parte otro grupos que se entrevistaron respondieron que compran y consumen cuatro libras de carne semanalmente, ocasionalmente y finalmente tan solo una minoría mencionaron que no consumen carne. De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuestas se puede determinar que los productos cárnicos presenta una demanda representativa dentro de las familias peninsulares, siendo así una oportunidad de negocio para el sector ganadero de producir carne en el país, que permita cubrir las necesidades de los consumidores.

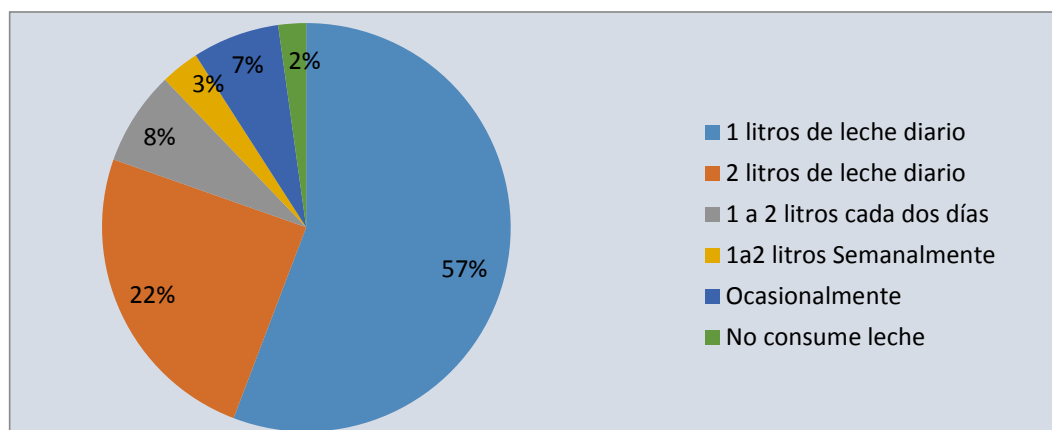
Pregunta N°17: ¿Con que frecuencia usted compra y consume carne de res y leche?

TABLA N° 19 Frecuencia que compra y consumen leche.

Ítems	Consumo de leche	Frecuencia	Porcentaje (%)
17	1 litros de leche diario	216	57%
	2 litros de leche diario	83	22%
	1 a 2 litros cada dos días	29	8%
	1a2 litros Semanalmente	13	3%
	Ocasionalmente	28	7%
	No consume leche	8	2%
	TOTAL	377	100%

Fuente: Datos frecuencia de compra y consumo de leche
Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

GRÁFICO N° 17 Frecuencia compra y consume leche.



Fuente: Datos frecuencia de compra y consumo de leche
Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

En los datos obtenidos de la encuestas realizada se determinó que la mayoría de las personas compran y consumen 1 litro de leche diario; mientras que un porcentaje minoritario compran y consumen 2 litros diarios leche; así mismo otro grupo dijeron que compran y consumen leche 1 a 2 litros cada dos días, semanal y ocasionalmente, sin embargo existe un grupo de encuestados que respondieron que no consumen leche. De acuerdo a los resultados obtenidos se puede determinar que los productos (leche) presenta una demanda importante dentro de las familias peninsulares, siendo esta demanda una oportunidad de negocio para el sector ganadero de producir leche en el país.

Pregunta N°18 ¿En qué lugar comprar los productos leche?.

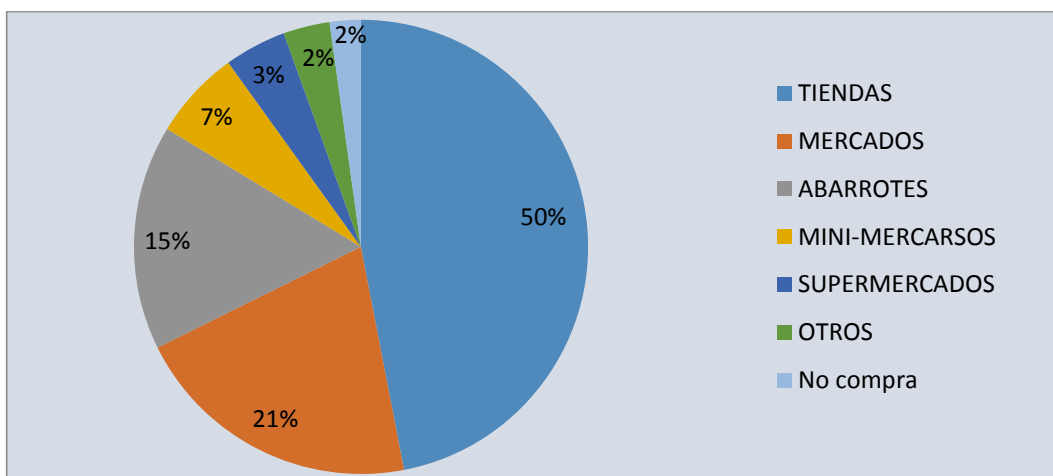
TABLA N° 20 Lugar donde compra leche.

Ítems	Lugar donde compran leche	Frecuencia	Porcentaje (%)
18	TIENDAS	189	50%
	MERCADOS	79	21%
	ABARROTES	57	15%
	MINI-MERCARSOS	25	7%
	SUPERMERCADOS	12	3%
	OTROS	9	2%
	No compra	6	2%
	TOTAL	377	100%

Fuente: Datos de lugares donde compran leche los encuestados

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

GRÁFICO N° 18 Lugar donde compran leche.



Fuente: Datos de lugares donde compran leche los encuestados

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez.

De acuerdo a los datos obtenidos se puede observar que las personas compran sus productos (leche) en mayor frecuencia en las tiendas como segundo lugar recurrente tienen a los mercados y otros en los abarrotes; así mismo en su minoría otros respondieron que lo compran en mini-mercados, supermercados y en otros lugares Como se puede observar en el estudio de mercado que las personas optan por comprar la leche en las tiendas porque se les hace más fácil obtenerla.

Pregunta N°19 ¿En qué lugar comprar los productos carne?.

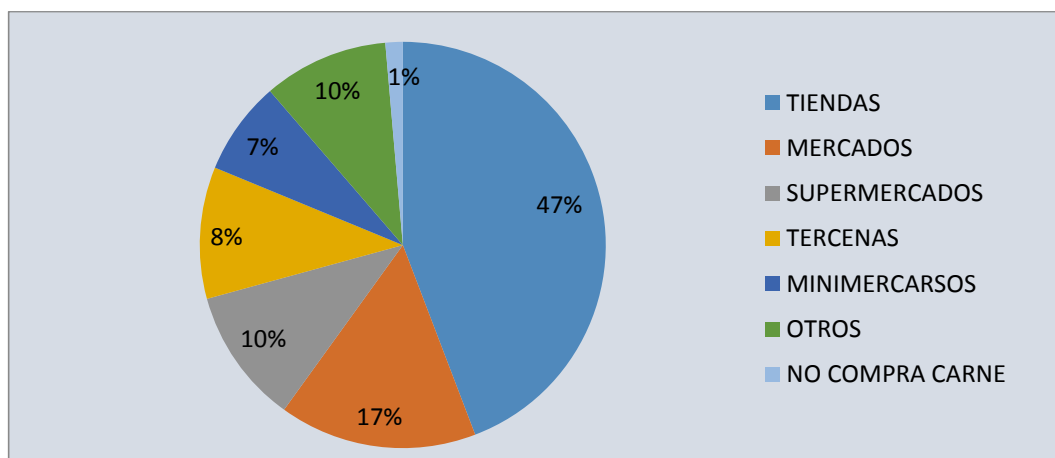
TABLA N° 21 Lugar donde compra carne.

Ítems	Lugar donde compran carne	Frecuencia	Porcentaje (%)
19	TIENDAS	176	47%
	MERCADOS	63	17%
	MINIMERCADO	38	10%
	SUPERMERCADOS	32	8%
	TERCENAS	27	7%
	OTROS	36	10%
	NO COMPRA CARNE	5	1%
	TOTAL	377	100%

Fuente: Datos de lugares donde compran carne los encuestados

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez.

GRÁFICO N° 19 Lugar donde compran carne.



Fuente: Datos de lugares donde compran carne los encuestados

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez.

En el gráfico se puede observar que las personas compran sus productos (Carne vacuna) con mayor frecuencia en las tiendas, en segundo lugar recurren a los mercados y otros en los supermercados; así mismo con un porcentaje minoritario, compran en mini mercados, tercenas y en otros lugares, sin embargo también hay un porcentaje minoritario que no compra carne. Como se puede observar en el estudio de mercado que las personas optan por comprar la carne en las tiendas porque se les hace más fácil obtenerla y ahorran tiempo.

Pregunta N°20 ¿Qué tipo de presentaciones prefiere usted para comprar leche?

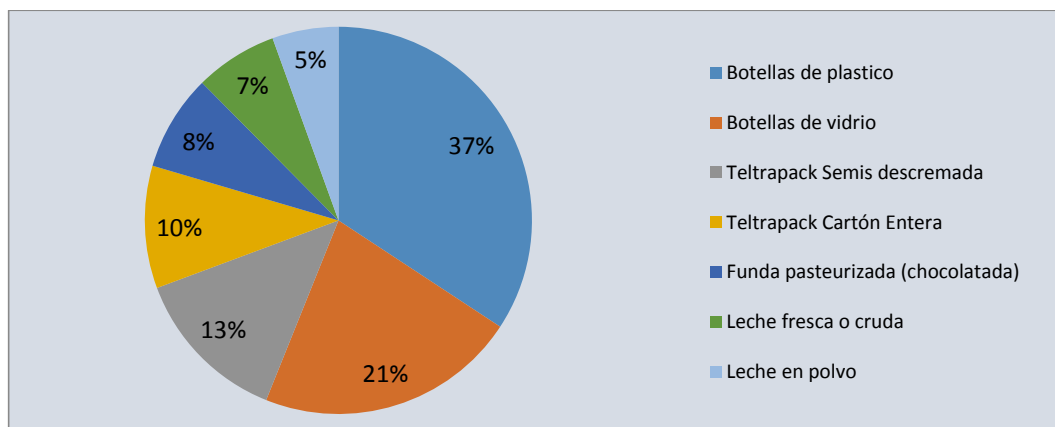
TABLA N° 22 Tipo de presentación y envase prefieren.

Ítems	Lugar donde compran carne	Frecuencia	Porcentaje (%)
20	Botellas de plástico	139	37%
	Botellas de vidrio	79	21%
	Teltrapack Semis descremada	48	13%
	Teltrapack Cartón Entera	37	10%
	Funda pasteurizada (chocolatada)	29	8%
	Leche fresca o cruda	25	7%
	Leche en polvo	20	5%
	TOTAL	377	100%

Fuente: Datos de tipos de presentación y envase.

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez.

GRÁFICO N° 20 Tipo de presentación y envase prefieren.



Fuente: Datos de tipos de presentación y envase.

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez.

Este ítem permite definir qué tipo de envases y presentación prefieren los consumidores para los productos leche que ofrece la asociación de ganaderos en la comuna. De acuerdo a los resultados obtenidos, se puede observar la mayoría prefieren comprar en botellas de plásticos que son más ecológicas y se pueden reciclar, en segundo lugar tenemos que también prefieren comprar en botellas de vidrio, mientras que otra opción significativa prefieren teltrapack semidescremada y cartón entera; finalmente con un porcentaje mínimo prefieren en fundas pasteurizada (chocolate); leche cruda y leche en polvo de manera secuencial.

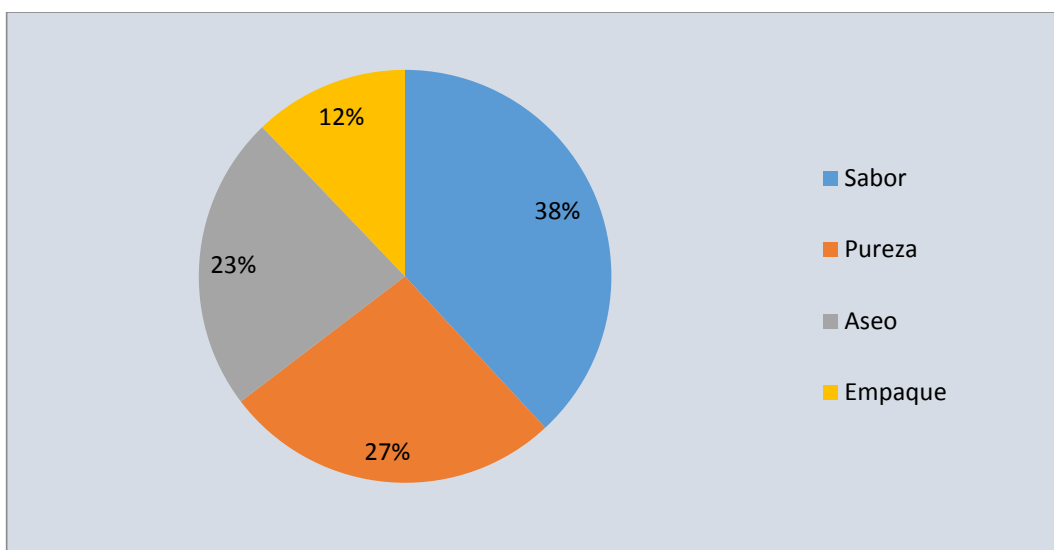
Pregunta N°21 .En la escala de 1 a 10, donde 1 es lo menos que le gusta y 10 lo que más le gusta.

TABLA N° 23 Lo que más y menos le gusta del producto (Leche).

Ítems	Descripción	Frecuencia	Porcentaje (%)
21	Sabor	145	38%
	Pureza	98	26%
	Aseo	87	23%
	Empaque	47	12%
	TOTAL	377	100%

Fuente: Datos de más y menos le gusta (leche) al cliente
Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

GRÁFICO N° 21 lo que más y menos le gusta del producto (leche).



Fuente: Datos de más y menos le gusta (leche) al cliente
Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

Este Ítems da a conocer lo que más y menos le gusta al consumidor del producto (leche). Como se puede observar en los resultados obtenido determinamos que de las 377 encuestas realizadas en su mayoría les gusta un producto por su sabor agradable, la segunda características relevante es la pureza del producto fresco; así mismo otras personas opinan que lo primero que le gusta es el aseo o higiene del producto y finalmente una variación minoritaria pero notable manifiesta que les gusta por el empaque es llamativo.

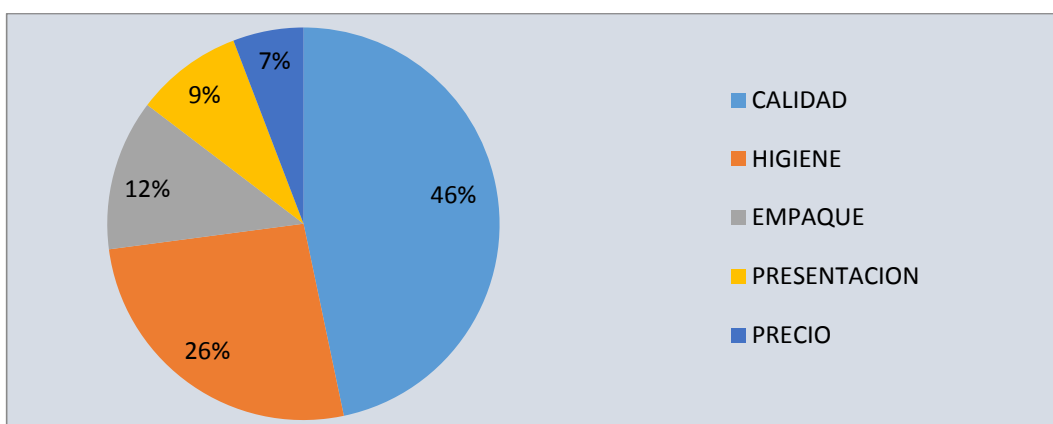
Pregunta N°22 .En la escala de 1 a 10, donde 1 es lo menos que le gusta y 10 lo que más le gusta.

TABLA N° 24 Lo que más y menos le gusta del producto (Carne).

Ítems	Descripción	Frecuencia	Porcentaje (%)
22	CALIDAD	172	46%
	HIGIENE	97	26%
	EMPAQUE	46	12%
	PRESENTACION	34	9%
	PRECIO	28	7%
	TOTAL	377	100%

Fuente: Datos de más y menos le gusta (carne) al cliente
Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

GRÁFICO N° 22 Lo que más y menos le gusta del producto (Carne).



Fuente: Datos de más y menos le gusta (carne) al cliente.
Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

Este ítem permite conocer lo que más les agrada y menos les gusta al consumidor del producto (carne). Como se puede visualizar en los resultados obtenido de las 377 encuestas realizarse determinó que a las personas les gusta la alta calidad del producto; en segundo lugar les gusta el aseo o higiene del producto es decir que sea saludable, confiable y recomendable para el consumo humano; seguido ponderaciones mínimas tenemos que a las personas les gusta el empaque llamativo; su presentación y finalmente el precio que sea considerable que se ajuste al bolsillo del consumidor.

3.5 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA INTERNA.

Pregunta N° 1 Edad del género.

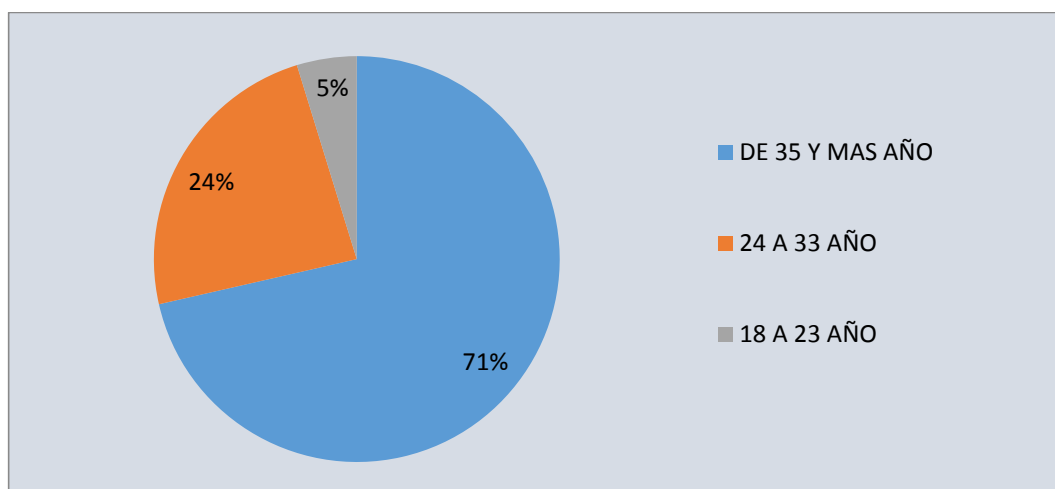
TABLA N° 25 Edad del género

Ítems	Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)
1	De 35 y mas año	15	71%
	24 a 33 año	5	24%
	18 a 23 año	1	5%
	TOTAL	21	100 %

Fuente: Datos de edad de los Socios y directivos de "ASOGANVAC".

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

GRÁFICO N° 23 Edad del género



Fuente: Datos de edad de los Socios y directivos de "ASOGANVAC".

Elaborado por: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

Esta pregunta se enfoca en saber la edad de los ganaderos encuestados de la asociación de ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol. Del total de las encuestas realizada a los socios y directivos de la Asociación de ganaderos se ha determinado que en su mayoría se encuentran en la edad de 35 a más años, siendo el porcentaje representativo de personas adultas; seguido del rango de edad de 24 a 33 años; y finalmente con un porcentaje mínimo de 18-23 años de edad.

Pregunta N° 2 Sexo del ganadero encuestado.

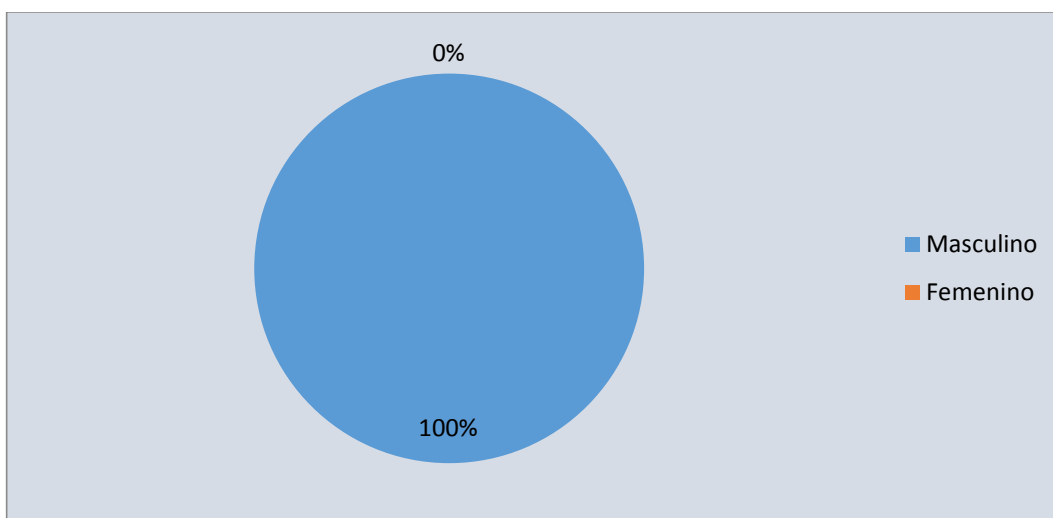
TABLA N° 26 Sexo del ganadero encuestado

Ítems	Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)
2	Masculino	21	100%
	Femenino	0	0%
	TOTAL	21	100%

Fuente: Datos del género de los Socios y directivos de "ASOGANVAC".

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

GRÁFICO N° 24 Sexo del ganadero encuestado



Fuente: Datos del género de los Socios y directivos de "ASOGANVAC".

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

Este ítem se enfoca en determinar el género de las personas encuestadas de la Asociación de ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol.

Como se puede apreciar de acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta demuestra que de 21 encuestados en su totalidad los ganaderos pertenecen al género masculino que se le aplicó a los socios y directivos de la Asociación de ganaderos en la comuna San Marcos y Barbascol "ASOGANVAC" de Provincia de Santa Elena.

Pregunta N° 3 De las siguientes algunas personas creen que son las principales actividades que se desarrolla en la Península de Santa Elena. En su caso ¿Cuáles cree usted que son las principales?

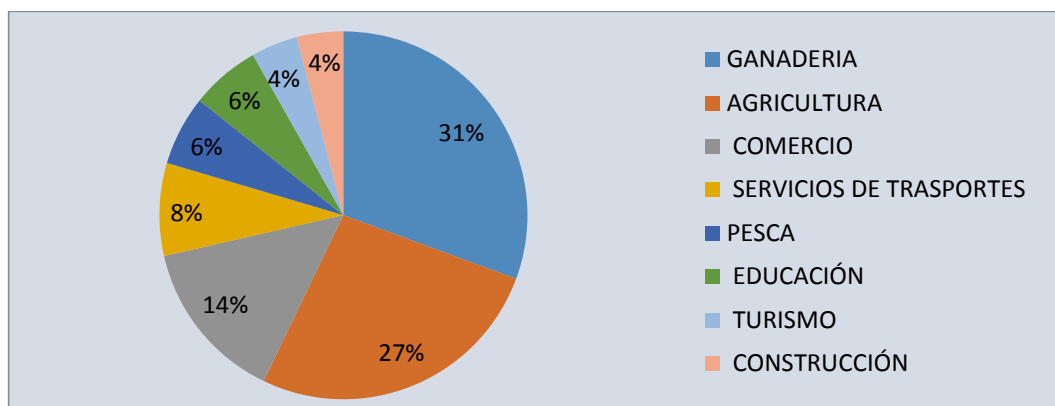
TABLA N° 27 Las principales actividades en el sector rural

Ítem	Valoración	frecuencia	Porcentaje (%)
3	Ganadería	15	31%
	Agricultura	13	27%
	Comercio	7	14%
	Servicios/trasportes	4	8%
	Pesca	3	6%
	Educación	3	6%
	Turismo	2	4%
	Construcción	2	4%
	TOTAL	49	100

Fuente: Datos de las principales actividades zonal rural.

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

GRÁFICO N° 25 Las principales actividades en el sector rural



Fuente: Datos de las principales actividades zonal rural.

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

En cuanto a las principales actividades que se dedica la comuna se obtuvieron 49 repuestas de las cuales los encuestados manifestaron que las actividades que más se realizan en la comuna son la ganadería y agricultura porque son más productivas y aprovechando los recursos naturales. Por otra parte un porcentaje notorio que las personas se dedican al comercio, finalmente pocos se dedican a la pesca, educación, turismo y construcción. Por lo tanto se debe considerar la actividad ganadera como principal actividad para realizar el proyecto.

Pregunta N° 5. ¿Está usted de acuerdo con las siguientes afirmaciones sobre el sector ganadero de la Provincia de Santa Elena?

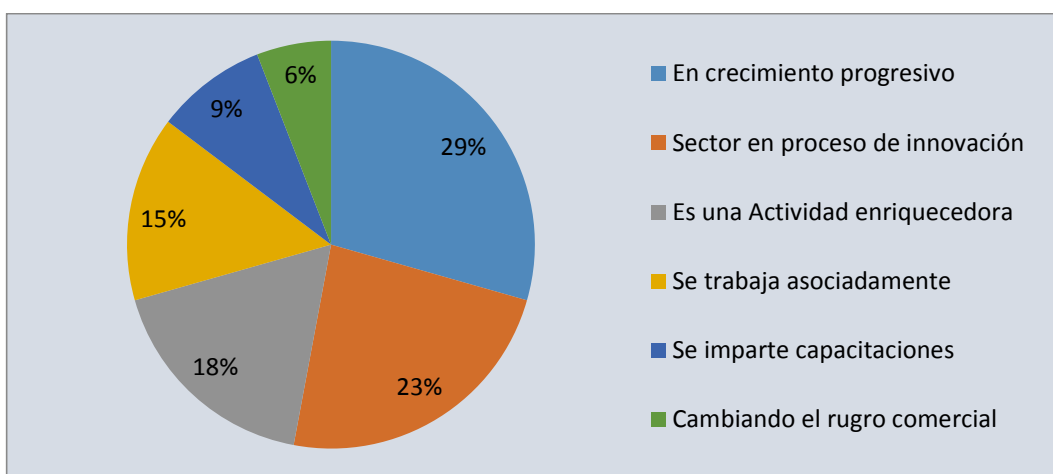
TABLA N° 28 Afirmaciones de la actividad ganadera

Ítem	Valoración	frecuencia	Porcentaje (%)
5	En crecimiento progresivo	10	29%
	Es una actividad enriquecedora	8	24%
	Sector en proceso de innovación	6	18%
	Cambiando el rubro comercial	5	15%
	Se imparte capacitaciones	3	9%
	Se trabaja asociadamente	2	6%
	TOTAL	34	100%

Fuente: Datos de afirmaciones de la actividad ganadera.

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

GRÁFICO N° 26 afirmaciones de la actividad ganadera



Fuente: Datos de afirmaciones de la actividad ganadera.

Elaborado por autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

Como se puede observar en el gráfico se obtuvieron 34 afirmaciones sobre el sector ganadero de la provincia de Santa Elena, de las cuales en su mayoría los encuestados opinan que la actividad ganadera está en crecimiento progresivo por que el sector está en proceso de innovación y que es una actividad enriquecedora porque se trabaja asociadamente, finalmente pocos afirman que la actividad ganadera se imparte capacitaciones que por lo tanto se da un cambio en el rubro comercial.

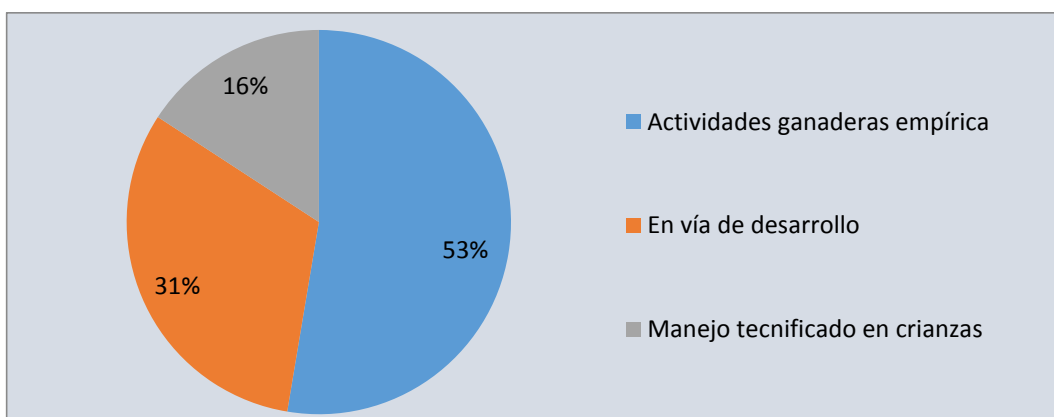
Pregunta N°6 ¿Cómo evalúa usted la manera en que el ganadero cría ganado en las comunas, provincia de Santa Elena? De acuerdo a las siguientes consideraciones:

TABLA N° 29 Consideraciones de la crianza del ganado (aspecto positivo)

Ítem	Valoración	frecuencia	Porcentaje (%)
6	En vía de desarrollo	10	53%
	Actividades ganaderas empírica	6	32%
	Manejo tecnificado en crianzas	3	16%
	TOTAL	19	100%

Fuente: Datos de aspecto positivo de la crianza de ganado.
Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

GRÁFICO N° 27 Consideraciones de la crianza del ganado (aspecto positivo)



Fuente: Datos de aspecto positivo de la crianza de ganado.
Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

De las encuestas realizadas a los socios y directivos de la Asociación de Ganaderos se obtuvo los siguientes resultados: considerando como aspectos positivos en su mayoría dijeron que la actividad ganadera se lo realiza de manera empírica, así mismo existe una parte representativa que manifestó que la actividad ganadera está en vía de desarrollo y que la crianza se lo maneja de manera tecnificado que les permite tener una ganadería de calidad y por ser competitivo en el mercado cárnico.

Pregunta N°7 ¿Cómo evalúa usted la manera en que el ganadero cría ganado en las comunas, provincia de Santa Elena? De acuerdo a las siguientes consideraciones:

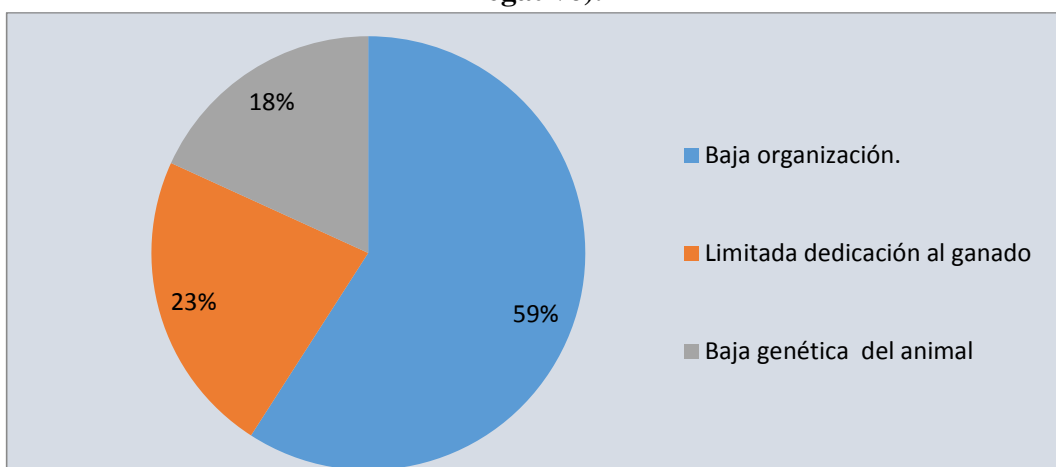
TABLA N° 30 Consideraciones de la crianza del ganado (aspecto negativo)

Ítem	Valoración	frecuencia	Porcentaje (%)
7	Bajo nivel organizacional	13	59%
	Limitada dedicación al ganado	5	23%
	Baja genética del animal	4	18%
	TOTAL	22	100%

Fuente: Datos de aspecto negativo de la crianza de ganado.

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

GRÁFICO N° 28 Consideraciones de la crianza del ganado (aspecto negativo).



Fuente: Datos de aspecto negativo de la crianza de ganado.

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

Del mismo modo de las encuestas realizadas a los socios y directivos de la asociación de ganaderos se obtuvo 22 repuestas: se considera como aspectos negativos del total de las repuestas en su mayoría respondió que existe un bajo nivel organizacional no se puede llevar con normalidad sus actividades, mientras que con un porcentaje representativo se consideran que a la actividad ganadera se lo dedica un limitado tiempo y que la crianza de ganado son de baja genética.

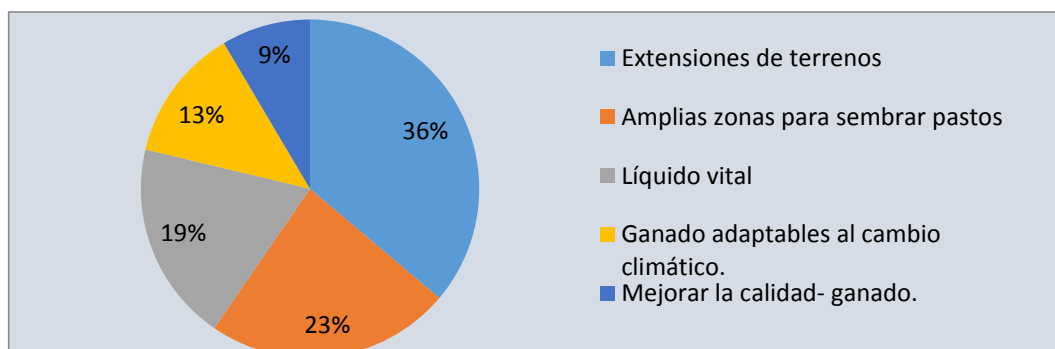
Pregunta N°8 Algunas personas mencionaron ventajas en la producción de ganado. Yo le voy a leer algunas de esas opiniones y usted señalará con cuáles están de acuerdo.

TABLA N° 31 Ventajas en la producción de ganado vacuno.

Ítem	Valoración	frecuencia	Porcentaje (%)
8	Extensiones de terrenos	17	36%
	Ampliam zonas para sembrar pastos	11	23%
	Líquido vital	9	19%
	Ganado adaptables al cambio climático.	6	13%
	Mejorar la calidad- ganaderos.	4	9%
	TOTAL	47	100%

Fuente: Datos de las ventajas de la producción del ganado
Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

GRÁFICO N° 29 Ventajas en la producción de ganado vacuno.



Fuente: Datos de las ventajas de la producción del ganado
Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

Esta pregunta determina las ventajas que tienen los ganaderos para la producción del ganado. De las encuestas realizadas a los ganaderos y directivos en su mayoría respondieron que las ventajas que tienen son las extensiones de terrenos y las amplias zonas para sembrar pastos, y en su minoría se enfatizó que poseen líquido vital, ganado adaptable al cambio climático, y el mejoramiento en la calidad ganadera. Es decir que las comunas tienen grandes ventajas ya que poseen terrenos suficientes para producir los mismos alimentos para la respectiva alimentación del ganado.

Pregunta N° 9 Algunas personas mencionaron desventajas en la producción de ganado. Yo le voy a leer algunas de esas opiniones y usted señalará con cuáles están de acuerdo

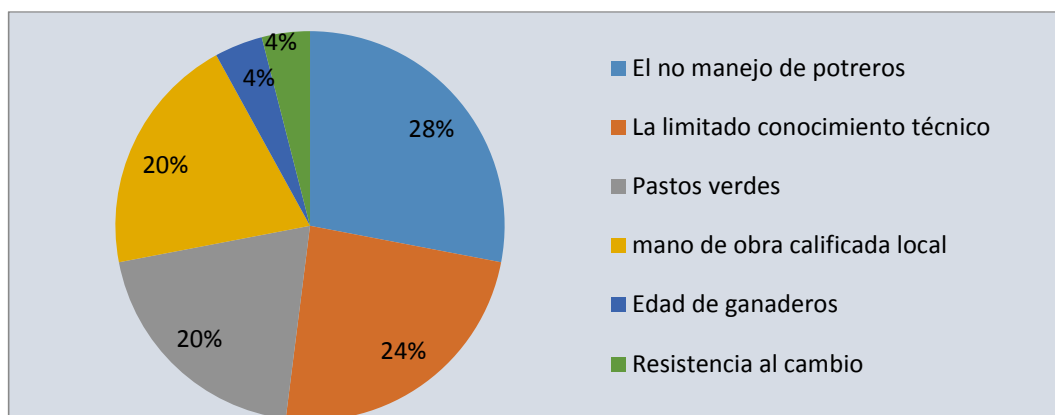
TABLA N° 32 Desventajas en la producción del ganado vacuno.

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje (%)
9	El no manejo de potreros	7	28%
	La limitado conocimiento técnico	6	24%
	Pastos verdes	5	20%
	mano de obra calificada local	5	20%
	Edad de ganaderos	1	4%
	Resistencia al cambio	1	4%
	TOTAL	25	100%

Fuente: Datos de las desventajas de la producción del ganado

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

GRÁFICO N° 30 Desventajas en la producción de ganado vacuno.



Fuente: Datos de las desventajas de la producción del ganado

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

Esta pregunta determina las desventajas que tienen los ganaderos para la producción del ganado. De las encuestas realizadas a directivos y socios ganaderos en su mayoría comparten que no existe un manejo adecuado de potreros por falta de líquido vital, y a más de aquello poseen un limitado conocimiento técnico en cultivo de pastos y forraje, por otra parte con porcentajes mínimos tenemos que no poseen pastos verdes solo secos, que no poseen los mismos minerales para el animal y tampoco poseen mano de obra calificada local.

Pregunta N° 10 En una entrevista a profesionales se obtuvieron las siguientes repuestas. ? Cuáles de los siguientes factores influyen en el desarrollo de la ganadería en la península de Santa Elena? Considere lo siguiente.

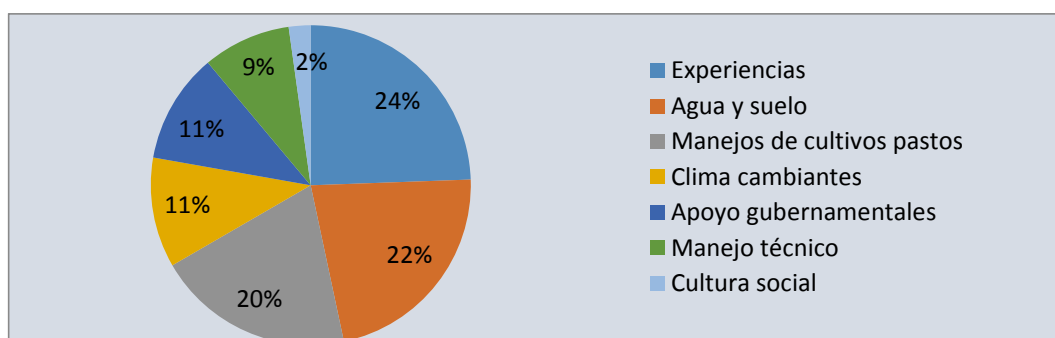
TABLA N° 33 Factores influyen en el desarrollo de la ganadería

Ítem	Valoración	frecuencia	Porcentaje (%)
10	Experiencias	11	24%
	Agua y suelo	10	22%
	Manejos de cultivos pastos	9	20%
	Clima cambiantes	5	11%
	Apoyo gubernamentales	5	11%
	Manejo técnico	4	9%
	Cultura social	1	2%
	TOTAL	45	100%

Fuente: Datos de los factores que influyen en la ganadería.

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

GRÁFICO N° 31 Factores influye en el desarrollo de la ganadería



Fuente: Datos de los factores que influyen en la ganadería.

Elaborado por: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

Los factores que influyen en el desarrollo del sector ganadero en la localidad son muy notables entre ellos se tiene las experiencias de los ganaderos influyen en la producción del ganado, el agua y el suelo que en su mayoría es uno de los factores principales para la producción ganadera y de alimentos necesarios para el ganado que también influye el manejo de cultivos. Por otro lado se tiene el clima cambiante y el apoyo gubernamental que de manera directa o indirecta afecta a varias actividades que se desarrollan en este proceso, finalizando con el manejo no tecnificado.

Pregunta N° 11 De las siguientes alternativas ¿Cuáles son los principales mercados de destino los productos ganaderos que se ofertan en su comuna?

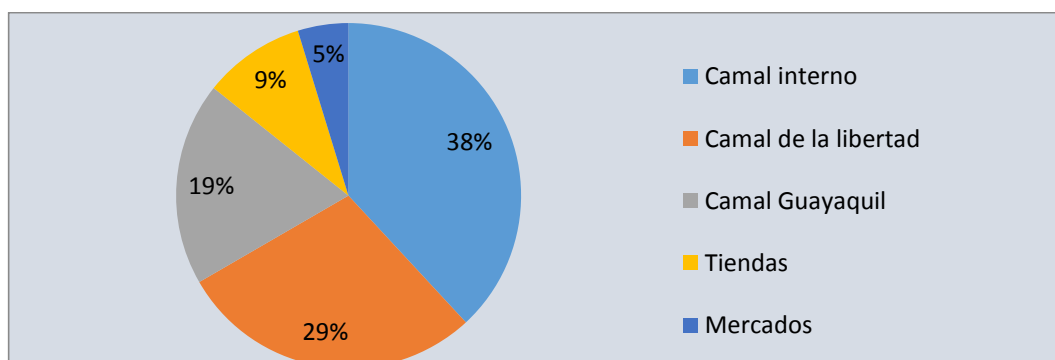
TABLA N° 34 Destino los productos ganaderos

Ítem	Valoración	frecuencia	Porcentaje (%)
11	Camal interno	8	38%
	Camal de la libertad	5	24%
	Camal Guayaquil	4	19%
	Tiendas y Despensas	2	10%
	Restaurante y Minimarket	1	5%
	Carnicerías	1	5%
	TOTAL	21	100%

Fuente: Datos destino de los productos ganaderos.

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

GRÁFICO N° 32 Destino los productos ganaderos



Fuente: Datos destino de los productos ganaderos.

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

Este ítem enfatiza los principales mercados de destino los productos ganaderos que se ofertan en su comuna. De acuerdo a los resultados obtenidos en su mayoría de las 21 encuestas realizadas demuestra que van dirigido al camal interno comunal, en segundo lugar al camal de la libertad y al camal de Guayaquil, mientras con un porcentajes minoritarios dice que se va a tiendas, despensas, tan solo un ponderado de manera igualitaria está destinado a restaurante, Minimarket y carnicerías. Es decir que el producto que se produce está destinado al consumo local de nuestra provincia, y no se expande a otros mercados donde se podría dar apertura a la incrementación de las ventas de la actividad económica.

Pregunta N° 12. De las siguientes estrategias planteadas ¿Cuáles usted adoptaría para mejorar la producción y comercialización del ganado vacuno?

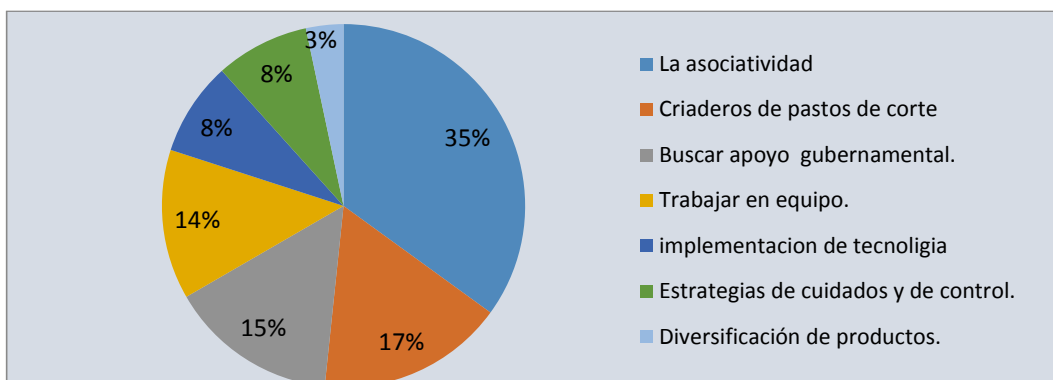
TABLA N° 35 Mejorar la producción y comercialización

Ítem	Valoración	frecuencia	Porcentaje (%)
12	La asociatividad	21	35%
	Criaderos de pastos de corte	10	17%
	Buscar apoyo gubernamental.	9	15%
	Trabajar en equipo.	8	13%
	Implementación de tecnología	5	8%
	Estrategias de cuidados -control.	5	8%
	Diversificación de productos.	2	3%
TOTAL		60	100%

Fuente: datos de las estrategias planteadas.

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

GRÁFICO N° 33 Mejorar la producción y comercialización



Fuente: datos de las estrategias planteadas.

Elaborado por autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

La siguiente pregunta analiza las diferentes estrategias que se adoptaría para mejorar la producción y comercialización del ganado vacuno. En su mayoría se tiene que los comuneros prefieren la asociatividad que porcentualmente está en el 35% ya que con ello se gozaran de muchos beneficios de las diferentes actividades que ayudan al desarrollo, otra de las estrategias a aplicar son los criaderos de pasto de corte y no hay que dejar a un lado la búsqueda de apoyo gubernamentales, así mismo las estrategias que aplicarían la implementar la tecnología de punta que les permita mejorar la producción, estrategias de cuidados y control.

Pregunta N° 13. Si usted fuera miembro de la asociación. ¿Cuáles de las siguientes gestiones haría para mejorar la productividad y comercialización de ganado vacuno en la organización?

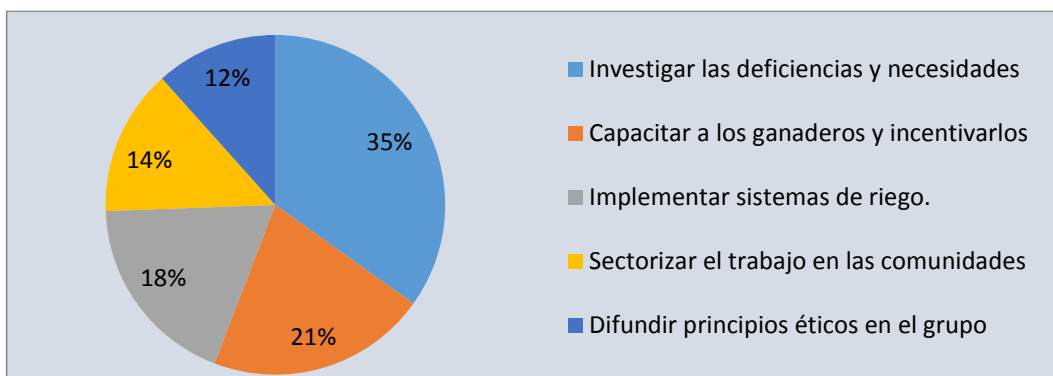
TABLA N° 36 Gestiones para mejorar la productividad y comercialización.

Ítem	Valoración	frecuencia	Porcentaje (%)
13	Investigar-deficiencias y necesidades	15	35%
	Capacitar a ganaderos e incentivarlos	9	21%
	Implementar sistemas de riego.	8	19%
	Sectorizar el trabajo- comunidades	6	14%
	Difundir principios éticos-grupo	5	12%
	TOTAL	43	100%

Fuente: Datos de las gestiones para la productividad y comercialización.

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

GRÁFICO N° 34 Gestiones para mejorar la productividad y comercialización



Fuente: Datos de las gestiones para la productividad y comercialización.

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

De la encuesta se obtuvo, 43 repuestas, de las cuales en su mayoría manifiestan que aplicarían la investigación de deficiencias y necesidades sea uno de las principales gestiones a realizar, se podría determinar los diferentes problemas que se presentan, seguido un porcentaje intermedio que dice que es necesario capacitar a los ganaderos e incentivarlos a mejorar y ser cada vez más competitivos, por otra parte se tiene que es necesario también implementar sistemas de riego de esa manera se ayudaría a aumentar la producción alimenticia para el ganado, finalmente con porcentajes mínimos tenemos que se debe sectorizar el trabajo de ganadería y difundir principios éticos en el grupo asociativo.

Pregunta N° 14 ¿Cuán de acuerdo está usted con la frases que le voy a leer a continuación, en relación a que la asociación es un medio para fomentar la productividad y comercialización ganadera en la comuna San Marcos y Barbascol, provincia de Santa Elena?

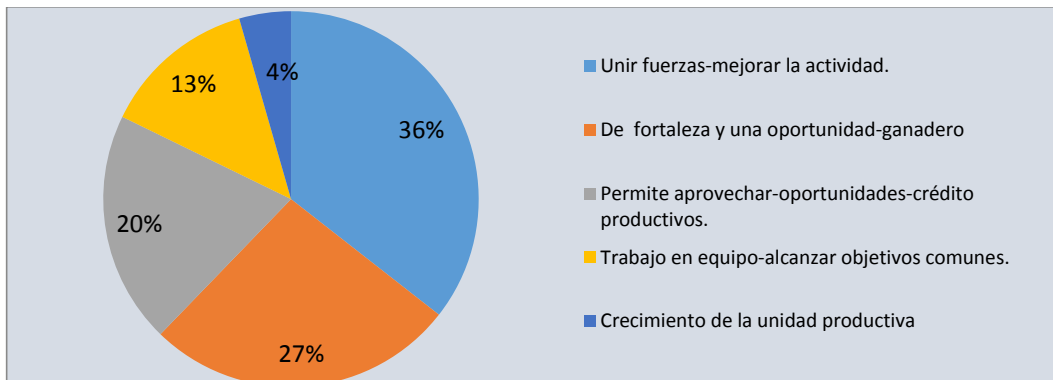
TABLA N° 37 La asociación-fomentar la productividad y Comercialización.

Ítem	Valoración	frecuencia	Porcentaje (%)
14	Unir fuerzas-mejorar la actividad.	16	36%
	fortaleza y oportunidad-ganadero	12	27%
	Aprovechar-oportunidades-crédito.	9	20%
	Trabajo-equipo-alcanzar objetivos.	6	13%
	Crecimiento-unidad productiva	2	4%
	TOTAL	45	100%

Fuente: datos de fomentación de la producción y comercialización del ganado.

Elaborado por autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

GRÁFICO N° 35 La Asociación-fomentar la productividad y comercialización.



Fuente: datos de fomentación de la producción y comercialización del ganado.

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

Esta pregunta permite determinar la frase que en pocas palabras define a la asociación como un medio para fomentar la productividad y comercialización ganadera en la comuna San Marcos, provincia de Santa Elena. Del total de las encuestas realizadas en su mayoría se tiene que “unir fuerzas – mejorar la actividad” es una definición clara de Asociación, en segundo lugar tenemos que la frase podría ser “de fortaleza y una oportunidad” o “permite aprovechar-oportunidades – crédito productivos”

Pregunta N°15 De las siguientes acciones ¿cuáles recomendaría a los ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol para que mejoren la comercialización del ganado vacuno?

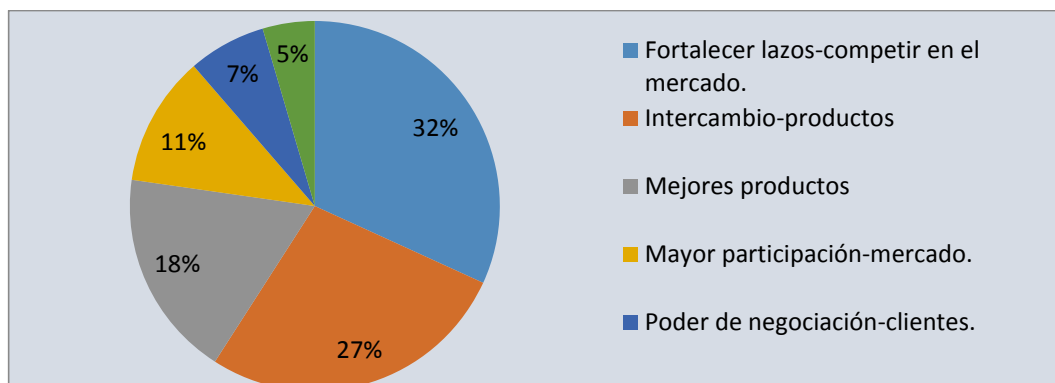
TABLA N° 38 recomendaciones para mejorar la Comercialización

Ítem	Valoración	frecuencia	Porcentaje (%)
15	Fortalecer lazos-competir-mercado	14	32%
	Intercambio-productos	12	27%
	Mejores productos	8	18%
	Mayor participación-mercado.	5	11%
	Poder de negociación-clientes.	3	7%
	Diversificar-productos	2	5%
	TOTAL	44	100%

Fuente: Datos de las recomendaciones mejorar la comercialización.

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

GRÁFICO N° 36 recomendaciones para mejorar la Comercialización



Fuente: Datos de las recomendaciones mejorar la comercialización.

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

Esta pregunta permite determinar la frase que en pocas palabras define a la Asociación como un medio para fomentar la comercialización ganadera en la comuna San Marcos, provincia de Santa Elena. Del total de las encuestas realizadas se pudo determinar que en su mayoría piensa que “fortalecer lazos-competir en el mercado” es una definición clara de comercialización, así como una parte representativa opinan que es “intercambio-productos” o “mayor participación-mercado”. Y en su minoría piensa que es poder de negociación-clientes y diversificar-productos y la diversificación de productos.

Pregunta N° 16 De las siguientes acciones ¿cuáles usted optaría para que mejorar la producción del ganado vacuno?

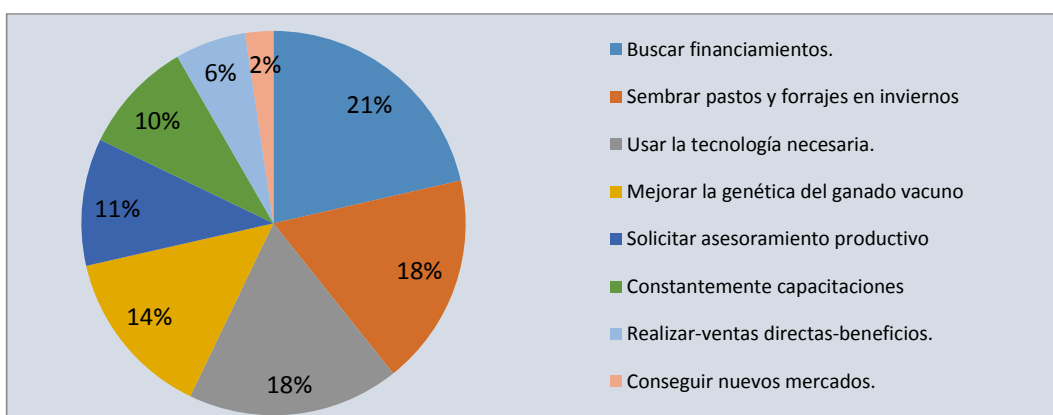
TABLA N° 39 Acciones para mejorar la producción

Ítem	Valoración	frecuencia	Porcentaje (%)
16	Buscar financiamientos.	18	21%
	Sembrar pastos y forrajes-inviernos	15	18%
	Usar la tecnología necesaria.	15	18%
	Mejorar la genética/ganado vacuno	12	14%
	Solicitar asesoramiento productivo	9	11%
	Constantemente capacitaciones	8	10%
	Realizar-ventas directas-beneficios.	5	6%
	Conseguir nuevos mercados.	2	2%
	TOTAL	84	100%

Fuente: Datos de las acciones mejorar la producción.

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

GRÁFICO N° 37 Acciones para mejorar la producción



Fuente: : Datos de las acciones mejorar la producción.

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

Del total de los encuestados la mayoría manifestó que se debería buscar financiamiento, mientras que una parte igualitaria dice que se debería sembrar pastos y forrajes en inviernos usado la tecnología necesaria, así mismo se manifiesta que debería mejorar la genética del ganado vacuno, continuando con un asesoramiento productivo. A pesar de que todas las recomendaciones son necesarias aplicarlas, se debe recalcar que es necesario la búsqueda de financiamiento para la ejecución de los demás ítems.

Pregunta N° 17 ¿Cuáles de estas instituciones apoyan al desarrollo de la ganadería en su sector?

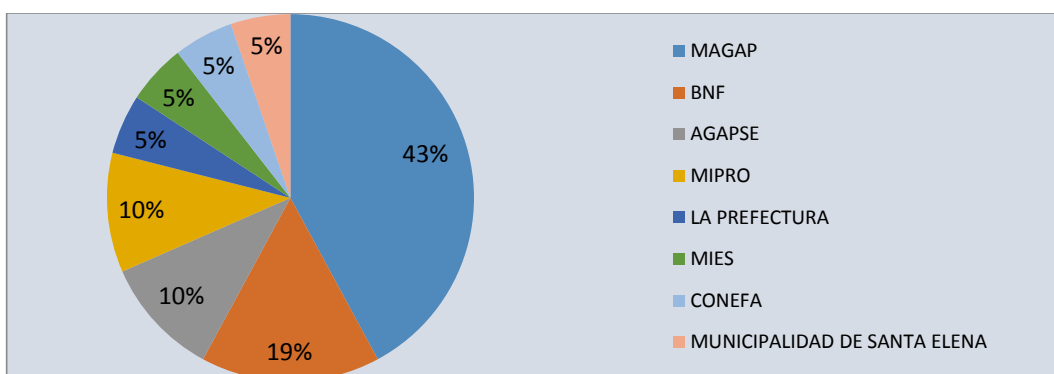
TABLA N° 40 Instituciones que apoyan al desarrollo de la ganadería

Ítem	Valoración	frecuencia	Porcentaje (%)
17	MAGAP	9	43%
	BNF	4	19%
	AGAPSE	2	10%
	MIPRO	2	10%
	LA PREFECTURA	1	5%
	MIES	1	5%
	CONEFA	1	5%
	MUNICIPALIDAD DE SANTA ELENA	1	5%
	TOTAL	21	100%

Fuente: datos de las instituciones que apoyan al sector ganadero.

Elaborado por autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

GRÁFICO N° 38 Instituciones que apoyan al desarrollo de la ganadería



Fuente datos de las instituciones que apoyan al sector ganadero.

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

Esta pregunta mide el grado de conocimiento instituciones apoyan al desarrollo de la ganadería en su sector. En las encuestas realizadas se pudo determinar que en la actualidad los ganaderos tienen conocimientos de que hay varias instituciones que apoyan a los sectores ganaderos por lo que en su mayoría están el MAGAP, BNF, y en igual ponderación se tiene AGAPSE, MIPRO, de la misma manera con un porcentaje mínimo están la PERFECTURA, MIES, CONEFA, MUNICIPALIDAD DE SANTA ELENA. Es decir que para el desarrollo del sector ganadero es de gran importancia el apoyo de instituciones tanto públicas como privadas.

Pregunta N° 18. De las siguientes opiniones, ¿cuáles definen mejor los beneficios para los ganaderos de la comuna San Marcos?

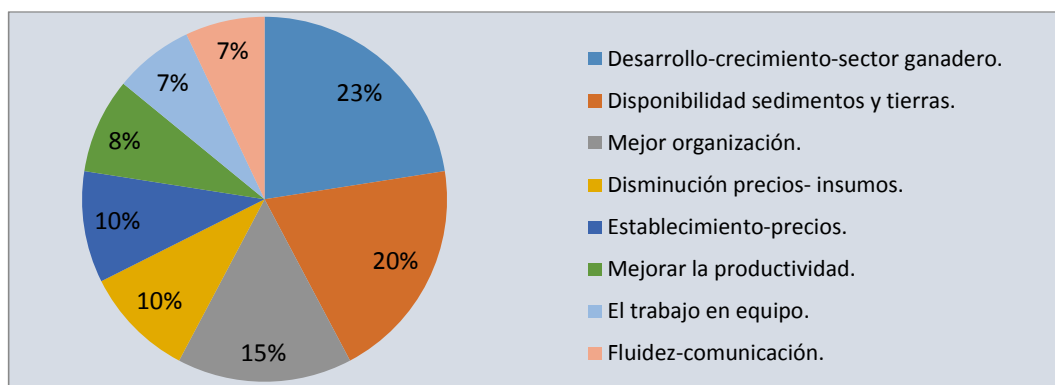
TABLA N° 41 Definen de los beneficios para los ganaderos.

Ítem	Valoración	frecuencia	Porcentaje (%)
18	Crecimiento-sector ganadero.	16	23%
	Disponibilidad sedimentos-tierras.	14	20%
	Mejor organización.	11	15%
	Disminución precios- insumos.	7	10%
	Mejorar la productividad.	7	10%
	Establecimiento-precios.	6	8%
	El trabajo en equipo.	5	7%
	Fluidez-comunicación.	5	7%
	TOTAL	71	100%

Fuente: Datos de los beneficios para los ganaderos.

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

GRÁFICO N° 39 Definen mejores beneficios para los ganaderos



Fuente Datos de los beneficios para los ganaderos.

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

Este ítem requiere describir los beneficios para los ganaderos de la comuna San Marcos. La ponderación máxima está en desarrollo-crecimiento-sector ganadero, disponibilidad sedimentos y tierras, como uno de los beneficios principales. Los demás ítems como mejor organización, por otra parte la disminución de precios de insumos, establecimientos de precios, mejorar la productividad, trabajo en equipo y la fluidez-comunicación son varios beneficios de los que los comuneros piensan que podrían ser beneficiarios secundarios que también se toman en cuenta en toda empresa.

Pregunta N° 19 Si usted formara parte de la asociación y si pudiera solucionar problemas ¿Qué problema resolvería en primer lugar?.

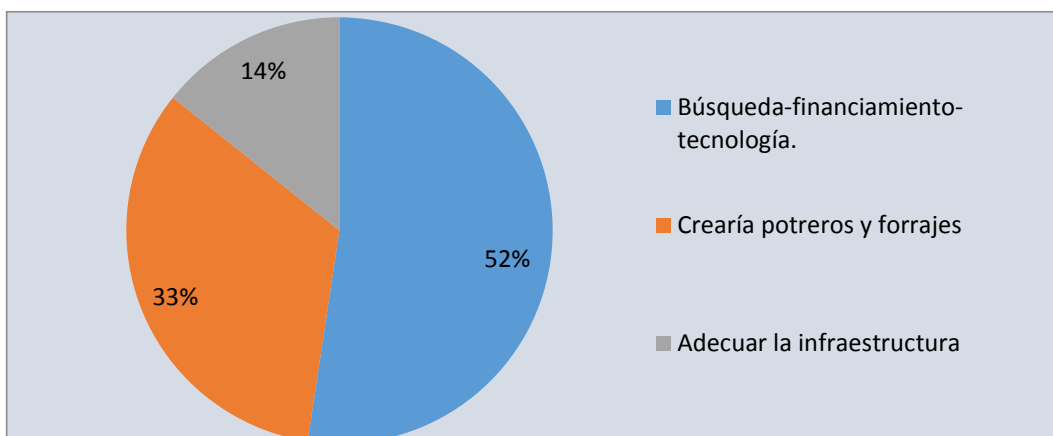
TABLA N° 42 Problema a solucionar en primer lugar

Ítem	Valoración	frecuencia	Porcentaje (%)
19	Búsqueda-financiamiento-tecnología.	11	52%
	Crearía potreros y forrajes	7	33%
	Adecuar la infraestructura	3	14%
	TOTAL	21	100%

Fuente: Datos del problema a solucionar en primer lugar.

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

GRÁFICO N° 40 Problema a solucionar en primer lugar



Fuente: Datos del problema a solucionar en primer lugar.

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

Mediante esta pregunta se pudo conocer como los ganaderos de la comuna San Marcos describen que problema solucionarían si fueran parte de la asociación en primer lugar el sector ganadero de la Provincia de Santa Elena. De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta demuestra: Primer lugar los problemas se resolverían serian la búsqueda de financiamiento y la tecnología, seguido de la siembras de potreros y criaderos de forrajes también es otro de los inconvenientes a atender, y la adecuación de las infraestructuras Estos 3 problemas que se generan son de vital importancia de resolver.

Pregunta N° 20 Si usted formara parte de la asociación y si pudiera solucionar problemas ¿Qué problema resolvería en segundo lugar?.

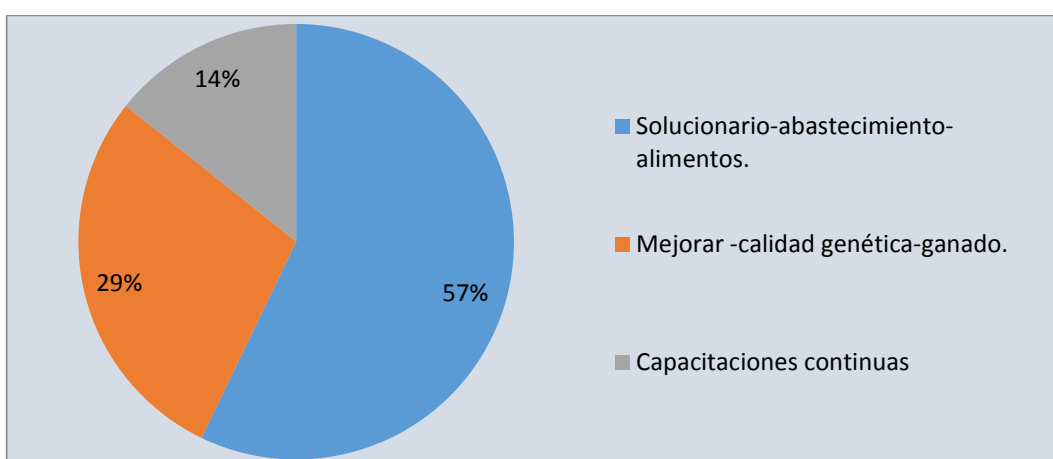
TABLA N° 43 Problema a solucionar en segundo lugar

Ítem	Valoración	frecuencia	Porcentaje (%)
20	Solucionario-abastecimiento-alimentos.	12	57%
	Mejorar -calidad genética-ganado.	6	29%
	Capacitaciones continuas	3	14%
	TOTAL	21	100%

Fuente: Datos del problema a solucionar en segundo lugar.

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

GRÁFICO N° 41 Problema a solucionar en segundo lugar



Fuente: Datos del problema a solucionar en segundo lugar.

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

Mediante esta pregunta se pudo conocer como los ganaderos de la comuna San Marcos describen que problema solucionarían si fueran parte de la asociación en segundo lugar el sector ganadero de la provincia de Santa Elena. En segundo lugar dentro de los problemas a resolver esta el solucionario-abastecimiento-alimentos para tener mayor alimentación para el ganado, seguida de la opción mejorar -calidad genética-ganado esto permite obtener un producto de calidad; capacitaciones y actualizaciones continuas debido a la tecnología son cambiantes en un entorno globalizado.

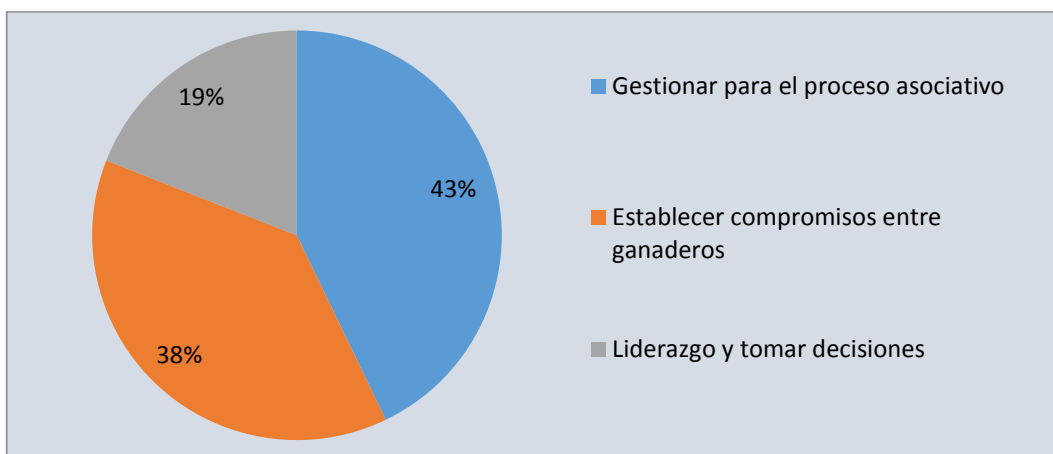
Pregunta N° 21 Si usted formara parte de la asociación y si pudiera solucionar problemas ¿Qué problema resolvería en tercer lugar?

TABLA N° 44 Problema a solucionar en tercer lugar

Ítem	Valoración	frecuencia	Porcentaje (%)
21	Establecer compromisos entre ganaderos	9	43%
	Gestionar para el proceso asociativo	8	38%
	Liderazgo y tomar decisiones	4	19%
	TOTAL	21	100%

Fuente: Datos del problema a solucionar en tercer lugar.
Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

GRÁFICO N° 42 Problema a solucionar en tercer lugar



Fuente: Datos del problema a solucionar en tercer lugar.
Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

Mediante esta pregunta se pudo conocer como los ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol describen que problema solucionarían si fueran parte de la asociación en tercer lugar el sector ganadero de la provincia de Santa Elena, se tiene que los ganaderos opinan si fueran parte de la asociación gestionarían para el proceso asociativo, por otra parte establecería compromisos entre ganaderos que les permitan trabajar en equipo esto serviría para obtener fuerzas y beneficiarse de los apoyos que dan las instituciones, la siguiente actividad también consideran el liderazgo y la toma decisiones para el desarrollo y crecimiento de la organización.

Pregunta N° 22 De las siguientes recomendaciones de profesionales ¿Cuáles cree usted que serían la más aplicables en la asociación?.

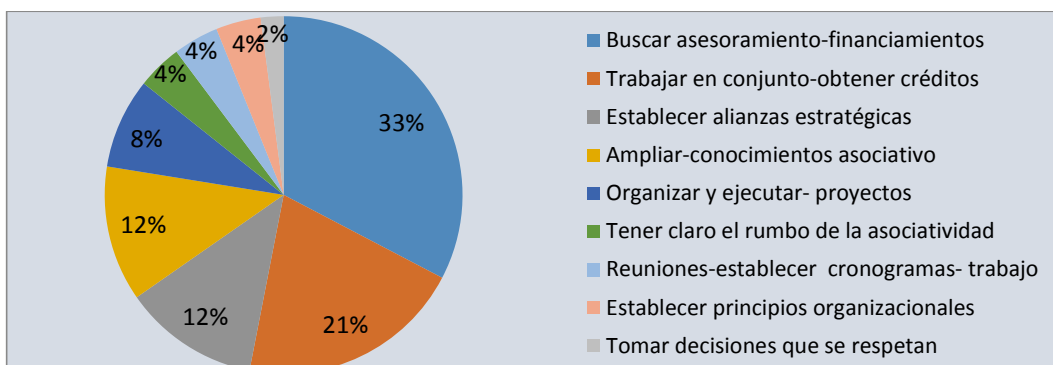
TABLA N° 45 Acciones recomendables

Ítem	Valoración	frecuencia	Porcentaje (%)
22	Buscar asesoramiento-financiamientos	16	33%
	Trabajar en conjunto-obtener créditos	10	20%
	Establecer alianzas estratégicas	6	12%
	Ampliar-conocimientos asociativo	6	12%
	Organizar y ejecutar- proyectos	4	8%
	Tener claro el rumbo-asociatividad	2	4%
	Establecer-cronogramas- trabajo	2	4%
	Establecer principios organizacionales	2	4%
	Tomar decisiones que se respetan	1	2%
	TOTAL	49	100%

Fuente: Datos de recomendaciones aplicables para la asociación.

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

GRÁFICO N° 43 Acciones recomendables



Fuente: Datos de recomendaciones aplicables para la asociación.

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tómalá Méndez

Del total de los encuestados se obtuvo 49 respuestas de las cuales su mayoría recomiendan buscar asesoramiento y financiamientos en las entidades públicas y privadas ya que esto ayuda a mejorar la productividad. Así mismo tenemos que se debe trabajar en conjunto para obtener créditos en la CFN y Proyectos del MAGAP. Continuando con porcentajes mínimos tenemos establecer alianzas estratégicas para captar nuevos nichos de mercados, tener con un claro el rumbo de la asociatividad y establecer cronogramas de trabajo para realizar reuniones mensuales con un mínimo porcentaje

3.6 CONCLUSIONES.

En la investigación planteada se determinó que las estrategias asociativas inciden en un 35% en la producción y comercialización de ganado vacuno, mientras que un 23% de los ganaderos opinan que la asociatividad significa desarrollo y crecimiento en el sector ganadero, pero un 20% sostiene que las ventajas que poseen es disponibilidad de sedimentos y tierras que les permite producir pastos, forraje y para la crianza del ganado vacuno y finalmente un 15% piensan que una mejor Organización bien estructurada, les permitirá ser competitivos tanto en la producción como en la comercialización de los productos cárnicos y de leche de los ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol, de la parroquia colonche, provincia de Santa Elena, ya que estas generan el fortalecimiento de la actividad ganadera.

De la investigación realizada se diagnosticó que las estrategias competitivas de enfoque afectan en un 59% ya que la asociación de ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol de la parroquia colonche, provincia de Santa Elena posee un bajo nivel organizacional, mientras que un 23% de las personas piensan que afecta a la crianza es la limitada dedicación de los ganaderos al ganado, por otra parte están la baja genética del animal, además una limitado conocimiento técnico que no les permite ser competitivos con un 13%.

Se identificó que la experiencia es uno de los factores principales que influyen en la producción de ganado en la comuna San Marcos y Barbascol, de la parroquia colonche, provincia de Santa Elena el mismo que representa un 24%, así mismo se tiene que el agua y suelo con un 22% como segundo factor y los manejos de cultivos con un 20% como tercer factor que influyen en la producción, aunque un 11% igualitario de los ganaderos opinan que no se puede apartar que otros de los factores que influyen en la producción del ganado es el clima cambiante y el apoyo gubernamental, así mismo un porcentaje del 9% opinan que el manejo de

manera tecnificada que les permita obtener ganado de calidad es otro factor que interviene en la crianza.

Se estableció cuáles son los elementos que influyen en la producción de la Asociación de ganaderos de los que existen varios, es así que se tiene un 36% las amplias zonas sin duda alguna es importante para la crianza del ganado y a la vez sirve como zonas para sembrar pastos, las mismas que están representada con un 23%; mientras que otros componente que influyen es el líquido vital que está representado en un 19% ya que es necesario para desarrollar la actividad; mientras que otros de los elementos que intervienen también en la producción es el ganado que crían los ganaderos son rústicos adaptables al cambio climático con un 13% y finalmente se tiene con un 9% que una mejora en la calidad del ganado vacuno, permitirá mayor productividad de productos de calidad logrando así ser competitividad en el mercado de productos cárnico y leche.

Se identificó como influye el plan asociativo en la asociación ayuda a fomentar la productividad ganadera en la comuna San Marcos, provincia de Santa Elena, Ya que para los miembros de la asociación en un 36% significa unir fuerzas para la actividad, mientras que un 20% opina permite aprovechar las oportunidades y mejorar la actividad económica; así mismo dar fortaleza y una mayor oportunidad a los ganaderos con un 27%; y, lo que también influye en el plan asociativo es el trabajo en equipo que permite alcanzar objetivos comunes con un 13%.

En otra parte del plan asociativo también ayuda a fomentar la comercialización ganadera, fortaleciendo los lazos comerciales, para competir en el mercado ganadero con un 32%, por otra parte también se hace que el intercambio de productos sea directo con un 27%, además ayuda al productor a mejorar los productos para ser competitivos y mantener satisfecho al consumidor con un 18%, teniendo así una mayor participación en el mercado de productos cárnico y de leche con un 11%.

3.7 RECOMENDACIONES.

Que se establezca las estrategias asociativas en la producción de ganado vacuno para incrementar la competitividad y lograr el desarrollo de la Comuna San Marcos y Barbascol, de la parroquia Colonche, provincia de Santa Elena.

Se recomienda que se estructure las diferentes áreas de la organización que les permita estar bien constituida y organizadas logrando así el desarrollo y crecimiento de la asociación de ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol, de la Parroquia Colonche, provincia de Santa Elena.

Definir las estrategias necesarias que ayudaran a plantear las actividades idóneas como las capacitaciones entre otras para ayudar a incrementar aquellos factores que influyen en la producción de ganados de la comuna San Marcos y Barbascol, de la parroquia Colonche, provincia de Santa Elena.

Verificar y establecer cronogramas y divisiones de manera estratégicas con el propósito de determinar qué es lo que poseen y cómo será su estructura, para el desarrollo de las actividades diarias tanto para la crianza de ganado y el sembrío de pasto.

Que se desarrolle y diseñe el plan asociativo en la asociación de ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol, de la Parroquia Colonche, provincia de Santa Elena, para aumentar su competitividad y su desarrollo.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA DE PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LA ACTIVIDAD GANADERA DE LA COMUNA SAN MARCOS Y BARBASCOL, PARROQUIA COLONCHE, CANTÓN SANTA ELENA.

4.1 PROPUESTA DEL PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LA ACTIVIDAD GANADERA DE LA COMUNA SAN MARCOS, PARROQUIAS COLONCHE, CANTÓN SANTA ELENA-PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015.

El presente trabajo de investigación se desarrolla con la finalidad de implementar estrategias que permita mejorar el proceso de la organización, producción y comercialización en el sector de pequeños ganaderos, para esto se plantea la ejecución de la propuesta del proyecto “Plan de asociatividad para la actividad ganadera de la comuna San Marcos y Barbascal, parroquia Colonche, cantón Santa Elena, 2015” cuyo objetivo principal es establecer estrategias asociativas y competitivas de producción y comercialización que permita incrementar el nivel de producción por ende también el nivel de comercialización, asegurando la rentabilidad para los ganaderos de “ASOGANVAC”.

Mediante el desarrollo de la propuesta del plan de asociatividad se mezclan factores que permiten mejorar en cada una de las áreas tales como: administrativas, económicas y agroproductivas de los ganaderos de la comuna San Marcos de la parroquia colonche del cantón Santa Elena.

La propuesta del PLAN DE ASOCIATIVIDAD se implementará en la comuna San Marcos, por ser considerada una zona productora de ganado bobino, caprino, porcino, y de producción avícola. Entre las principales razas de ganado bovino o

vacuno, están ejemplares tales como: Cebú, Jersey, Brahmán entre otras, ganado adaptable a las condiciones climáticas de la zona, cualidad que está siendo aprovechado por los ganaderos; actualmente están teniendo un proceso de tecnificación gracias a la inversión del gobierno por medio del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca MAGAP.

La propuesta de asociatividad ha sido elaborada con el objetivo de contribuir al desarrollo y crecimiento del sector de pequeños ganaderos, apegado a lo que establece la ley Orgánica de Educación Superior en el artículo #8

El 100% de los ganaderos apoyan a la propuesta de asociatividad que ayudará a optimizar el sector productivo, económico y por ende a mejorar la calidad de vida de los ganaderos y también de los habitantes de la comuna.

4.2 ASPECTOS BÁSICOS.

4.2.1 Justificación.

El presente trabajo de investigación está respaldado por las normas establecidas la Universidad Estatal Península de Santa Elena y cumple con las normas y reglamentos de la Constitución de la República; Plan del buen Vivir y la Ley Orgánica de Educación Superior. Por tal razón se ha elaborado la propuesta de asociatividad con el objetivo de mejorar las estrategias competitivas tomando como referencia al Modelo Michael Porter, en la producción agropecuaria, mediante un estudio de diagnóstico entre los ganaderos de la comuna.

El trabajo se presenta de una manera sistemática, ordenada y concreta, cumpliendo con las normas antes mencionadas y tiene como propósito ofrecer una solución que materialice los derechos que tienen los grupos de personas para

mejorar su calidad y estilo de vida, se respalda además en la ley de Economía Popular y Solidaria referente a utilizar un modelo de asociatividad para la implementación de estrategias competitivas.

La asociatividad según (Miguel Lozano, 2010), es importante porque: “Es una estrategia de colaboración colectiva que persigue la creación de valor a través de la concreción de objetivos comunes que contribuyen a superar la escasez de escalas individuales y a incrementar la competitividad, herramienta que es necesaria para supervivencia de las pequeñas y medianas empresas”, por lo que las actividades ganaderas del sector de la comuna San Marcos y Barbascol están apoyadas por las políticas públicas emanadas del estado a través de sus instituciones, dando énfasis al cambio de la matriz productiva.

Al aplicar esta propuesta la actividad ganadera de la comuna tendrá los fundamentos de formalización y planificación de la producción ganadera mediante la asociatividad tal como indica la actual política del estado, cumpliendo las normas de organización y sanitarias, determinando los elementos estratégicos del Plan de asociatividad e implementar las estrategias asociativas de competitividad con su respectivo cronograma y presupuesto.

Para el objetivo del trabajo se tomaron en cuenta las políticas gubernamentales, el Plan nacional del buen Vivir; Ley de Economía Popular y Solidaria de manera especial las que se refieren a las estrategias que ofertan a la matriz productiva porque este trabajo impulsará las actividades del sector ganadero y propenderá a su desarrollo con las estrategias asociativas competitivas de enfoque, las cuales inciden en el mejoramiento de la producción y comercialización de los productos obtenidos, procurando garantizar la ganadería como actividad central y dinamizadora de estas cadenas productivas. Además en el estudio económico se demostrará la factibilidad de la propuesta que procura los beneficios al sector ganadero de la comuna San Marcos y Barbascol.

4.2.2 Objetivos.

4.2.2.1 Objetivo General.

Proponer la implementación de la propuesta de Asociatividad para el mejoramiento de la producción ganadera de la comuna San Marcos y Barbascol.

4.2.2.2 Objetivos Específicos.

- Establecer los fundamentos organizaciones de la asociatividad.
- Determinar los elementos estratégicos del plan de asociatividad.
- Proponer la implementación de las estrategias asociativas de competitividad con su respectivo cronograma y presupuesto.
- Determinar el estudio económico para la factibilidad de la propuesta.

4.3 ASPECTO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.

La propuesta se fundamenta de una estructura a partir de dos dominios:

1. El plan de asociatividad.
2. Las estrategias competitivas.

El modelo asociativo que se propone es el horizontal, apegado en el Marco Normativo del Ecuador y las estrategias competitivas, se fundamenta en el enfoque de MICHAEL PORTER.

4.4 ADMINISTRACIÓN DE LA PROPUESTA.

4.4.1 Planificación.

El proceso de planificación de implementación de la presente propuesta se lleva a cabo bajo un estricto control, de manera ordenada, cronológica de forma que se cumplan a cabalidad los objetivos planteados por la organización.

4.4.2 Recursos.

Para llevar a cabo una correcta planificación se debe conocer qué recursos son los necesarios para llevarse a cabo, a continuación se mencionan los más importantes:

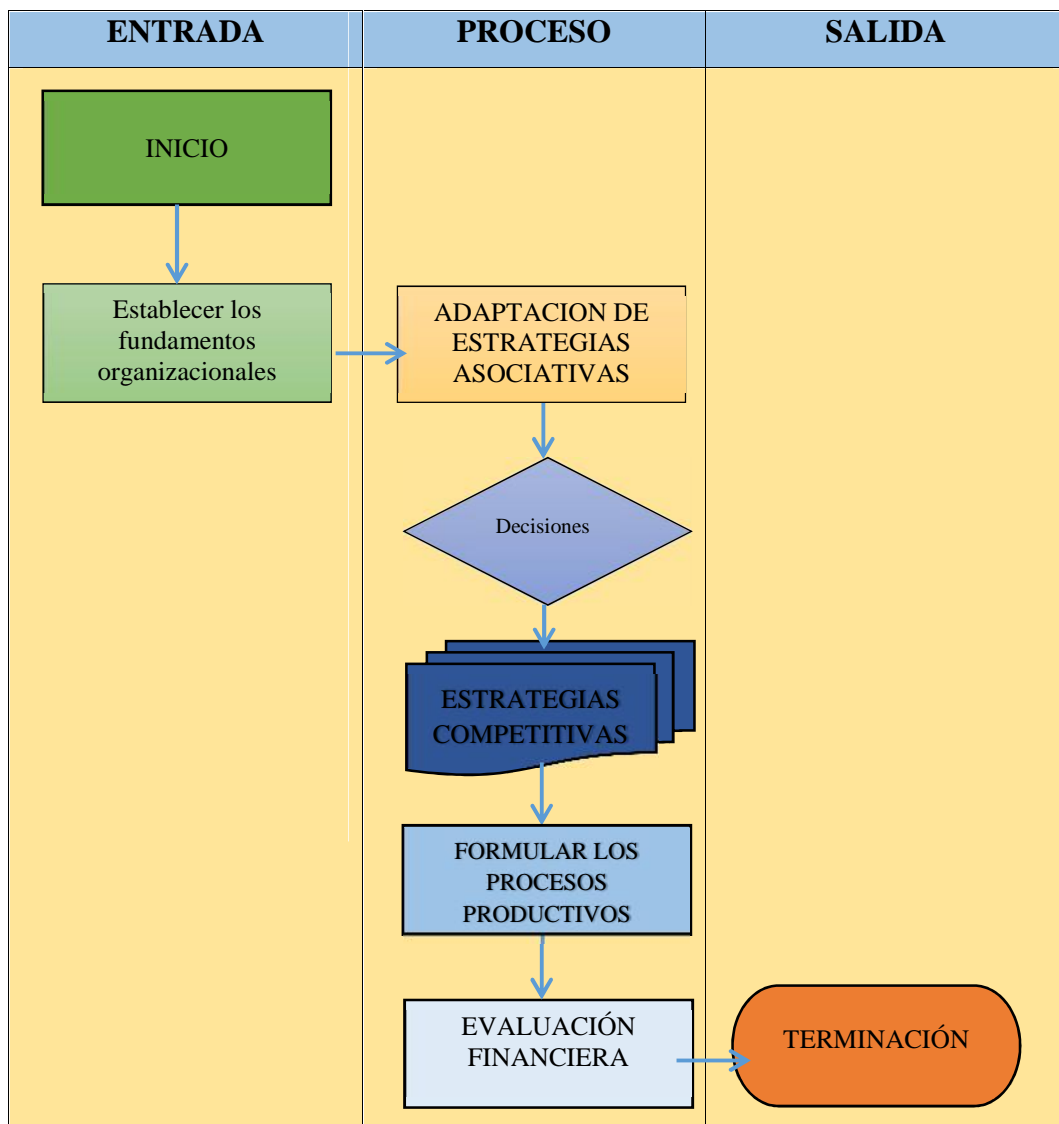
- **Legales.** Constitución de la República del Ecuador, Plan nacional del Buen Vivir, Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (LOEPS), Ley Orgánica de Educación Superior (LOES).
- **Humanos.** “ASOGANVAC” cuenta con recurso humano que tienen conocimiento en crianza ganadera, además de los socios, directivos, asesores de ministerios que apoyan al sector ganadero.
- **Físicos.** La Asociación de ganaderos vacunos tienen disponibilidad de terreno, herramientas e insumos para la actividad ganadera.

4.4.3 Metodología de la implementación del Plan Asociativo.

La implementación del plan requiere de un proceso que se inicia por el diagnóstico que consiste en:

1. Establecer los fundamentos organizacionales.
2. Adaptación de las estrategias asociativas.
3. Decisiones de las estrategias competitivas.
4. Formular los procesos productivos.
5. Determinar el Presupuesto.
6. Evaluación Financiera.

DIAGRAMA N° 5 Metodología de la implementación



Fuente: Metodología de implementación del Plan
 Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

DOMINIO N° 1: PLAN DE ASOCIATIVIDAD.

4.5 EL PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LA ASOCIACIÓN

La propuesta de implementación del plan de asociatividad para la actividad ganadera en la comuna San Marcos y Barbascol se debe establecer estrategias adecuadas con la finalidad de que todas las actividades que se ejecuten en la organización se hagan de marea planificada. Trabajar de manera conjunta con un mismo objetivo común, para lograr así el fortalecimiento institucional y mejorar el desarrollo de competitivo del sector agro-productivo. Para esto primero se debe cumplir con diversos requisitos y procesos necesarios para lograr la formalización de la asociación.

4.6 FUNDAMENTOS ORGANIZACIONALES DE LA ASOCIACIÓN.

4.6.1 Filosofía Empresarial de la Asociación de ganaderos “ASOGANVAC”.

Logo de “ASOGANVAC” (Asociación de ganaderos en la comuna de la comuna San Marcos).

ILUSTRACIÓN N° 1 Logo de la “ASOGANVAC”.



Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

Misión.

“ASOGANVAC” tiene como misión comercializar a nivel local leche y carne de alta calidad, mediante el aprovechamiento de la actividad ganadera de la comuna San Marcos y Barbascol, logrando satisfacer las necesidades del cliente y el bienestar de los socios de la organización, basados en la responsabilidad social, ética, honestidad y transparencia trabajando por la comunidad de la provincia de Santa Elena.

Visión.

“ASOGANVAC” es una organización líder en la producción y comercialización de leche y carne, utilizando materia prima, recursos humanos y tecnológicos de punta, con alto nivel de la capacidad productiva con productos de calidad que permiten mantener satisfecho al cliente, posicionando y consolidando la marca en el mercado local y regional.

Valores.

Los valores corporativos son fundamentales para el correcto funcionamiento de la Asociación de ganaderos en la comuna San Marcos y Barbascol, a continuación se mencionan los principales:

- **Responsabilidad.** Administrar los recursos en forma adecuada para beneficio de los socios y comunidad.
- **Eficacia.** Utilizar la capacidad en recursos para entregar un producto de calidad.
- **Respeto.** Lograr el buen vivir respetando los derechos de la naturaleza y el ser humano.

- **Eficiencia.** Utilizar los recursos disponibles aprovechando las habilidades de los empleados para la producción de calidad.
- **Transparencia.** En la toma de decisiones y en las acciones de la Asociación demostrar la capacidad de honestidad.
- **Compromiso.** Promover una cultura organizacional de trabajo con los empleados, sentirse comprometidos con la Asociación, trabajar con responsabilidad para conseguir los objetivos de planteados, logrando así el desarrollo y crecimiento de la organización.
- **Honestidad.** Ser rectos, honrados y veraces en todo acto, comportándose de forma íntegra y de carácter interno y externo de la Asociación.
- **Trabajo en equipo.** Unir esfuerzo y mantener objetivos comunes, tareas definidas, procedimientos claros y buena relación interpersonal, creando un buen ambiente laboral para los colaboradores.

La filosofía empresarial de “ASOGANVAC” (Asociación de ganadero en la comuna San Marcos) se fundamenta y se desarrollará mediante lo que disponen las normas de lineamientos de la Economía Popular y Solidaria, manteniendo los principios empresariales. Con respecto a la planificación de recursos humanos especializado, adquiriendo insumos de calidad, y contando con tecnología adecuada, que permita la facilidad de la elaboración y comercialización de productos de calidad con mayor valor agregado llamativos.

4.6.2 Proceso de Asociatividad.

Los procesos de Asociatividad en que se encuentra la Asociación de ganaderos en la comuna San Marcos y Barbascol son:

- **Gestión.**

Como parte fundamental es identificar instituciones encargadas del proceso asociativo, la selección de la institución, sensibilización a los actores sobre el proceso asociativo según la SEPS (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria).

- **Estructuración.**

La estructuración es la parte donde se organiza y se ordena la parte del procedimiento legal, la Asamblea de la constitución de la Asociación, sus estatutos, la vigencia del mismo, elección de directiva provisional y ejecutar el cronograma para el establecimiento normal de la Asociación.

CUADRO N° 9 Proceso de Asociatividad

PROCESO ASOCIATIVO			
PERÍODO	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	DURACIÓN
	Identificar instituciones encargadas del proceso asociativo	Grupo Asociativo Tesista	2 Horas
GESTIÓN	Selección de la institución	Tesista	1 Hora
	Sensibilización a los actores sobre el proceso asociativo según la SEPS	Grupo Asociativo Tesista	2 Horas
	Análisis del procedimiento legal	Grupo Asociativo Tesista	1 Hora
ESTRUCTURACIÓN	Asamblea de Constitución	Grupo Asociativo Tesista	2 Horas
	Elección de directiva provisional	Grupo Asociativo Tesista	1 Hora

Fuente: Datos de la Investigación

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez.

4.6.3 Formalización de la asociación.

La Asociación de ganaderos en la comuna San Marcos y Barbascol, ubicada en la provincia de Santa Elena, parroquia Colonche comuna San Marcos, se encuentra en proceso de formalización en el Ministerio de Inclusión Económica y Social (M.I.E.S), mencionada organización debe cumplir con los requisitos establecido según en el art.9 del Reglamento para la aprobación de estatutos, reformas y codificaciones, liquidaciones y disolución.

Para la formalización de la asociación se realizó algunos procesos que van desde solicitud de la carta aval de parte del Sr. Inocencio Pozo Magallanes presidente de la comuna San Marcos, que se llevó acabo el 10 de Febrero del 2013, donde detalla implícitamente la autorización para desarrollar la propuesta de asociatividad de manera conjunta con los ganaderos; hay que recalcar que la Carta Aval fue actualmente actualizada por el sr presidente Pozo Guale Marcos Sergio; Así mismo se hace un acercamiento al Instituto de Economía Popular y Solidaria con sus siglas (IEPS) a solicitar información de los requerimientos para formar una Asociación, contactar donde se pudo saber cuáles son los requerimientos para la formalización. Los requisitos que se debe cumplir son los siguientes.

- Tener la voluntad de los miembros de constituir la organización.
- La organización a ser aprobada deberá indicar en su nombre el producto específico al que dedicarán sus actividades.
- La nómina de la Directiva Provisional. Los nombres completos, nacionalidad, números de cédulas, domicilio y firmas de cada uno de los miembros fundadores.
- La indicación del lugar en que la asociación en formación tendrá sede con referencia, croquis de la calle, parroquia y número telefónico o correo electrónico si lo tuviere.

- Dos a tres actas de discusión de estatutos en asamblea extraordinarias con sus respectivas actas.
- Un ejemplar del estatuto con la certificación del secretario provisional de haber conocido, discutido y aprobado los estatutos.
- Certificado bancario del depósito de \$954.00 dólares como patrimonio de la Asociación, a nombre de la organización.
- Copia de escritura o certificado de registrador de la propiedad de que el predio pertenece a los asociados, o certificado de la Subsecretaría de Tierra que la adjudicación se encuentre en trámite o en su fin un contrato de arrendamiento debidamente motorizado.
- Copias de las cédulas de identidad y certificado de votación de cada uno de los miembros actualizados.
- Un CD conteniendo el proyecto de Estatutos y lista de socios con los respectivos números de cédulas.

En el transcurso del 2013 se realizaron tres sesiones para tratar asuntos de suma importancia para la asociación:

En la primera sesión se trataron puntos importantes como: discusión definición de los problemas que acarrea la comuna especialmente en la actividad ganadera, con el objetivo de buscarle una solución, mediante la formación de una asociación en las que participaron algunos ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol, (ver anexo N° 6).

La segunda sesión que se realizó fue para tratar asuntos importantes como escoger el nombre para la Asociación, teniendo para efecto de tres nombres de los

cuales de forma consensuada se escogió finalmente “ASOGANVAC”. Luego también se procedió a realizar la elección de la directiva provisional de la Asociación (ver anexo N° 7).

La Directiva provisional de la Asociación está estructurada de la siguiente manera:

CUADRO N° 10 Nomina de la Directiva

CARGOS	APELLIDOS Y NOMBRES
PRESIDENTE:	Méndez Santisteban Santiago.
VICE-PRESIDENTE:	José Lima Mateo
SECRETARIO:	Méndez Miraba Walter Wilfrido.
PRO-SECRETARIO:	Pozo Guale Marcos Sergio
TESORERO:	Cochea Lino Manuel Augusto.
VOCAL 1:	Méndez Miraba Walter
VOCAL 2:	Quinde Malavé Eleuterio Cristóbal
VOCAL 3:	Guale Tomalá Rosendo
VOCAL SUPLENTE:	Orrala Tomalá Máximo
VOCAL SUPLENTE:	José Malavé Pedro
VOCAL SUPLENTE:	José Malavé Pablo

Fuente: Datos proporcionados por la Comuna
Elaborado por el autor: Miltón S. Tomalá Méndez

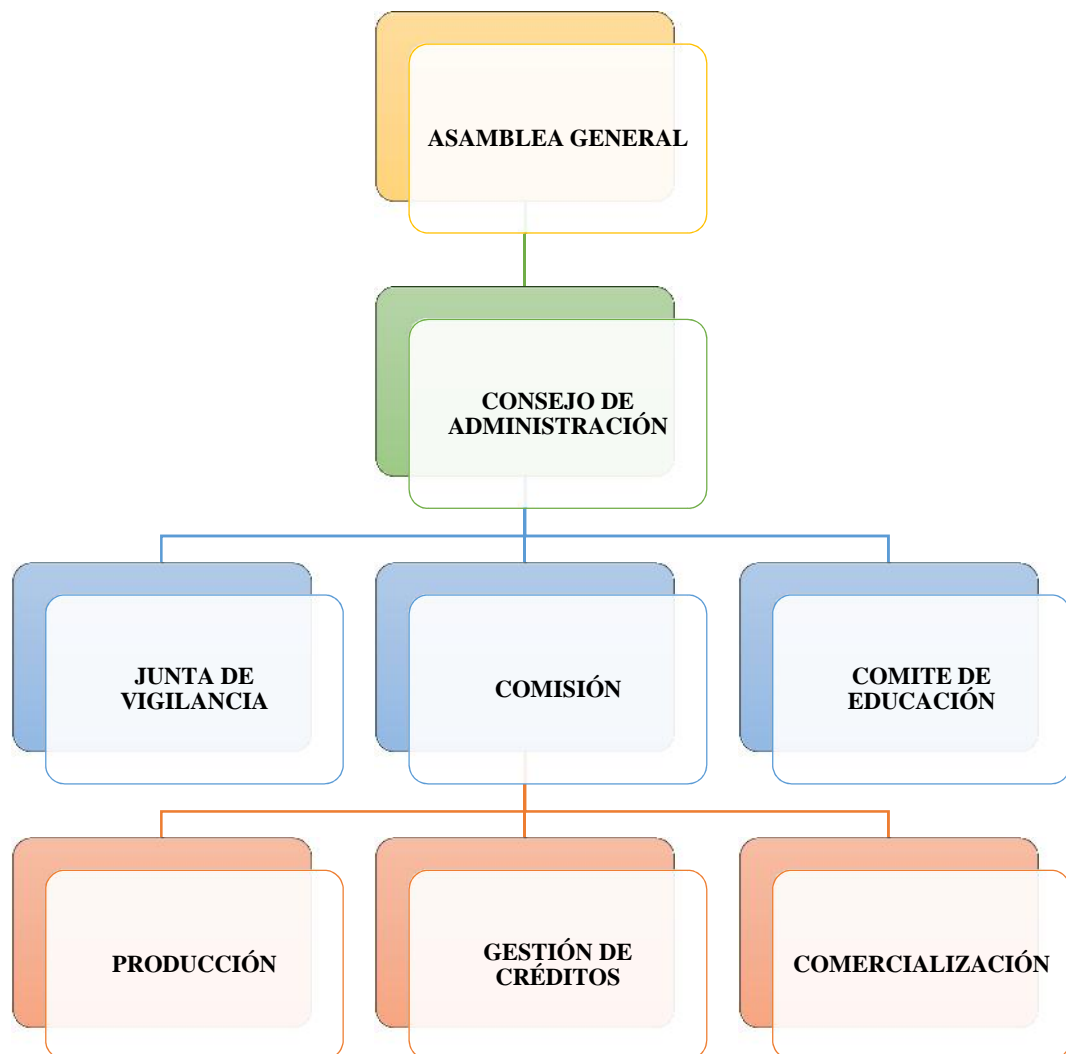
Posteriormente con fecha 10 de octubre del 2013 el autor se dirige al Instituto de Economía Popular y Solidaria (IEPS) a realizar gestión de solicitud de reserva de nominación de la Asociación, mediante documento solicitado por el Sr Presidente provisional Santiago Méndez. (ver anexo N° 10), y se contactó con el sr Luis Suarez, para pedido de trámite, esta solicitud luego fue aprobada por el Director Nacional de Registro de las Organizaciones de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, (ver anexo N° 11) con fecha 01 de noviembre del 2013.

En la tercera sesión se convocó a los socios de manera extraordinaria para tratar asuntos importantes como: dar lectura de la acta de constitución ya antes

discutidas y aprobarla para el trámite respectivo, además para socializar y estudiar los estatutos de la Asociación, artículo por artículo, que luego de ser debatidas y sin muchas modificaciones es aprobado por la Asamblea General, (ver anexo N° 8.)

4.6.3.1 Estructura organizacional

DIAGRAMA N° 6 Estructura Organizacional Propuesta



Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

Asamblea General de Socios.

Es la de mayor jerarquía dentro de la asociación, por lo tanto le corresponde tomar decisiones sobre gestión social o administrativa, mediante procedimientos democráticos.

Asamblea Ordinaria.

En el transcurso del año se deberán realizar al menos una o dos veces el control democrático, en donde la asamblea general revisará y aprobará las distintas acciones realizadas en el año anterior y determinar las normas de las acciones a desarrollarse en adelante.

Asamblea Extraordinaria.

Los socios en general tendrán el derecho y la obligación de hacer uso del voto popular en democracia para elegir y ser elegidos en cargos directivos, sin tomar en cuenta las remuneraciones. Son atribuciones generales de la asamblea en sesión extraordinaria:

- Autorizar la enajenación, gravamen y arrendamiento de un bien o derecho de la Asociación.
- Concertar la reforma de los estatutos y Aprobar reglamentos para la excelente marcha de los asuntos de la Asociación.
- Resolver impugnaciones que se susciten en los diferentes actos y las resoluciones de la directiva. Acordar la disolución y liquidación de la asociación.
- Aumento o disminución del capital social.

- Llenar vacantes entre los vocales de la directiva a través de la elección de los socios.
- Resolver asuntos de importancia que no puedan ser expuestos en asambleas extraordinarias.

Consejo de Administración.

El consejo deberá estar conformado por tres personas encargadas de la secretaria general, tesorería y comunicaciones.

Las obligaciones del consejo administrativo son las siguientes:

- Llevar registro de los asociados.
- Cumplir los estatutos.
- Rendir cuentas a la Asamblea General.
- Someter la aprobación del plan anual, memoria de labores, estados de resultados y balances generales a la asamblea general.
- Llevar contabilidad formal.

Secretario General.

La secretaría general se encargará de:

- Convocar y presidir las sesiones de la asamblea general.
- Autorizar en conjunto con el tesorero las inversiones de fondo aprobadas por la asamblea general.
- Mantener las cuentas con el tesorero.

Tesorero

El tesorero se encargará de:

- Tener el cuidado de los fondos y valores de la asociación, con la responsabilidad de desembolso de fondos, recaudación de ingresos y cobro de deudas.
- Efectuar las reparticiones que hayan sido aprobadas por la asamblea, llevar libros de actas de sesiones de las asambleas generales, extender certificaciones de actas.
- Recibir, despachar y archivar correspondencias y autorizaciones de documentos.
- Actuar como secretario en las sesiones de consejo y asamblea generales extraordinarias u ordinarias.
- Realizar balances de comprobación y otros estados financieros.

Secretario de comunicaciones.

- Llevar libros de actas de sesiones de las asambleas generales, extender certificaciones de actas.
- Recibir, despachar y archivar correspondencias y autorizaciones de documentos.
- Actuar como secretario en las sesiones de consejo y asamblea generales extraordinarias u ordinarias.

Junta de Vigilancia.

Es la división encargada de la supervisión y fiscalización de las actividades de la asociación y del consejo de administración. Son atribuciones de esta división:

- Supervisión y fiscalización las inversiones del patrimonio de la asociación.
- Vigilar que los miembros de las comisiones cumplan con sus actividades.
- Examinar actas y supervisar el cumplimiento de los acuerdos.
- Informar al consejo administrativo las anomalías que se observen.

Comité de Educación.

Son atribuciones de comité de educación:

- Procurar el aprendizaje de todos los socios.
- Determinar y ejecutar políticas de capacitación.
- Gestionar la capacitación técnica de los miembros de la asociación.

Comité de Producción.

Son atribuciones del comité de producción:

- Planificación de calendario ganadero de acuerdo a la etapa de crecimiento del ganado.
- Promoción de establos para el cuidado del ganado.
- Gestionar el manejo de técnicas de crianza.

Comisión de gestión de créditos.

Son atribuciones del comité de gestión de créditos:

- Búsqueda de facilidades económicas para la cesión de créditos a los asociados.
- Establecimiento de relaciones con instituciones crediticias de fomento ganadero.
- Informar a los asociados sobre los requisitos para el acceso a créditos.

Comité de comercialización.

Son atribuciones del comité de comercialización:

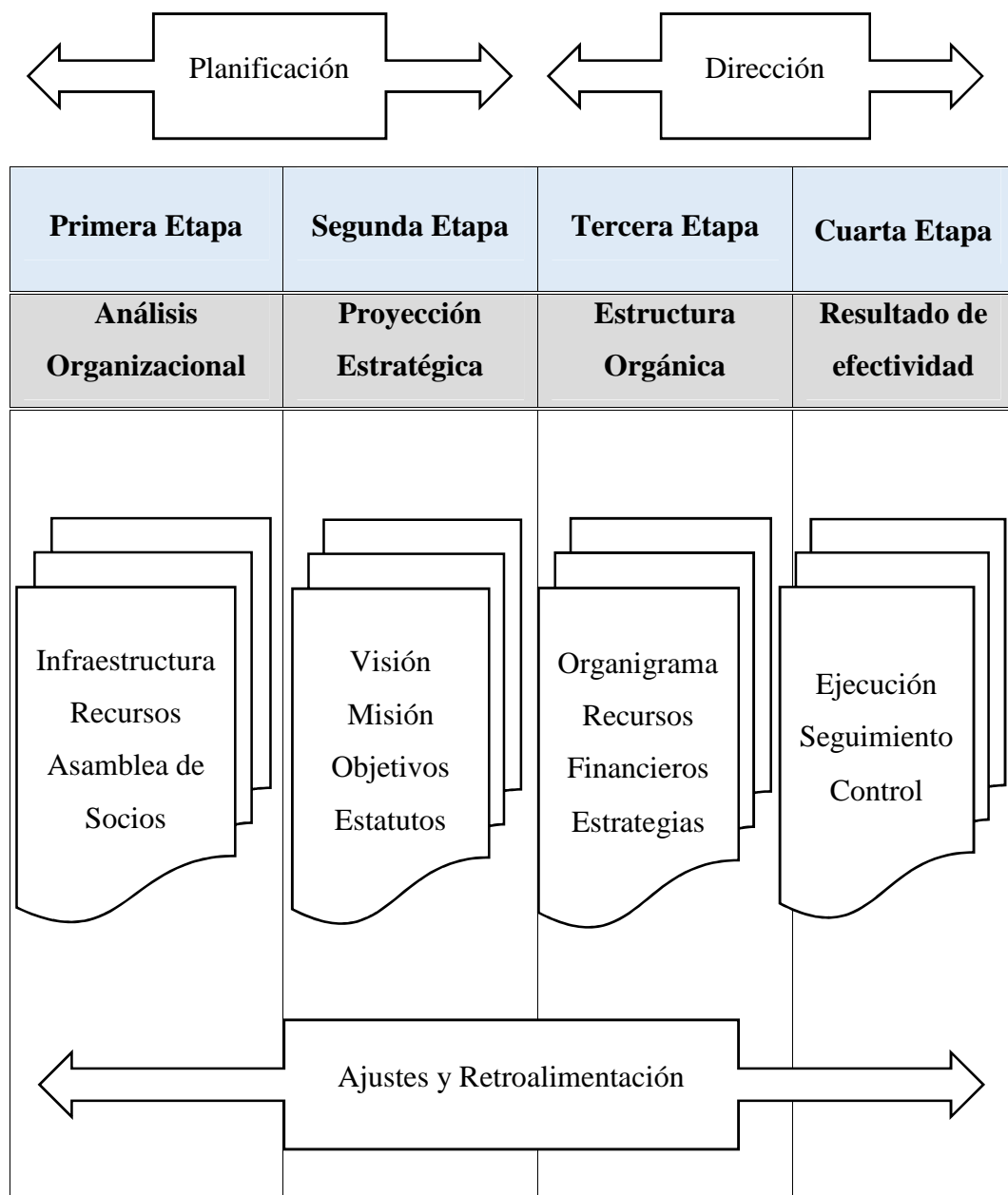
- Búsqueda de mecanismos de comercialización.
- Visitar los mercados potenciales.
- Búsqueda de compradores directos.
- Negociar la producción en grupo.
- Establecimiento de políticas y estrategias para la comercialización efectiva.

MODELO ASOCIATIVO PARA LA ASOCIACIÓN.

La propuesta de implementación del modelo asociativo horizontal tiene como finalidad unir esfuerzo y lograr que “ASOGANVAC” (Asociación de ganaderos vacunos en la comuna San Marcos y Barbascol) produzca una mejor economía a

escala, ya que para la formalización de la asociación se requiere grupos de personas que se dediquen a las mismas actividades con un mismo objetivo y compitan en el mismo mercado y la organización cumpla con las actividades planificadas; el modelo que se propone es el que a continuación se describe en el gráfico:

DIAGRAMA N° 7 Modelo de Asociatividad



Fuente: Modelo de Asociatividad de Iguera M, (2010)

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

4.6.3.2 Descripción del Modelo:

4.6.3.3 Primera Etapa: Análisis Organizacional.

En esta etapa se considera el análisis de los factores internos y externo de la actividad ganadera de la comuna, contara con una infraestructura física como recurso necesario para la implantación del modelo, además mediante una reunión de asociados desarrollado en una asamblea se apruebe su integración, para que luego se tomen decisiones adecuadas que permitan el desarrollo y crecimiento de “ASOGANVAC” (Asociación de ganaderos vacuno en la comuna San Marcos y Barbascol).

4.6.3.4 Segunda Etapa: Proyección Estratégica.

En esta etapa la proyección estratégica es de suma importancia porque se establece la misión, visión, valores, los objetivos empresariales entre otros. Además se analiza la instancia de los estatutos que regirán las actividades orgánicas de la organización, además fijación de políticas internas que apoyen actividades de producción de “ASOGANVAC” (Asociación de ganaderos vacuno en la comuna San Marcos y Barbascol).

4.6.3.5 Tercera Etapa: Estructura Orgánica.

En esta tercera etapa la estructura orgánica se considera a la administración de la asociación, definición de responsabilidades y funciones de los encargados de cada una de las actividades de la organización, como utilización de los recursos financieros y técnicos. Así como también las decisiones de formular y ejecutar estrategias que accedan al mejoramiento de la producción y la comercialización de productos cárnicos y leche que les permita ser competitivos frente al mercado local y regional de la Península de Santa Elena.

4.6.3.6 Cuarta Etapa: Resultado de Efectividad.

En la cuarta etapa se toma en cuenta los resultados de efectividad que serán la consecución de las metas mediante la ejecución, seguimiento y control de cada una de las actividades.

En esta etapa se llevará un seguimiento de todas las actividades que se realizan en la organización llevando un registro que serán analizadas y saber que tan efectiva han sido la aplicación de las técnicas y estrategias implementadas en la organización, para que si se hallará alguna falencia se pueda controlar a tiempo, dando solución, corrigiendo el problema. Hay que reiterar que el modelo que se propone cuyos resultados se verán una vez que se aplique el plan de asociatividad y sus estrategias competitivas, se da el control para ajustar una retroalimentación y para tomar decisiones adecuadas con la implementación de nuevos proyectos que permita el crecimiento y desarrollo a la organización.

DOMINIO N° 2: ESTRATEGIAS COMPETITIVAS.

4.7 PROPUESTA ESTRATÉGICA.

La implementación de las estrategias competitivas son conjuntos de acciones que asociación debe poner en práctica, tiene la finalidad de asegurar una ventaja competitiva sostenible en el mercado de productos: leche y carne, permitiendo así que “ASOGANVAC” (Asociación de ganaderos vacuno en la comuna San Marcos y Barbascol) se desarrolle y crezca como organización.

Hay que hacer énfasis que las estrategias constituyen factores claves que permitirán lograr que “ASOGANVAC” introduzca de forma acelerada y eficiente los cambios necesarios requeridos, para generar así un sistema productivo innovador permitiéndole crecer y ser competitivos en la región.

4.7.1 Análisis F.O.D.A de “ASOGANVAC” (Asociación de ganaderos vacunos en la comuna San Marcos).

A continuación se presenta el F.O.D.A de la Asociación.

CUADRO N° 11 FODA de la Asociación de ganaderos “ASOGANVAC”

FODA	
FORTALEZAS	OPORTUNIDAD
Actitud positiva de los productores para el desarrollo de la actividad ganadera.	Apoyo gubernamental que apunta al desarrollo Económico de los pequeños productores.
Capacitación y asesoramiento técnico por instituciones públicas.	Existencias de tecnología para innovar los productos agropecuarios.
Se cuenta con un ganado óptimo para la producción que se adapta a cambios climáticos.	Existencia de un importante proyecto de irrigación que permiten el desarrollo de la agricultura y la ganadería.
Se cuenta con escrituras de los predios.	Vías de comunicación asfaltadas.
Buena relación con entidades públicas.	Posibilidad de Trabajar en la actividad ganadería complementada con la agricultura.
Ubicación geográfica estratégica.	Existencia de un Plan Nacional de Desarrollo Ganadero.
	Disponibilidad de créditos por las entidades gubernamentales.
Disponibilidad de tierras para la explotación pecuaria.	Existencia de mercados ampliados para el consumo de carnes.
DEBILIDADES	AMENAZAS
No se cuenta con una infraestructura adecuada para la producción de ganado.	Enfermedades Parasitarias endémicas y propias de la costa.
Bajo nivel de organización en los productores y resistencia al cambio.	Las actividades ganaderas crecen en otras regiones.
Escasez del recurso hídrico en las fincas.	Dificultad para obtener al crédito, excesivo requisitos para acceder un préstamo.
Alto porcentaje de superficie agrícola seca en los predios.	
Inadecuado uso de los recursos naturales y escasas áreas de forrajes cultivadas en predios.	Programas ganaderos estatales insuficientes.
Limitado conocimiento de técnicas de manejo de cranzas pecuario.	Tendencia precio de los productos pecuarios variables
No se aplica un proceso de producción adecuado.	
Limitados recursos económicos para el financiamiento de la crianza de ganado.	Existencia de productos sustitutos.

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por el autor: Milón Sebastián Tomalá Méndez

4.7.2 Matrices de análisis para la Asociación.

Para el análisis de “ASOGANVAC” se utilizó la matriz estratégica la misma que permitió evaluar cada uno de factores internos y externos del grupo asociativo.

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

Para realizar el análisis de los factores internos, se identificó un mayor peso a las siguientes fortalezas:

- Capacitación y asesoramiento técnico por instituciones públicas.
- Disponibilidad de tierras para la explotación pecuaria.
- Contar con escrituras de los predios.
- Contar con un ganado óptimo para la producción que se adapta a cambios climáticos.

Así mismo, se procedió identificar y dar peso a las debilidades.

- Inadecuado uso de los recursos naturales y escasas áreas de forrajes cultivadas en predios.
- Limitados recursos económicos para el financiamiento de la crianza de ganado.
- No se cuenta con una infraestructura adecuada para la producción de ganado.
- Alto porcentaje de superficie agrícola seca en predios.

De acuerdo a las calificaciones para cada factor se obtuvo como ponderación final de 2,62, lo que demuestra que el grupo está por encima de lo establecido es 2,50; es decir el grupo esta fuerte internamente que debe aprovechar para el establecimiento e implementación de estrategias que aprovechen las fortalezas y mitiguen las debilidades.

CUADRO N° 12 Matriz MEFI

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS			
FORTALEZAS	PESO	CALIF.	PONDER.
Actitud positiva de los productores para el desarrollo de la actividad ganadera.	0,05	4	0,20
Capacitación y asesoramiento técnico por instituciones públicas.	0,09	4	0,36
Se cuenta con escrituras de los predios.	0,09	3	0,24
Se cuenta con un ganado óptimo para la producción que se adapta a cambios climáticos.	0,08	3	0,24
Buena relación con entidades públicas.	0,05	3	0,20
Ubicación geográfica estratégica.	0,05	4	0,20
Disponibilidad de tierras para la explotación pecuaria.	0,09	4	0,36
DEBILIDADES	PESO	CALIF.	PONDER.
No se cuenta con una infraestructura adecuada para la producción de ganado.	0,08	2	0,16
Bajo nivel de organización en los productores y resistencia al cambio.	0,04	1	0,04
Escasez del recurso hídrico	0,04	2	0,08
Alto porcentaje de superficie agrícola seca.	0,08	1	0,08
Inadecuado uso de los recursos naturales y escasas áreas de forrajes cultivados.	0,09	2	0,18
Limitado conocimiento de técnicas de manejo de crías pecuario.	0,04	2	0,08
No se aplica un proceso de producción adecuado.	0,04	2	0,08
Limitados recursos económicos para el financiamiento de la crianza de ganado.	0,09	1	0,09
TOTAL	1,00	39,00	2,62

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por el autor: Milton Sebastián Tomalá Méndez

4.7.2.2 Matriz de Evaluación de los Factores Externos (MEFE).

Para realizar el análisis de los factores externos, se identificó un mayor peso a las siguientes oportunidades:

- Apoyo gubernamental que apunta al desarrollo Económico de los pequeños productores.
- Existencia de un importante proyecto de irrigación que permite el desarrollo de la agricultura y la ganadería.
- Existencia de tecnología para innovar los productos agropecuarios.
- Posibilidad de trabajar en la actividad ganadería complementada con la agricultura.
- Disponibilidad de créditos por las entidades gubernamentales.

Así mismo, se procedió identificar y dar peso a las amenazas:

- Dificultad para obtener al crédito, excesivo requisitos para acceder un préstamo.
- Las actividades ganaderas crecen en otras regiones.
- Tendencia precio de los productos pecuarios variables.
- Existencia de productos sustitutos.

De acuerdo a las calificaciones para cada factor se obtuvo como ponderación final de 3,09, es decir, está por encima de la media establecida del 2,50, lo que representa que la organización aprovecha de forma favorable las oportunidades que tienen para minimizar sus amenazas, para lo cual es necesario la adopción de estrategias que permitan aprovechar las oportunidades y eliminar las amenazas.

CUADRO N° 13 Matriz MEFE

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS			
OPORTUNIDAD	PESO	CALIF.	PONDER.
Apoyo gubernamental que apunta al desarrollo Económico de los pequeños productores.	0,09	3	0,27
Existencias de tecnología para innovar los productos agropecuarios.	0,08	2	0,16
Existencia de un importante proyecto de irrigación que permiten el desarrollo de la agricultura y la ganadería.	0,09	3	0,27
Vías de comunicación asfaltadas.	0,04	3	0,12
Posibilidad de trabajar en la actividad ganadería complementada con la agricultura.	0,08	3	0,24
Existencia de un Plan Nacional de Desarrollo Ganadero.	0,05	3	0,15
Disponibilidad de créditos por las entidades gubernamentales.	0,08	2	0,16
Existencia de mercados ampliados para el consumo de carnes.	0,05	2	0,1
AMENAZAS	PESO	CALIF.	PONDER.
Dificultad para obtener al crédito, excesivo requisitos para acceder un préstamo.	0,09	4	0,36
Las actividades ganaderas crecen en otras regiones.	0,09	4	0,36
Enfermedades parasitarias endémicas y propias de la costa.	0,06	3	0,18
Programas ganaderos estatales insuficientes.	0,04	4	0,16
Tendencia precio de los productos pecuarios variables	0,08	4	0,32
Existencia de productos sustitutos.	0,08	3	0,24
TOTAL	1,00	43,00	3,09

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

4.7.2.3 Matriz de Perfil Competitivo (MPC)

Al evaluar dos fortalezas, dos amenazas y una oportunidad en la matriz de perfil competitivo, se obtiene como resultado que los ganaderos de San Marcos y Barbascol poseen una ponderación de total de 2,57 que significa que la Asociación de ganaderos vacuno está por encima del dominio de redes empresariales locales que posee una ponderación de 2,37, sin embargo la asociación Agropecuaria de pequeños y medianos ganaderos y Maiceros que 2,75, como se puede observar que la asociación Agropecuaria de pequeños y medianos ganaderos y maiceros supera a la Asociación en San Marcos y Barbascol, por lo tanto es necesario que “ASOGANVAC” fortalezca los factores de la matriz competitivo que se encuentra en desventaja frente a la competencia.

CUADRO N° 14 Matrices de Perfil Competitivo

MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO DE LA ACTIVIDAD GANADERA EN LA COMUNA SAN MARCOS							
FACTORES CLAVES DE ÉXITO	PESO	GANADEROS DE SAN MARCOS		ASOCIACIÓN AGROPECUARIA DE PEQUEÑOS Y MEDIANOS GANADEROS Y MAICEROS		REDES EMPRESARIALES LOCALES	
		CALIF. .	PONDER.	CALIF. .	PONDER. .	CALIF. .	PONDER.
Disponibilidad de tierras para la explotación pecuaria.	0,22	3	0,66	3	0,66	3	0,66
Capacitación y asesoramiento técnico por instituciones públicas.	0,15	3	0,45	3	0,45	3	0,45
Dificultad para obtener al crédito, excesivo requisitos para acceder un préstamo.	0,18	2	0,36	3	0,54	2	0,36
Las actividades ganaderas crecen en otras regiones.	0,2	3	0,60	3	0,60	2	0,40
Apoyo gubernamentales que apunta al desarrollo Económico de los pequeños productores.	0,25	2	0,50	2	0,50	2	0,50
INDICADORES	1,00	13,00	2,57	14,00	2,75	12,00	2,37

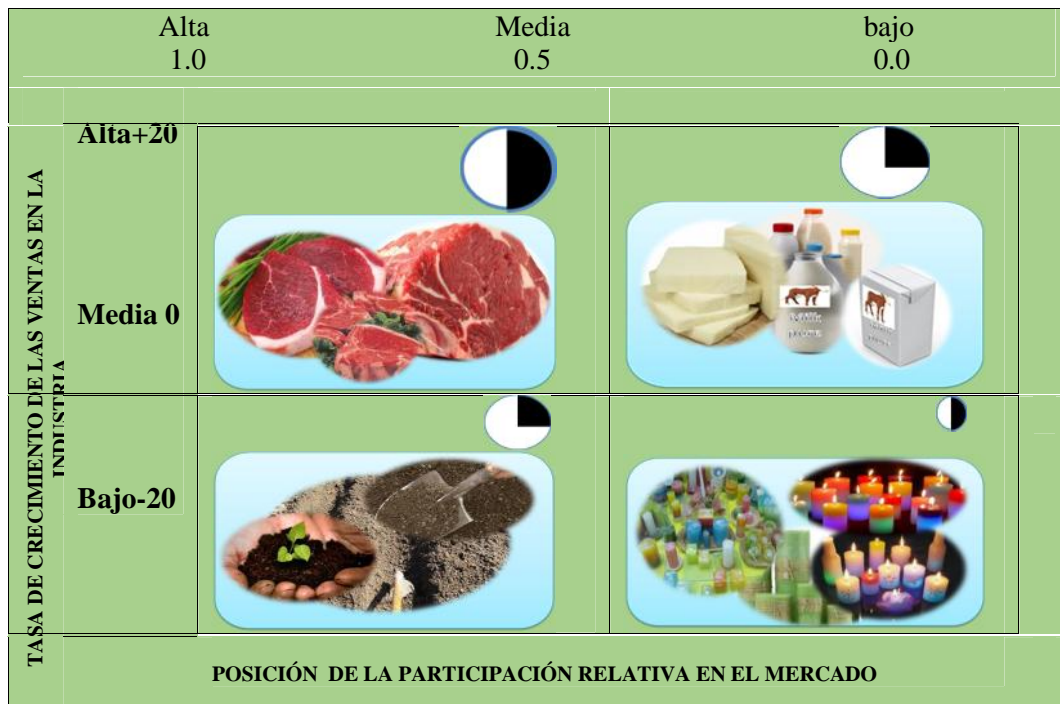
Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez.

4.7.2.4 Matriz BCG.

La matriz de crecimiento – participación, conocida como “BCG”, permite hacer un diagnóstico del negocio de la asociación, por lo tanto como se puede apreciar en la ilustración N°2, que indica dónde invertir o abandonar la inversión. En el caso de la Asociación el producto estrella es la carne, significa debe invertir en el faenamamiento de carne que el producto aparece en el cuadrante fuerte del modelo BCG, es decir que el consumidor se informa primero sobre el producto, luego evalúa y termina comprándole, así como también en la producción de leche como el producto vaca que es el que mantiene al resto del negocio. Además en el eje vertical y horizontal se establece la cuota del mercado en donde aparece el abono elaborado con estiércero del ganado mezclado hojas secas, palos, aserrín, cartón y papel como producto perro y la producción de cera como producto incógnita, que aprovechando la grasa de la vaca por medio de pasar un proceso de transformación se obtiene la parafina que se utiliza para fabricar las velas.

ILUSTRACIÓN N° 2 Participación Relativa en el Mercado



Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

4.7.2.5 Matriz de Posicionamiento (MAPOS).

A través del análisis de la matriz de posicionamiento se logró determinar en qué nivel o posición se encuentra la asociación frente a sus competidores, en cuanto a factores como calidad y precio.

De acuerdo al análisis se determinó que la asociación de pequeños y medianos ganaderos en la comuna San Marcos y Barbascol, Está en una posición muy favorable, frente a las redes locales empresariales y Asociación Agropecuaria de pequeños y medianos ganaderos y maiceros.

CUADRO N° 14 Matriz de Posicionamiento

		BUENA CALIDAD			
PRECIOS ALTOS		REDES LOCALES EMPRESARIALES	ASOCIACIÓN AGROPECUARIA DE PEQUEÑOS Y MEDIANOS GANADEROS Y MAICEROS	PRECIOS CONSIDERABLES	
			ASOCIACIÓN DE PEQUEÑOS GANADEROS DE SAN MARCOS		
		MALA CALIDAD			

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

4.7.3 Cinco Fuerzas de Porter de “ASOGANVAC” (Asociación de ganaderos vacuno en la comuna San Marcos).

Las cinco fuerzas de Porter permiten identificar las amenazas competitivas de una organización, como es el caso de la asociación de pequeños ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol, a continuación se evalúa cada factor en relación al sector ganadero:

Amenazas de nuevos competidores.- Calificada de ALTA, dado que en los alrededores en la comuna San Marcos y Barbascol, existen grupos sin personería jurídica que buscan adoptar una vida jurídica y poder insertarse en el mercado de producción y comercialización de ganado vacuno.

Además existen competidores directos (asociaciones), que ofrecen productos homogéneos tienen un mercado cautivo con una clientela fidedigna que le asegura una participación y un posicionamiento en el mercado de carnes de res que es de excelente calidad a esto se le considera que es alta en el sector. La asociación de ganaderos debe buscar nuevas técnicas para innovar sus productos utilizando la tecnología y la mano de obra calificada.

Rivalidad entre los competidores.- Calificada de ALTA, dado que en las comunas de la parroquia Colonche, existen redes empresariales y asociaciones con transcendencia en el mercado, pero poseen niveles deficientes en el ámbito de calidad y producción, lo cual permite que la asociación aproveche esta debilidad y la transforme en fortaleza a su favor. Además el escenario más probable presenta como competidores (productores y comercializadores de productos cárnicos y lácteos) potenciales y se proyectan a expandirse en el mercado local.

La competencia tiene una gran ventaja gracias a las experiencias que poseen; existen economías a escala reducida, no existen altas barreras de ingreso, por lo

tanto el ingreso de nuevos competidores al sector es alto. La asociación puede buscar cómo obtener apoyo en las instituciones públicas en capacitaciones que les permitirá trabajar de manera eficaz y eficiente poniéndolas en práctica, logrando así mayores resultados positivos para el grupo asociativo de la comuna san Marcos de la parroquia Colonche.

Amenaza de productos sustitutos.- Calificada de ALTA, dado que existen una variedad de animales de donde se extrae productos cárnicos aptos para el consumo humano, como por ejemplo: camaricultura (camarón); piscicultura (criaderos de peces); porcicultores (cerdos); capricultura (cabras); aviculturas (pollo, pavo).

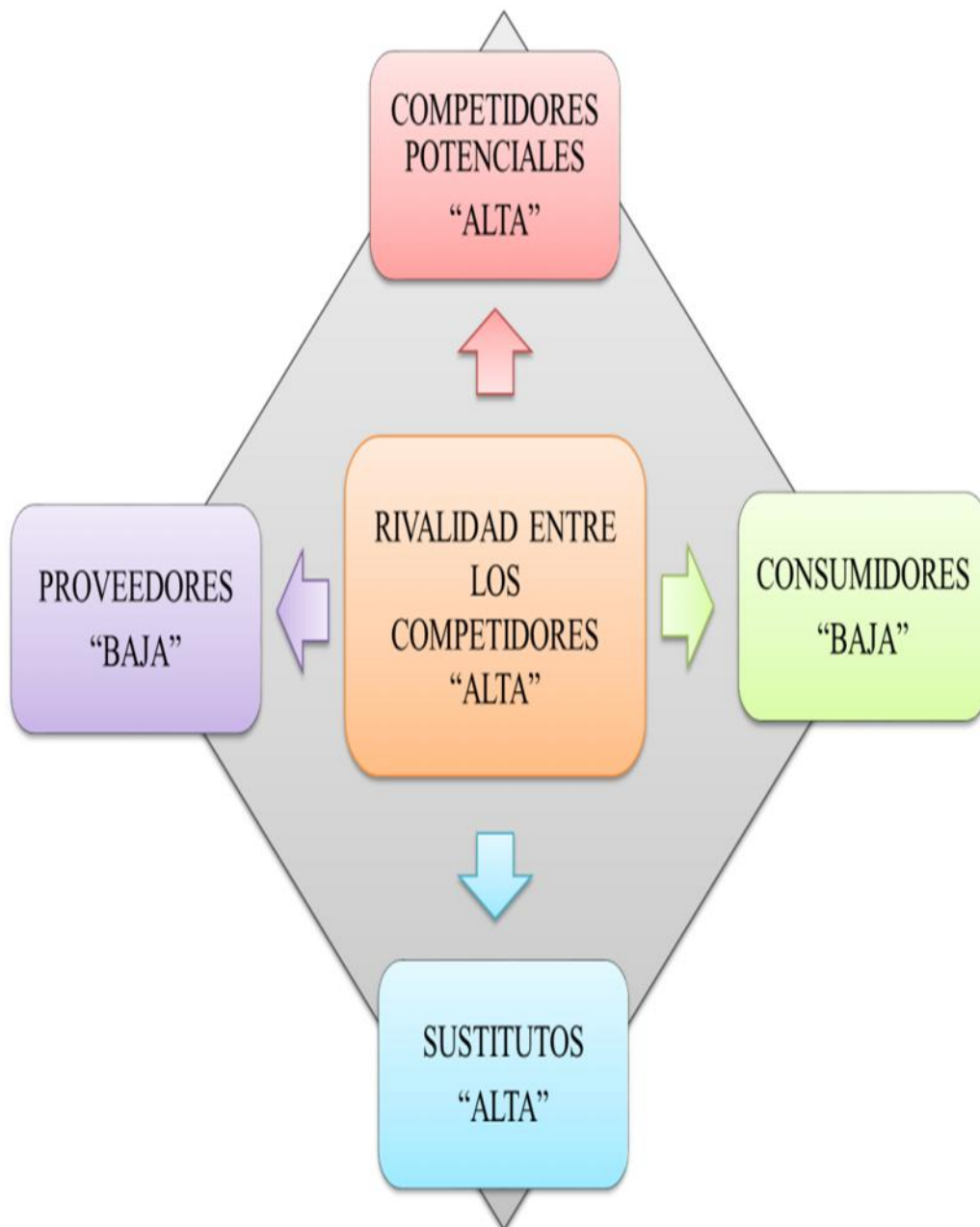
Poder de negociación con los compradores.- Calificada de BAJA, dado que la organización es nueva y de forma relativa va incursionando en un mercado competitivo en producción de calidad. Sin embargo ahí se debe tomar en consideración a los clientes que son los principales ejes de la actividad económica de la asociación que al tener un producto de baja calidad, no adquieren o están dispuesto a pagar un precio por debajo del precio del mercado y esto traería consigo pérdida a los ganaderos. Por tanto para tener poder de negociación se debe mejorar la calidad del ganado que se introduce y mejorar la comercialización.

Poder de negociación de los proveedores.- Calificada de BAJA, dado que en el caso de la producción ganadera los comerciales que proveen insumos a nivel provincial son pocos. Cabe recalcar que el MAGAP entidad involucrada directamente con la actividad ganadera también proporciona insumos a los ganaderos a través de los diferentes programas y proyectos que se ejecutan en la provincia de Santa Elena

Además la asociación de ganaderos podrá tener poder de negociación con los proveedores de tecnologías y con empresas que comercializan productos agrícolas

y además con marcas reconocidas, mediante el análisis de oferta y las fortalezas que posee la organización se puede, lograr acuerdos o convenios que beneficien a ambas partes y así tener mayores resultados a corto y a largo plazo.

DIAGRAMA N° 8 Fuerzas Porter

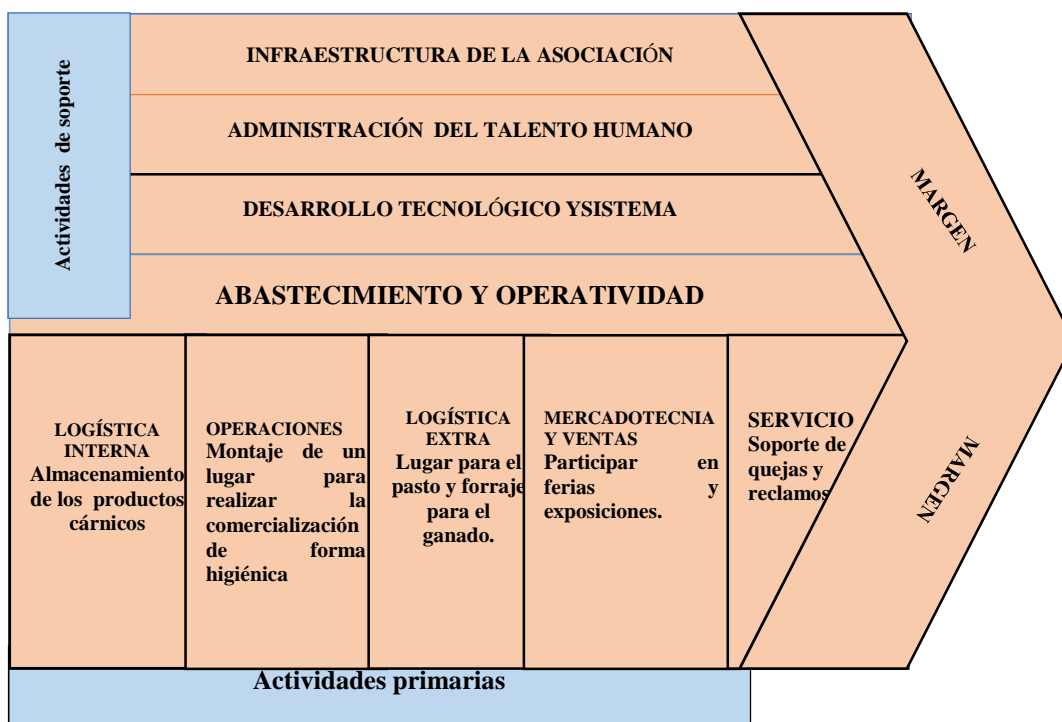


Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez.

4.7.4 Cadena de Valor de la Asociación

DIAGRAMA N° 9 Cadena de Valor de “ASOGANVAC”



Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

Las actividades orgánicas de “ASOGANVAC”, (Asociación de ganaderos en la comuna San Marcos y Barbascol), referente a la cadena de valor, se describe de la siguiente manera:

4.7.4.1 Infraestructura.

La infraestructura física que cuenta la asociación, para realizar sus actividades comerciales y de producción, son las maquinarias, edificios, equipos de faenamiento, galpón para bodega en ensilaje, corrales o encerramientos para el desarrollo del ganado cuyas diligencias deben estar encaminadas a tener un adecuado sitio de crianza, sector para la producción de leche, carne, y sector para los controles fitosanitarios que impiden cumplir con las normas del MAGAP.

4.7.4.2 Administración del Talento Humano.

Referente a la Administración del talento humano, se describe como el recurso manejado adecuadamente mediante lo siguiente:

- **Programas de capacitación.-** Dirigida a los directivos y socios de la asociación de ganaderos que les permita mejorar su desempeño y destrezas en las diferentes áreas de la organización.
- **Plan de incentivos y premios.-** Aplicado a los directivos y socios de la asociación, con el objetivo de impulsar mejoras en las diferentes áreas que permitan el crecimiento económico y el desarrollo sostenible en “ASOGANVAC”.
- **Plan de coaching personal.-** Dirigida al personal que conforman la agrupación con la finalidad de que cada miembro del grupo se sienta empoderado y comprometido con la asociación y tener claro cuáles son los objetivos que persigue la asociación.
- **Plan de seguridad e higiene laboral.-** Establecimiento de unidades de emergencias que contemplen las medidas necesarias de seguridad e higiene laboral ya sean estas en la administración, producción y comercialización.

4.7.4.3 Desarrollo tecnológico y sistemas.

En el desarrollo tecnológico y sistemas es necesario que la asociación provea de equipos tecnológicos adecuados para áreas de producción que permita un mejor manejo fitosanitario y elaboración de los productos derivados de la leche y en el departamento de comercialización de productos cárnicos, leche y El control y regularización del sistema de comercialización.

Abastecimiento.

En el aspecto de la actividad de abastecimiento la asociación debe considerar lo siguiente:

- a. **Logística Interna.** Empaquetado, etiquetado, almacenamiento de los productos cárnicos, despojos, comestibles y no comestibles, aceite y grasas, y pieles sin curtir.

En deodorización, Pasteurización, embotellamiento, etiquetado, enfriamiento y almacenamiento del producto leche.

- b. **Operaciones.** Montaje de un lugar para realizar la producción y comercialización de una forma higiénica.
- c. **Logística Extra.** Contar con un lugar para el pasto y forrajes para la alimentación del ganado bovino. Además para albergar a las crías recién nacidas.
- d. **Mercadotecnia y Ventas.** En este aspecto considerar la participación en ferias artesanales y exposiciones de productos.
- e. **Servicio:** Es necesario que la asociación cuente con un soporte de quejas y reclamos.

Las actividades primarias deben ser consideradas muy importantes para realizar las actividades de producción y comercialización de los productos generados por la crianza y faenamiento del ganado bovino, seguido de las actividades de soporte, donde se involucra la parte administrativa y operativa de la asociación.

4.7.5 La Generación de las estrategias competitivas a partir de la MATRIZ FODA para Asociación “ASOGANVAC”.

CUADRO N° 15 Matriz Estratégica

FACTORES		ANÁLISIS DEL ENTORNO	
		OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>F1. Actitud positiva de los productores para el desarrollo de la actividad ganadera mediante una asociación F2. Capacitación y asesoramiento técnico por instituciones públicas. F3. Se cuenta con un ganado óptimo y rústico para la producción y adaptables al cambio climático. F4. Se cuenta con escrituras de los predios. F5. Buena relación con entidades públicas. F6. Ubicación geográfica estratégica. F7. Disponibilidad de tierras para la explotación pecuaria.</p>		<p>O1. Apoyo gubernamentales que apunta al desarrollo Económico de los pequeños productores. O2 Existencias de tecnología para innovar los productos agropecuarios. O3. Existencia de un importante proyecto de irrigación que permiten el desarrollo de la agricultura y la ganadería. O4. Vías de comunicación asfaltadas. O5. Posibilidad de Trabajar en la actividad ganadería complementada con la agricultura. O6. Existencia de un Plan Nacional de Desarrollo Ganadero. O7. Disponibilidad de créditos por las entidades gubernamentales. O8.Existencia de mercados ampliados para el consumo de carnes.</p>	<p>A1. Enfermedades Parasitarias endémicas y propias de la costa. A2. Las actividades ganaderas crecen en otras regiones. A3. Dificultad para obtener al crédito, excesivo requisitos para acceder un préstamo. A4. Programas ganaderos estatales insuficientes. A5. Tendencia precio de los productos pecuarios variables A6. Existencia de productos sustitutos. A7. Cambio de políticas públicas en lo referente a la Matriz productiva del país.</p>
		FORTALEZAS	MAXI - MAXI
ANÁLISIS INTERNO	<p>D1. No se cuenta con una infraestructura adecuada para la producción de ganado. D2. Bajo nivel de organización en los productores y resistencia al cambio. D3. Escasez del recurso hídrico en las fincas. D4. Alto porcentaje de superficie agrícola seca en predios. D5. Inadecuado uso de los recursos naturales y escasas áreas de forrajes cultivadas en los predios. D6. Limitado conocimiento de técnicas de manejo de crianzas pecuario. D7. No aplica un proceso de producción mediante una asociación. D8. Limitados recursos económicos para el financiamiento de la crianza de ganado.</p>	<p>F2-O1: Implementar proyectos, mediante el aprovechamiento de programas de capacitaciones y el asesoramiento técnico de parte las Instituciones gubernamentales, que permitan el desarrollo y crecimiento de los ganaderos de la Comuna San Marcos.</p>	<p>F3-A2 Aprovechar la disponibilidad de tierra y el tipo de ganado rustico adaptables al cambio climático para el mejoramiento de su calidad por medio de la buena alimentación que se obtiene del proyecto de irrigación. F1-A3: Elaborar un plan de ASOCIATIVIDAD, mediante bases concretas, estrategias y un espíritu de cooperación entre los socios que permitan el mejoramiento de las gestiones en las áreas agroproductivas, administrativas y de comercialización, aportando así a la competitividad</p>
	DEBILIDADES	MINI - MAXI	MINI - MINI
		<p>D1-O7: Buscar el financiamiento de los recursos económicos por medio de las entidades financieras para implementación de tecnología adecuada en la producción ganadera del sector.</p>	<p>D2-A7: Implementar los procesos productivos de crianzas, faenamamiento, distribución y comercialización, mediante la investigación de fuentes primarias y secundarias, para que sirva como guía del procedimiento en las actividades de la matriz productivas de la Asociación ASOGANVAC.</p>

Fuente: Matriz Estratégica

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

4.7.5.1 Establecimiento de las estrategias competitivas.

4.7.5.1.1 Estrategias Defensivas: (MAXI-MINI).- Fortalezas vs Amenazas.

Objetivo: Proporcionar las herramientas para implementar el funcionamiento adecuado de la asociación que permita ser competitivos al sector ganadero.

Estrategia N° 1

- Elaborar un plan de ASOCIATIVIDAD, mediante bases concretas, estrategias y un espíritu de cooperación entre los socios que permitan el mejoramiento de las gestiones en las áreas agroproductivas, administrativas y de comercialización, aportando así a la competitividad.

Estrategia N° 2

- Aprovechar la disponibilidad de tierra y el tipo de ganado rústico adaptables al cambio climático para el mejoramiento de su calidad por medio de la buena alimentación que se obtiene del proyecto de irrigación.

4.7.5.1.2 Estrategias Ofensivas: (MAXI-MAXI).-Fortalezas vs Oportunidades

Objetivo: Desarrollar proyectos, programas y acciones debidamente presupuestados que logren el crecimiento organizacional de la Asociación.

Estrategia N° 3

- Implementar proyectos, mediante el aprovechamiento de programas de capacitaciones y el asesoramiento técnico de parte las Instituciones gubernamentales, que permitan el desarrollo y crecimiento de los ganaderos de la comuna San Marcos.

4.7.5.1.3 Estrategias Adaptativas:(MINI-MAXI).-Debilidades vs. Oportunidad (DO).

Objetivo: Gestionar ante los organismos financieros competentes los recursos económicos necesarios para la adecuada producción ganadera de la asociación.

Estrategia N° 4

- Buscar el financiamiento de los recursos económicos por medio de las entidades financieras para implementación de tecnología adecuada en la producción ganadera del sector.

4.7.5.1.4 Estrategias de Supervivencia: (MINI-MINI) Debilidades vs. Amenazas (DA)

Objetivos: Efectuar los ajustes necesarios en los procesos productivos para mejorar la calidad del producto.

Estrategia N° 5

- Implementar los procesos productivos de crianzas, faenamiento, distribución y comercialización, mediante la investigación de fuentes primarias y secundarias, para que sirva como guía del procedimiento en las actividades de la matriz productivas de la Asociación ASOGANVAC.

4.8 DECISIÓN DE ADOPCIÓN DE LAS ESTRATEGIAS ASOCIATIVAS COMPETITIVAS PARA “ASOGANVAC”

Los objetivos estratégicos fueron escogidos considerando las metas a corto y a mediano plazo de la misión, visión de la asociación de ganaderos en la comuna San Marcos y Barbascol. A continuación se presentan los objetivos estratégicos:

CUADRO N° 16 Objetivos estratégicos

Estrategias	Objetivos Estratégicos	Actividades/Tareas	Indicadores	Control
Defensivas	Elaborar un plan de ASOCIATIVIDAD, mediante bases concretas, estrategias y un espíritu de cooperación entre los socios que permitan el mejoramiento de las gestiones en las áreas agroproductivas, administrativas y de comercialización, aportando así a la competitividad.	Elaborar un plan de asociatividad para el sector ganadero.	Porcentaje de ejecución del plan.	Cumplir plazos del plan
		La ejecución las estrategias de producción y comercialización.	Numero de estrategias ejecutadas	Revisar planes continuamente
	Aprovechar la disponibilidad de tierra y el tipo de ganado rustico adaptables al cambio climático para el mejoramiento de su calidad por medio de la buena alimentación que se obtiene del proyecto de irrigación.	Control veterinario del ganado	Porcentaje de beneficiario/sector	Formularios
		Proyecto de sembrío de pastos y forraje.	Porcentaje de tierra utilizada para el efecto	Ficha de Observación del entorno
		Implementar sitio de almacenamiento de alimentos/ el ganado.	Porcentaje/alimento almacenado.	Espacio físico adecuado
		División del terreno.	Porcentaje por división	Nivel de cumplimiento
		Corral de manejo	Porcentaje de la división(corral)	Nivel de cumplimiento
Ofensivas	Implementar proyectos, mediante el aprovechamiento de programas de capacitaciones y el asesoramiento técnico de parte las Instituciones gubernamentales, que permitan el desarrollo y crecimiento de los ganaderos de la Comuna San Marcos.	Gestionar programas de capacitación y asesoramiento técnico, vinculadas al sector ganadero.	Numero/capitaciones realizadas	Lista de temas de capacitación
		Capacitación de cómo elaborar proyectos para el sector ganadero	Número de capacitaciones	Lista de participantes
		Fortalecer alianzas con instituciones que brinden apoyo al sector ganadero de la comuna.	Porcentaje de beneficiarios del sector	Asesoría Externa
		Adaptativas	Buscar el financiamiento de los recursos económicos por medio de las entidades financieras para implementación de tecnología adecuada en la producción ganadera del sector.	Gestionar el financiamiento de adquisición de tecnología y construcción de infraestructura para de la producción. (Área de matanza)
Gestionar el financiamiento de adquisición de tecnología para de la comercialización.	Número de solicitudes efectuadas			Requisitos Legales
Estudio Financiero económica	Número de solicitudes efectuadas			Requisitos Legales
Supervivencia	Implementar los procesos productivos de crianzas, faenamiento, distribución y comercialización, mediante la investigación de fuentes primarias y secundarias, para que sirva como guía del procedimiento en las actividades de la matriz productivas de la Asociación ASOGANVAC.	Establecer un flujo grama de los procesos productivo de crianzas, faenamiento, distribución y comercialización de la actividad ganadera	Porcentaje de procesos implementados	Ajuste o retroalimentación de procesos
		Determinar el precio, según el precio del mercado Descuentos del 10% A clientes fijos. Establecer políticas de precio.	Incremento índice de inflación	Porcentaje de evaluación/ necesidades mediante la percepción al cliente.

Fuente: Matriz Objetivos Estratégicos

Elaborado por autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

4.9 APLICACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS PARA LA “ASOGANVAC”.

La formulación de las estrategias se realizó en función de los objetivos estratégicos seleccionados con el objetivo de que sean desarrollados y ejecutado aprovechar las fortalezas y oportunidades, logrando el fortalecimiento de la institución convirtiendo las debilidades y amenazas en una nueva oportunidad para “ASOGANVAC” que les permita crecer y desarrollarse en un entorno cambiante. A continuación se formulan las siguientes estrategias:

4.10 LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE ASOCIATIVIDAD.

Estrategias Defensivas:

Dentro de las estrategias defensivas se tiene lo siguiente:

CUADRO N° 17 Estrategias de Implementación Asociativa

Descripción	Aprovechar el proyecto de ASOCIATIVIDAD con bases sólidas y con estrategias de cooperación que permitan mejorar las gestiones en las áreas agroproductivas, administrativas y de comercialización, estableciendo un espíritu de cooperación entre los socios así mejorar la competitividad			
Estrategias	Tiempo	Indicador	Responsable	Presupuesto
Constitución de la asociación	Primer Trimestre	Numero de pasos cumplidos	Asociación	\$ 1.187,00
Elaborar el plan de asociatividad en el sector ganadero(estudio de mercado)	Primer Trimestre	Porcentaje de ejecución del plan.	Asociación y Profesional UPSE	\$ 207,00
Implementar las estrategias de producción y comercialización.	Segundo Trimestre	Numero de estrategias ejecutadas	Asociación	\$ 17.563,70

Fuente: Matriz Objetivos Estratégicos

Elaborado por el autor: Miltonc Sebastián. Tomalá Méndez

Esta estrategia es importante porque considera la elaboración de un PLAN DE ASOCIATIVIDAD con bases sólidas y con estrategias de cooperación que permita a la organización mejorar las gestiones en los procesos agro-productivos, en las áreas administrativas y de comercialización de los productos de la Asociación de ganaderos en la comuna San Marcos.

La ejecución de las estrategias de producción y comercialización.

Son importantes las estrategias de producción y comercialización ya que permitirán el crecimiento y desarrollo de la organización. La implementación y la ejecución de estrategias es sinónimo de innovación que incorpora cambios corporativo en el área funcional, vincula el desempeño y la remuneración con las estrategias, aporta a la creación de un ambiente organizativo conducente al cambio y ayuda a la búsqueda de una efectiva elección de los mercados metas entre otros.

CUADRO N° 18 Estrategias de producción

Descripción	Aprovechar la disponibilidad de tierra y el tipo de ganado rustico adaptables al cambio climático para el mejoramiento de su calidad por medio de la buena alimentación que se obtiene del proyecto de irrigación.			
Actividades	Tiempo	Indicador	Responsable	Presupuesto
Control veterinario del ganado	Todo el año	Número socios participantes	Entidades gubernamentales	\$ 100,00
Proyecto de sembrío de pastos y forraje.	Primer Trimestre	Porcentaje de tierra utilizada el efecto	Asociación	\$ 8.000,00
Implementar un sitio de almacenamiento de alimentos/ganado.	Segundo Trimestre	Porcentaje de alimento almacenado.	Asociación	\$ 6.000,00
División del terreno	Primer Trimestre	Porcentaje por división	Asociación	2.600,00
Corral de manejo	Primer Trimestre	Porcentaje destinada	Asociación	2.000,00
reproducción-cruces de nuevas razas	Todo el año	Porcentaje de preñez	Asociación	7.200,00
TOTAL				\$ 25.900,00

Fuente: Matriz Objetivos Estratégicos
Elaborado por: Milton S. Tomalá Méndez

Control veterinario del ganado.

Actualmente la medicina veterinaria es una aliada para los ganaderos en la prevención de enfermedades y parásito de los animales, llevar un registro veterinario es de vital importancia, por eso “ASOGANVAC” llevará un control adecuado que permita mantener sano al ganado, desde los primeros días de nacimiento hasta su etapa de finalización, donde se detalla: tipo de ganado peso ingreso y de salida (kg) de los bovinos, tipo medicamento, dosis, sexo, observaciones, condición corporal, fecha de celos, fecha de preñez, además dicha información servirá para evaluar el desarrollo y crecimiento del animal. (Ver anexo N° 14).

Manejo de medicamentos veterinarios.

Uso de medicamentos Veterinarios. Los productos veterinarios para el uso en ganado vacuno se deben administrar de manera responsables, que si se usa de manera inadecuadamente corre el riesgo de causar un gran impacto en la producción. Por lo tanto los ganaderos deben considerar las siguientes recomendaciones:

- Los productos veterinarios deberán ser aplicados según la fase que se encuentre el ganado, bajo la observación y recomendación técnica del veterinario.
- Antes de suministrar el producto veterinario se debe revisar que no esté caducado para evitar contradicciones.
- Los animales enfermos deben ser tratados individualmente de manera que no contagien a los demás.
- Se deben llevar un control de aplicación de medicamentos, considerando la edad, peso, y estado del ganado.

Almacenamiento de Medicamentos Veterinarios:

- Los medicamentos veterinarios deben almacenarse en un ambiente fresco, seco y protegido del sol.
- Deben estar con sus respectivas etiquetas.
- Mantenerse cerrados, bajo llave y una sola persona como responsable.
- Los productos veterinarios deben estar registrado en un control de inventario considerando fecha de elaboración y expedición.
- Los productos veterinarios para desparasitar externamente al animal deben estar separados de los medicamentos de uso internos.

Manejo de agroquímico.

Uso de agroquímico. Los productos que son utilizados para el cultivo de pastos y forraje (fertilizantes, herbicidas y plaguicidas) de marcas reconocidas, deben ser aplicadas siguiendo las instrucciones de las etiquetas y las recomendaciones de un profesional. Para esto deben considerar lo siguiente:

- Se debe llevar un registro de las aplicaciones realizadas, donde se describa fechas y números de aplicaciones (fertilizantes, herbicidas y plaguicida).
- El manejo de los químicos se debe realizar con la debida precaución, evitando así roturas o deterioro del envase y producir derrame.
- Todos los productos deben ser utilizados de manera responsables y suspender las aplicaciones antes de que esté listo el pasto y forraje para el ganado.

- Los ganaderos deben de contar con una bodega de almacenamientos con un ambiente, limpio, fresco y seco, donde se guarden los productos de forma ordenadas según su uso y grado toxico, manteniéndoles aislado del piso.
- Los productos deben mantenerse en sus envase originales y con sus respectivas etiquetas.

Sembrío de pastos y forraje.

Siembra de pastos y manejo. La alimentación del ganado es también otro de los factores que intervienen en las crianzas de ganados, por lo tanto es de suma importancia el manejo de pastos, que permita abastecer mayor cantidad de forrajes para el ganado, logrando así mayores niveles de producción.

Manejo del terreno. La preparación del terreno es importante antes de sembrar el pasto o forraje para el ganado, esto se realiza para garantizar las condiciones del sembrío, sin causar la erosión y la degradación de los suelos, permitiendo así mejorar la capacidad de almacenamiento y conservación de la humedad que son aprovechadas por las plantas para mantenerse verdes.

Sistema de labranzas. Se realizará la arada del terreno y luego surcados con tractor para sembrar el pasto o forraje, considerando los factores para la selección de implementos de labranzas:

- Las condiciones del suelo que se debe tener con la arada.
- Condición inicial del suelo
- Profundidad del arado del suelo.

- Requerimiento de fuerza de arrastre.
- Profundidad del surcado del suelo.
- Costo de la implementación.

Época de siembra. La época para sembrar los pastos y forrajes se realizará por estación, al comienzo de las épocas de lluvias y durante el resto del año.

Métodos de siembra.

Siembra en surco. El método de siembra de los pastos se realizará en surcos de forma manual en hilera que permita una mayor seguridad de establecimiento por distribución de forma uniforme de cada planta, que facilite realizar la fertilización al mismo tiempo.

Sistema de pastoreo. El sistema que se utiliza será, el **Pastoreo intensivos suplementados**. En este sistema se hace uso de riego, la fertilización química u orgánica intensiva, el pastoreo se realiza en forma rotacional, sobre las áreas separadas con alambre, así mismo el pastoreo y el pasto de corte es complementado con recursos disponibles nativos de la costa como árboles, forrajes, residuos de cosechas, además complementado con los subproductos de la Agroindustria tal como la melaza, urea, y suplementos concentrados para las reses destinadas para la producción de carne.

Pastoreo rotacional. El tipo de pastoreo que se realizará para la crianza de ganado será por pastoreo rotacional que consiste en dividir la superficie de la finca en hectáreas para la crianza de pastos, donde los animales van moviéndose de un potrero a otro en un tiempo determinado, permitiendo así el descanso y recuperación del heno, el tiempo rotacional es cada 3 meses.

División del terreno para la crianza de ganado vacuno.

Las cercas. Cumpliendo con lo que dispone el MAGAP que la crianza de ganado vacuno se debe realizar se debe hacer encerrado, por lo tanto la asociación de ganaderos de la comuna San Marcos “ASOGANVAC” realizará la crianza de tipo de pastoreo, en la que deberán realizar la división de las fincas en hectáreas donde se sembrará pastos, por lo que hay que tomar en cuenta los elementos para la construcción de las cercas, los mismos que se detallan a continuación:

Alambre. Debe ser liviano y fácil de manipular por el obrero, será colocada visible para los animales, el alambre que se empleará será de calibre 14 acerado galvanizado.

Los postes. Los postes para construir la división serán de 2,50 metros largo y 20 centímetro de diámetro, las hondonadas y como postes tensionadores. Así mismo postes de 2 metros de largo por 8 centímetro de diámetro para las diagonales; y por ultimo postes de 1,70 metros de largo por 8 centímetro de diámetro que serán utilizados como postes intermedios o estacas.

Grapas. Se pueden fabricar manualmente con alambre liso número 8, cortándose en pedazos de 10 centímetro.

El alambrado. Se realizará el alambrado de manera manualmente, el alambre se colocarán de 30 centímetro entre cada hilera con el propósito de que los animales no saquen la cabeza y se lastimen.

Hay que reiterar que para el encierro del ganado la asociación de ganaderos en la comuna San Marcos “ASOGANVAC” debe definir el presupuesto de los materiales para la implantación de alambrado que dividirán las fincas, donde se sembrará el pasto y se rotará a los bovinos.

Corral de manejo.

Corral de manejo servirá para controlar a las vacas en épocas apareamiento, de gestación, nacimiento de las crías, estará construido de material existente resistente aprovechando los materiales existentes en el sector estará construido en un área de 2500 m² y de altura 1,80 m, con 4 compartimientos de 6 m para los terneros y un corral de engorde de 4 x 4 m, con estructura de metal y techo de eternit para las divisiones donde se alojaran las terneras recién nacidas y la sombra del ganado.

Bodega de almacenamiento o ensilaje de los pastos.

“ASOGANVAC” debe contar con una bodega, cuyo objetivo es almacenar los productos y subproductos de la cosecha tales como granos y forrajes (panca de maíz, ojos de choclos, paja de potreros, tallos de guineo secos entre otros que permitirá abastecer de alimentos a los animales en épocas de verano. Las paredes de la infraestructura estarán construidas de cemento la misma que debe tener 15 metros de largo por 5 de ancho y 6 de alto con una estructura de metal que sostiene el techo de eternit, con dos puertas, una de 3 metros de ancho por 3 metros de alto y otra puerta pequeña como puerta de entrada.

Ganado para el cruce para el mejoramiento del hato.

El objetivo de “ASOGANVAC” es de emprender un programa de cruzamiento, mediante asistencia tecnificada que permita mejorar la genética del hato de los ganaderos de la comuna San Marcos, para llevar a ejecutar el plan se comprará 6 toros Brahman para el cruce de razas cebús, Jersey y criollas con la finalidad de mejorar la raza del ganado doble propósito, permitiendo mejorar la producción de carne y leche logrando obtener mayor rentabilidad.

Estrategia Ofensivas.

Dentro de la estrategia Ofensiva se tiene lo siguiente:

CUADRO N° 19 Estrategias de personal

Descripción	Implementar proyectos, mediante el aprovechamiento de programas de capacitaciones y el asesoramiento técnico de parte las Instituciones gubernamentales, que permitan el desarrollo y crecimiento de los ganaderos de la Comuna.			
Actividades	Tiempo	Indicador	Responsable	Presupuesto
Gestionar programas de capacitación y asesoramiento técnico, vinculadas al sector ganadero.	Todo el año	Numero de capacitaciones realizadas	Asociación y Profesional UPSE	\$ 100,00
Elaborar proyectos para el sector ganadero de la comuna.	Primer trimestre	Número de Proyectos	Asociación	\$ 200,00
Fortalecer alianzas con instituciones que brinden apoyo al sector ganadero/ comuna.	Todo el año	Porcentaje/ beneficiarios del sector	Asociación	\$ 203,70
TOTAL				\$ 503,70

Fuente: Matriz Objetivos Estratégicos

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

CUADRO N° 20 Programa de Capacitación

Programa de Capacitación					
Día	Tema	Objetivo	Lugar	Cant.	Valor
	Comportamiento Organizacional	Asociados tengan una cultura organizacional/ actividades el sector ganadero.	Asociación de ganaderos		\$167,90
Seminario/ Taller		Desarrollar y formar líderes comunitarios.	vacuno "ASOGANVAC"		
	Formación de liderazgo y trabajo en equipo	Equipos desarrollando sus habilidades y cualidades para trabajar en objetivos comunes.	en la comuna San Marcos, casa comunal		
				21	\$167,90
		Participantes		Instructor	
Materiales a utilizar	Manual de los temas Libreta de anotaciones. Lápiz, borrador, regla.		Manual de temarios. Laptop, proyector. Pizarra, plumón y borrador.		

Fuente: Matriz Objetivos Estratégicos

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

Contenido:

La organización:

- Definición de ¿Que es organización?
- ¿Qué es comportamiento organizacional?
- Socialización organizacional - Principios organizativos.
- Ventajas y desventajas del comportamiento organizacional.

Liderazgo: El Poder Liderazgo en la organización.

- Definición de liderazgo.
- Importancia del liderazgo.
- Tipos de liderazgo.
- Liderazgo y la motivación.
- El liderazgo dentro de la organización.
- El liderazgo en la administración.
- Estilo de liderazgo.

Liderazgo: Formación de la capacidad de trabajar en equipo.

- Definición de trabajar en equipo
- Ventajas de trabajar en equipo.
- Desarrollo de formación e integración de trabajo en equipo.
- Líder ¿nace o se hace?.
- Características del líder.
- La comunicación interna.

Motivación: factores que inciden en el entorno del organizacional.

- Teorías motivacionales y análisis.
- Factores de motivación internas.
- Influencia de los factor motivacionales.
- Estrategías efefivas de liderazgo para motivar.
- Teorías de los incentivos y análisis.
- Tipos de incentivos

Motivación: técnicas de motivación.

- Asignación del personal en su área de desempeño con un buen clima laboral.
- Ofrecerles oportunidad de desarrollo y autorrealización.
- Darles reconocimientos por sus logros y mostrar interés por ellos.
- Hacer que se sientan comprometidos con la empresa:
- Hacerlos sentirles útiles y considerados.
- Evolución del desempeño.

Modalidad: los seminarios /Talleres serán dinámicos, con el objetivo de incentivar a los socios y directivos sean interactivos en cada actividad que se realice, la inscripción; asistencia es obligatorio para los asistentes y la duración de cada curso será de 3 horas.

Coordinación: cada uno de los seminarios al inicio serán coordinados por los estudiantes egresados de ingeniería en desarrollo Empresarial en conjunto con la Asociación ganaderos vacuno en la comuna San marcos y Barbascol “ASOGANVAC”, después serán coordinados por los directivos en gestionar para las capacitaciones.

Fecha: la fecha para la ejecución de los seminarios se definirán en el momento que se ejecute el proyecto y que se los impartirá serán los días domingos a las 2:00 horas 5:00 horas.

Dirigidos: a los directivos y socios de la asociación de ganaderos vacuno ‘ASOGANVAC’, que tengan la necesidad e inquietud de ampliar sus conocimientos en temas que tenga que ver con la organización.

CUADRO N° 21 Programa de Capacitación (corte y manipulación/producto).

Programa de Capacitación					
Día	Tema	Objetivo	Lugar	Cantidad	Valor
Seminario / taller	Cortes de carne vacuno, manejo y Manipulación de la carne.	Lograr que los ganaderos posean los conocimientos básicos de cada corte de carne.	Asociación de ganaderos vacuno “ASOGANVAC” en la comuna San Marcos, casa comunal	21	\$167,90
		Proporcionar conocimientos adecuados de manejo y manipulación de la carne.			
Materiales a utilizar	Participantes			Instructor	
	Manual de los temas Libreta de anotaciones. Lápiz, borrador, regla.		Manual de temarios. Laptop, proyector. Pizarra, plumón y borrador.		

Fuente: Matriz estratégica.

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

Contenido:

- Cortes de carne vacuno.
- Nombres de cortes de carne
- Manejo y manipulación de productos cárnicos.

- Contribución del manejo higiénicamente del producto desde su la crianza, faenamamiento y comercialización.

Modalidad: los seminarios talleres se impartirán de manera participativa, con el objetivo de que cada uno de los ganaderos absorban los nuevos conocimientos, la inscripción del seminario taller, asistencia es obligatorio para los asistentes, la duración de cada curso será de 4 horas.

Coordinación: cada uno de los talleres será coordinado por los directivos de la Asociación, en gestionar para capacitarse.

Fecha: la fecha para la ejecución de los seminarios serán definidos por los directivos de la Asociación, se impartirán cada trimestre del año 2014, los días domingos 2:00 horas – 6:00 horas.

Dirigido: los talleres están dirigidos a los ganaderos de la Asociación “ASOGANVAC”, con el objetivo tengan conocimientos sobre los cortes de la carne vacuno, además como se debe manipular la el producto.

Capacitación de cómo elaborar proyectos para el sector ganadero de la Comuna.

La capacitación en la elaboración y ejecución de proyectos, es un pilar fundamental que ayuda a fortalecer los conocimientos de los directivos de la asociación de ganaderos, para tomar decisiones correctas y adaptando estrategias adecuadas considerando los objetivos, misión y visión que persigue “ASOGANVAC”, contribuyendo al desarrollo y crecimiento del sector ganadero de manera constante y adaptándose a las necesidades situacionales del entorno.

CUADRO N° 22 Programa de Capacitación para planificación de proyectos.

Programa de Capacitación					
Día	Tema	Objetivo	Lugar	Cantidad	Valor
Seminario Taller	Planificación de proyectos	Lograr que los asociados tengan conocimientos de planificación de proyectos.	Asociación de ganaderos vacuno "ASOGANVAC" en la comuna San Marcos, casa comunal	21	\$167,90
Materiales a utilizar	Participantes		Instructor		
	Manual de los temas Libreta de anotaciones. Lápiz, borrador, regla.		Manual de temarios. Laptop, proyector. Pizarra, plumón y borrador.		

Fuente: Matriz Objetivos Estratégicos

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

Contenido:

- Planificación de proyectos.
- Que es planificación.
- Proceso de la planificación.
- Etapas de la planificación
- Tipos de estrategias
- Formulación, implementación y evaluación de las estrategias.

Modalidad: Los seminarios que se impartirán serán de manera dinámicos, con el objetivo de incentivar a los socios y directivos que sean interactivos en cada actividad, la inscripción, asistencia es obligatoria para los asistentes y recalca que la duración de cada curso será de 4 horas.

Coordinación: cada uno de los seminarios será coordinado por los directivos de la Asociación “ASOGANVAC”, en gestionar para las capacitaciones.

Fecha: La fecha para la ejecución de los seminarios serán definidos por los directivos de la Asociación, los talleres se impartirán cada trimestre del año 2014, los días domingos 2:00 horas – 6:00 horas.

Dirigidos: los talleres de capacitación esta dirigidos a directivos y Socios de la Asociación de ganaderos “ASOGANVAC”, que tengan la necesidad de ampliar sus conocimientos de temas que tengan que ver con la organización.

Estrategia de cooperación.

Fortalecer alianzas con instituciones que brinden apoyo al sector ganadero de la Comuna.

“ASOGANVAC (Asociación de ganaderos vacuno en la comuna San Marcos y Barbascol) debe fortalecer las alianzas estratégicas con las instituciones que apoyen al sector ganaderos, especialmente con Instituciones Gubernamentales como la SEPS, IEPS. MAGAP, entre otras.

De acuerdo a la actividad realizada por los ganaderos puedan ser favorecidos de manera directa y así tener la iniciativa de establecer sus ideas, permitiendo el crecimiento y desarrollo productivos de la asociación, se logra convenios establecidos donde se podrán conseguir capacitaciones en las diferentes áreas sea en estas agroproductivas, administrativas y de comercialización, esto permitirá también el fortalecimiento intelectual en el desarrollo de las actividades empresariales por parte de cada uno de los integrantes de la asociación.

Estrategias Adaptativas.

CUADRO N° 23 Estrategias corporativa de crecimiento interno

Descripción	Buscar el financiamiento de los recursos económicos por medio de las entidades financieras para implementación de tecnología adecuada en la producción ganadera del sector				
Actividades	Tiempo	Indicador	Responsable	Presupuesto	
Gestionar el financiamiento de adquisición de tecnología para la producción y construcción (Área de faenamiento)	Primer Trimestre	Aplicación de las recomendaciones	Asociación y	\$ 69,00	
Gestionar el financiamiento de adquisición de tecnología para la comercialización.	Segundo Trimestre	Número de solicitudes efectuadas	Asociación	\$ 69,00	
Estudio Financiero económica	Segundo Trimestre	Número de solicitudes efectuadas.	Asociación	\$ 69,00	
TOTAL				\$ 207,00	

Fuente: Matriz Objetivos Estratégicos

Elaborado por autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

Se debe realizar estudio económico cada primer trimestre, para analizar cada área dentro del proceso productivo de la organización, y así establecer los rubros necesarios que ayuden a la tomar decisiones, para aumentar la rentabilidad en beneficio de los socios de “ASOGANVAC” y por ende para obtener y brindar productos de calidad al consumidor con el fin de aumentar la competitividad.

Establecer convenios con entidades financieras gubernamentales como el Banco Nacional de Fomento, BNF y Corporación Financiera Nacional CFN, e instituciones bancarias que tengan anexo con el gobierno y así mismo las entidades financieras privadas, por medios de hipotecas de las escrituras públicas se permita tener mayor acceso a las líneas de créditos que ofertan en las entidades crediticias para implementación de tecnología adecuada para la producción y construcción del área de faenamiento y también para en la comercialización.

Implementación de tecnología para de producción y comercialización.

La administración de las ganaderías hoy en día es un verdadero reto para los ganaderos de la comuna San Marcos, y adquirirla es muy costoso, la asociación de ganaderos debe gestionar el financiamiento del equipamiento de tecnología necesaria con el objetivo de maximizar la productividad del ganado vacuno, tanto en carne como en leche. Además reducir los costos de producción y mejorar la calidad de los productos.

La asociación debe aplicar tecnología de punta especialmente en el área operativa, ya que es el lugar donde se desarrolla la producción y es el área donde más se necesita de la tecnología innovadora, que les permita ser competitivo con las demás ganaderías. A continuación se detalla el tipo de tecnología que se debe implementar en cada área:

El faenamiento. Se debe implementar una cortadora de carne que permita agilizar el proceso de faenamiento.

Balanza digital. Implementar una balanza digital de 31 kg para pesar el carne.

Cuidado de pastos. Este tipo de trabajo se debe arar primero el suelo con maquinarias para ahorrar tiempo y dinero. El cuidado de pastos se debe hacer con maquinarias pesadas.

Herramientas. Implementar herramientas necesarias que se necesita y que se utilizan en las actividades agrícolas como: machete, pico, pala.

Básculas para ganado (pesa). Se debe implementar en el áreas cranzas una báscula en dimensioe estándar para pesar al ganado.

Limpieza de galeras. Instalar bombas de agua que permita abastecer el líquido vital tanto para el forraje como para el ganado.

Estrategias de Supervivencia.

CUADRO N° 24 Estrategias de productos

Descripción	Implementar los procesos productivos de crianzas, faenamiento, distribución y comercialización, mediante la investigación de fuentes primarias y secundarias, para que sirva como guía del procedimiento en las actividades de la matriz productivas de la Asociación ASOGANVAC.			
Actividades	Tiempo	Indicador	Responsable	Presupuesto
• Proceso Productivo de crianzas de ganado.	Cuatro meses.	Porcentaje de procesos implementados	Asociación y Profesional UPSE	\$ 150,00
• Faenamiento del ganado	Cuatro meses.			
• Distribución del producto cárnico	Cuatro meses			
TOTAL				\$ 150,00

Fuente: Matriz Objetivos Estratégicos

Elaborado por: Milton Sebastián. Tomalá Méndez

Con esta estrategia se quiere establecer e implementar los procesos productivos de crianzas, Faenamiento, comercialización y distribución, aplicables en “ASOGANVAC”, de manera que estas se puedan llevar a la etapa de ejecución de forma ordenada, logrando así un desempeño eficiente y eficaz que permita ser mostrado en los resultados.

4.11 PROCESOS PRODUCTIVOS DE ASOGANVAC”.

En este proceso se hace énfasis a las fases productivas que se desarrollan dentro de esta actividad, como es las crianzas de ganado vacuno de “ASOGANVAC”, que va desde la crianza, faenamiento, distribución y comercialización. A continuación se detalla las fases:

4.11.1 Fase de Crianza.

Los ganaderos de “ASOGANVAC” Para lograr que el ganado crezca de manera saludable y se desarrolle adecuadamente deben alimentarlos con una dieta balanceada que contenga los requerimientos nutricionales, esto se da mediante el suministro de forraje de calidad, además proporcionarles suplementos, vitaminas, sales y minerales que se distribuyan en la alimentación diaria, claro está que genera un costo, además la administración de los medicamentos veterinarios, dependiendo de la edad al ganado para prevenir enfermedades. Ver Anexo 13.

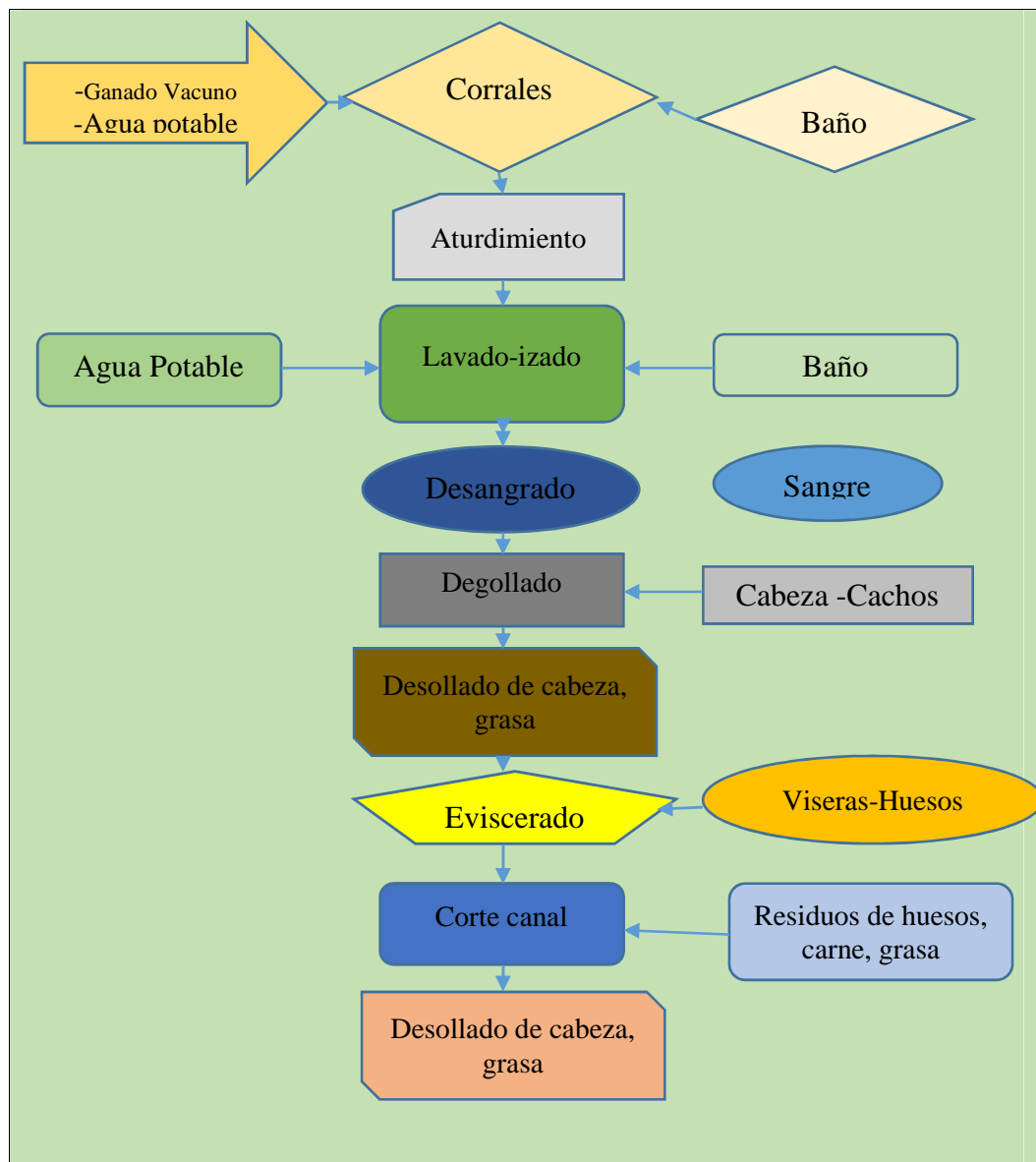
4.11.2 Fase de Faenamiento.

En la fase se refiere a los procesos de la matanza, los cuales corresponden a una división representativa de la actividad, tras el sacrificio y faenamiento del ganado, se produce la extracción de la carne, vísceras, el despojo, contenido, grasa y el cuero. Para el correcto faenamiento se debe tomar en cuenta el lugar donde se sacrifican, deshuesan, elaboran, empaquetan, almacenan y manipulan los productos cárnicos destinados al consumo humano deberán cumplir con las normas fitosanitarias e higiene que asegure la calidad, cuyo objetivo es mejorar el proceso actual y almacenamiento de leche y de los productos cárnicos.

A su vez se debe disponer de un amplio espacio y equipo apropiado que permita la ejecución adecuada de todas las operaciones y con un diseño que deje llevar a cabo un proceso de limpieza, desinfección de manera rápida y fácil asegurando el bienestar del ganado en un ambiente idóneo de manera limpia y calidad. En el proceso de faenamiento se debe supervisar la higiene de carne durante la matanza del animal, así mismo en el área de transporte, el deshueso, por otra parte tener mucho cuidado en el momento de la envoltura del producto y finalmente de almacenamiento o de conservación.

Estos productos obtenidos del proceso de faenamiento, es trasladable al mercado, como producto final como es el caso de la carne y leche o como materia prima utilizados en otros procesos productivos y con mayor valor agregado, tales como, fabricación de aceites y grasas animales, así mismo las pieles y cueros curtidos entre otros productos que a su vez sirven para producir productos terminados que son adquiridos por el consumidor final.

DIAGRAMA N° 10 flujo de proceso de faenamiento.

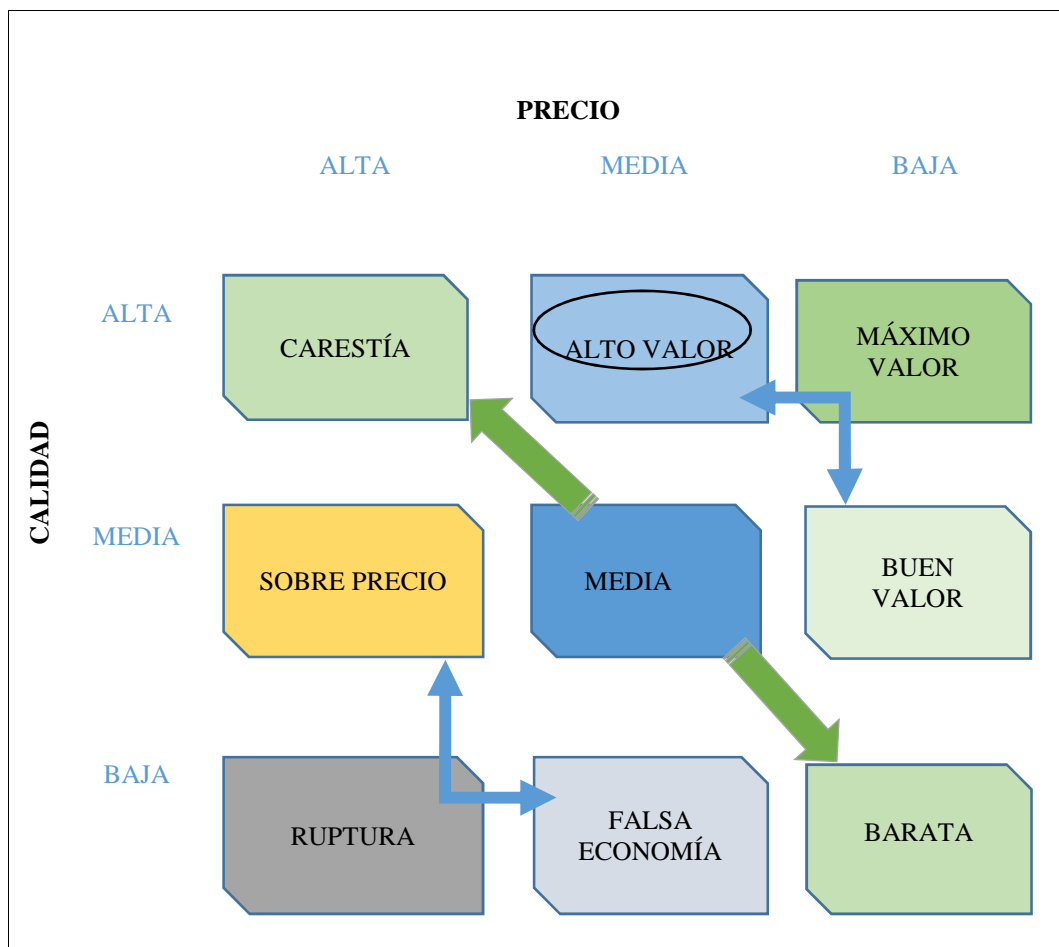


Fuente: datos Matriz flujo de proceso de faenamiento
Elaborado por: Milton Sebastián Tomalá Méndez

4.11.3 Estrategia de Precio.

Estrategia de precio de “ASOGANVAC” esta definidas de acuerdo a la demanda proporcionada, deduciendo los respectivos costos de producción, se ayuda al cumplimiento de la fijación de precios según la matriz es de “Alto Valor, caracterizado por ser productos de alta calidad a precios bajos, además son productos que recientemente van a introducirse al mercado competitivo, que significa que la Asociación busca aumentar sus ventas ganando participación de mercado en los diferentes segmentos a nivel local y provincial, así alcanzar el máximo valor de los productos.

DIAGRAMA N° 11 Estrategia de precio



Fuente: Kotler & Keller, Dirección de Marketing. 12va. Edición, 2006)
Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

La asociación de ganaderos de la comuna San Marcos establece su estrategia de precios de acuerdo a los precios referenciales del mercado (ver cuadro N° 26), las mismas que sirvió para proyectar las ventas anuales, para esto se debe reiterar los precios no están establecidos de acuerdo a los costos de producción que “ASOGANVAC” pretende aumentar sus ventas, introducirse al mercado, logrando aumentar sus ventas para ganar participación de mercado.

CUADRO N° 25 Precio de la competencia.

LECHE				
PRODUCTO	COMPETENCIA PRINCIPAL	PRODUCTO DONDE SE COMERCIALIZAN	PRECIO DE COMPETENCIA	PRECIOS “ASOGANVAC”
LECHE DE 1 LITRO	LA LECHERA NUTRI LECHE	MERCADOS	\$ 1,39 \$1.19	\$0.75
LECHE DE 1 LITRO	INDULAC	ABARROTES Y TIENDAS	\$ 1,00	\$ 0,75
LECHE DE 1 LITRO	PARMALAC	MINIS MERCADOS	\$ 1,00	\$ 0,75
PRODUCTO	CAMALES	PRECIO EN COMERCIAL PIEDRA	PRECIO EN MEGA PIEDRA	PRECIO DE “ASOGANVAC”
CARNE SUAVE PULPA	2,6	3	3,4	2
LOMO	2,5	2,65	3,5	1,9
FILETE	2,2	3	3,2	1,8
COSTILLA	2,1	2,4	2,5	1,25
HUESO	0,8	1,4	1,5	1
VICERAS	1,7	2,4	2,5	1,6

Fuente: Datos precios de la competencia

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

4.11.4 Fase de Distribución y Comercialización.

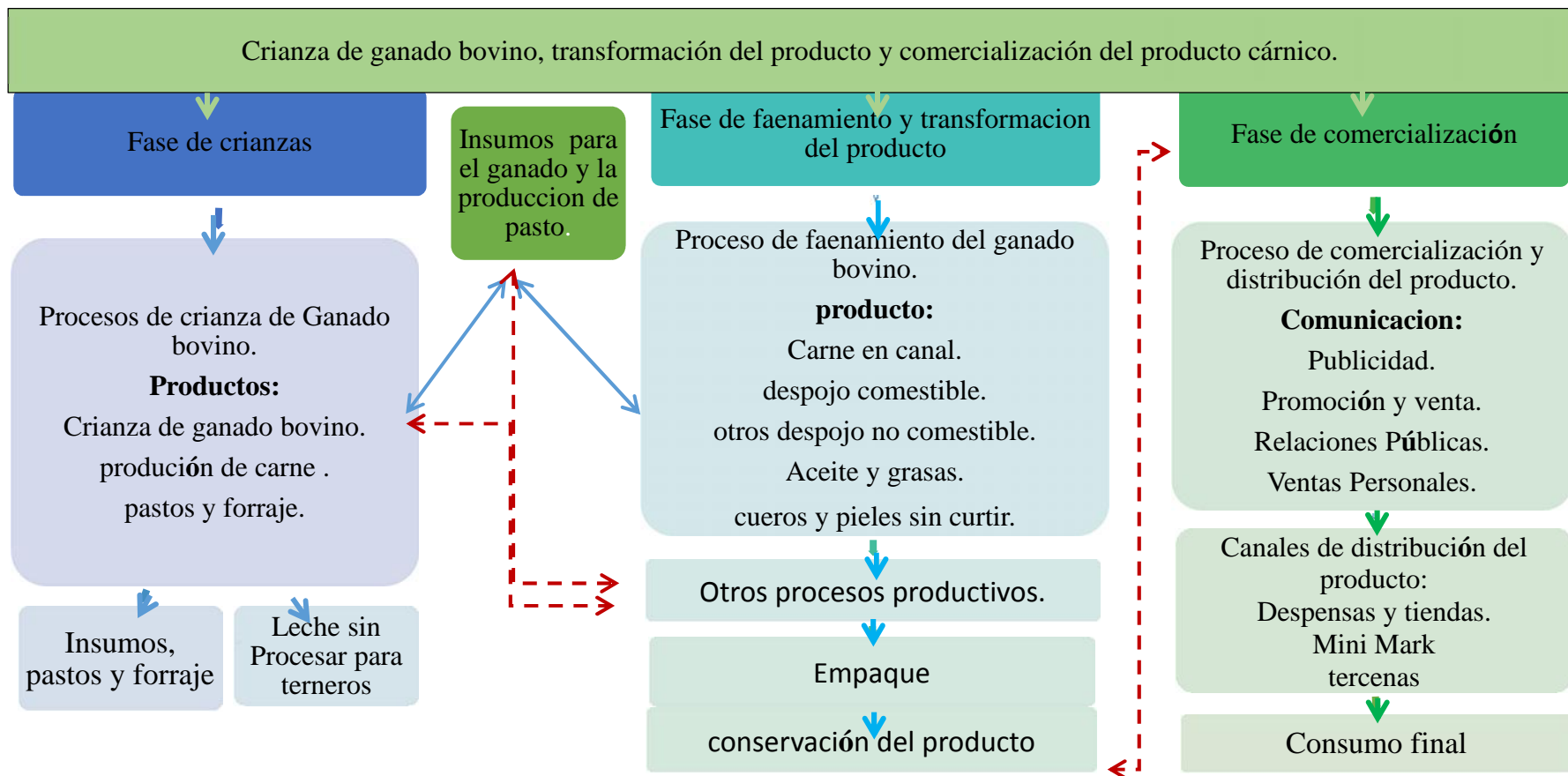
Fase de comercialización y de distribución de leche y productos cárnicos, se inicia desde que el productor tiene los productos disponibles y la necesidad de vender sus productos que lleguen a ser percibido por el consumidor. Para esto se debe realizar publicidad en medios de comunicación, promociones de ventas de los productos cárnicos y leche. Además por medio del área de Relaciones Públicas se hace los contactos con los clientes y así también se realizan las ventas personales con un talento humano calificado y capacitado en ventas del producto.

Por otra parte están los canales de distribución de los productos (cárnicos) se realizarán en mercados internos como: parroquia Colonche, San Marcos y sectores aledaños donde se distribuirá el 28% del total de la producción de Carne.

En tiendas y mercados se han incrementado su participación en comercio minoristas de productos cárnicos, por el cual se distribuirá un 72% de la producción en tiendas, despensas, restaurantes y mercados y mini-mercados de las Colonche y Manglaralto.

De la misma manera los productos leche se distribuirán en un 30% en Colonche, San Marcos y pueblos aledaños del total de la producción; el 70% de restante se distribuirá en tiendas, despensas, restaurantes, cafeterías, abarrotes y Mini-tiendas que existen en las dos parroquia que permitirán obtener mayor ingresos para los ganaderos de “ASOGANVAC”.

DIAGRAMA N° 12 Flujo de las operaciones económicas de “ASOGANVAC” en la cría de ganado bovino para el faenamiento y comercialización.



Fuente: Diagrama de flujo
 Elaborado por: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

CUADRO N° 26 Plan de Acción General

PLAN DE ACCION GENERAL						
Problema principal: falta de estrategias asociativas competitivas en la producción de ganado vacuno de la asociación de ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol.						
Fin de la propuesta: “Diseñar la propuesta del plan de asociatividad para la actividad ganadera de la comuna San Marcos, parroquia Colonche, cantón Santa Elena-provincia de Santa Elena, año 2015”				Indicadores: -Número de personas asociadas -Entrevista a profesionales y encuestas a clientes, ganaderos y directivos.		
Propósito de la propuesta: Evaluar incidencia de las estrategias asociativas competitivas para mejorar la producción de ganados vacunos, mediante, y un estudio de diagnóstico de ganaderos para la implementación de un plan de Asociatividad de ganaderos en la comuna San Marco y Barbascol; parroquia colonche, provincia de Santa Elena. Año 2015.				Indicadores: Números de personas que están dispuesto asociarse.		
PROGRAMA	OBJETIVOS ESTRATEGIAS	ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	TAREAS	INDICADORES DE CONTROL	CONTROL DE ESTRATEGIA
Estrategia Asociativa	Elaborar un plan de ASOCIATIVIDAD, mediante bases concretas, estrategias y un espíritu de cooperación entre los socios que permitan el mejoramiento de las gestiones en las áreas agroproductivas, administrativa y de comercialización, aportando así a la competitividad.	Estrategias de Implementación Asociativa	<ul style="list-style-type: none"> Elaborar un plan de Asociatividad para el sector ganadero. La ejecución las estrategias de producción y comercialización. 	Gestiones para la personería jurídica de la Asociación.	Porcentaje de ejecución del plan	Cumplir con el plan
	Implementar proyectos, mediante el aprovechamiento de programas de capacitaciones y el asesoramiento técnico de parte las Instituciones gubernamentales, que permitan el desarrollo y crecimiento de los ganaderos de la Comuna San Marcos.	Estrategias de personal	<ul style="list-style-type: none"> Gestionar programas de capacitación y asesoramiento técnico, vinculadas al sector ganadero. Capacitación de cómo elaborar proyectos para el sector ganadero de la comuna. Fortalecer alianzas con instituciones que brinden apoyo al sector ganadero de la comuna. 	Ejecutar los programas de capacitación	Números de asistentes a los cursos	Formularios de Evaluación del conocimiento en la aplicación de la estrategia
Estrategias Competitivas	Aprovechar la disponibilidad de tierra y el tipo de ganado rustico adaptables al cambio climático para el mejoramiento de su calidad por medio de la buena alimentación que se obtiene del proyecto de irrigación.	Estrategias de producción	<ul style="list-style-type: none"> Control veterinario del ganado Proyecto de sembrío de pastos y forraje. División del terreno. Corral de manejo Implementar un sitio adecuado de almacenamiento de alimentos para el ganado. Técnicas de reproducción-cruces de nuevas razas 	Aplicar proyecto de irrigación	Nivel de cumplimiento	Fichas de Observación sobre la ocupación de tierra
	Buscar el financiamiento de los recursos económicos por medio de las entidades financieras para implementación de tecnología adecuada en la producción ganadera del sector.	Estrategias Corporativa de crecimiento interno	<ul style="list-style-type: none"> Gestionar el financiamiento de adquisición de tecnología y para la construcción de la infraestructura para de la producción(lugar de matanzas) Gestionar el financiamiento de adquisición de tecnología para de la comercialización. Estudio Financiero económica 	Gestionar los recursos financieros	Nivel de trámite	Lista de requisitos legales
	Implementar los procesos productivos de crianzas, faenamiento, distribución y comercialización, mediante la investigación de fuentes primarias y secundarias, para que sirva como guía del procedimiento en las actividades de la matriz productivas de la Asociación ASOGANVAC.	Estrategias de productos	<ul style="list-style-type: none"> Establecer un flujograma de los procesos productivo de crianzas, faenamiento, distribución y comercialización de la actividad ganadera. Establecimiento de precios 	Ejecutar los procesos productivos	Nivel de cumplimiento de los procesos	Formularios de control de crianza, faenamiento y comercialización.

Fuente: Datos del plan de acción

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

4.12 PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DE LA ASOCIACIÓN.

CUADRO N° 27 Presupuesto de la propuesta

DESCRIPCIÓN	COSTO
ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA	
Suministros y papelería	\$ 250,00
Equipo de computo	125,00
Internet	84,00
Transporte	40,00
Alimentación	20,00
Subtotal Elaboración de Propuesta	\$ 519,00
FORMALIZACIÓN	
Suministros y papelería	\$ 7,00
Transporte	120,00
Alimentación	40,00
Aporte a la SEPS	1.020,00
Subtotal Formalización	\$ 1.187,00
IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA	
Presentación de las Estrategias	
Capacitaciones	\$ 503,70
Estudio de mercado	207,00
Publicidad y propaganda	587,00
Control veterinario del ganado	100,00
Compra de insumos para el ganado	7.089,20
Compra de toretes	7.200,00
Proyecto de sembrío de pastos y forraje.	10.000,00
Implementar un sitio de almacenamiento de alimentos para el ganado.	8.000,00
División del terreno	2.600,00
Corral de manejo	2.000,00
Reestructuración y mantenimiento del área de crianza	310,00
implantación de procesos productivos	150,00
Subtotal de la presentación de las estrategias	\$ 38.746,90
TOTAL	\$ 40.452,90

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

4.13 ESTUDIO ECONÓMICO TÉCNICO.

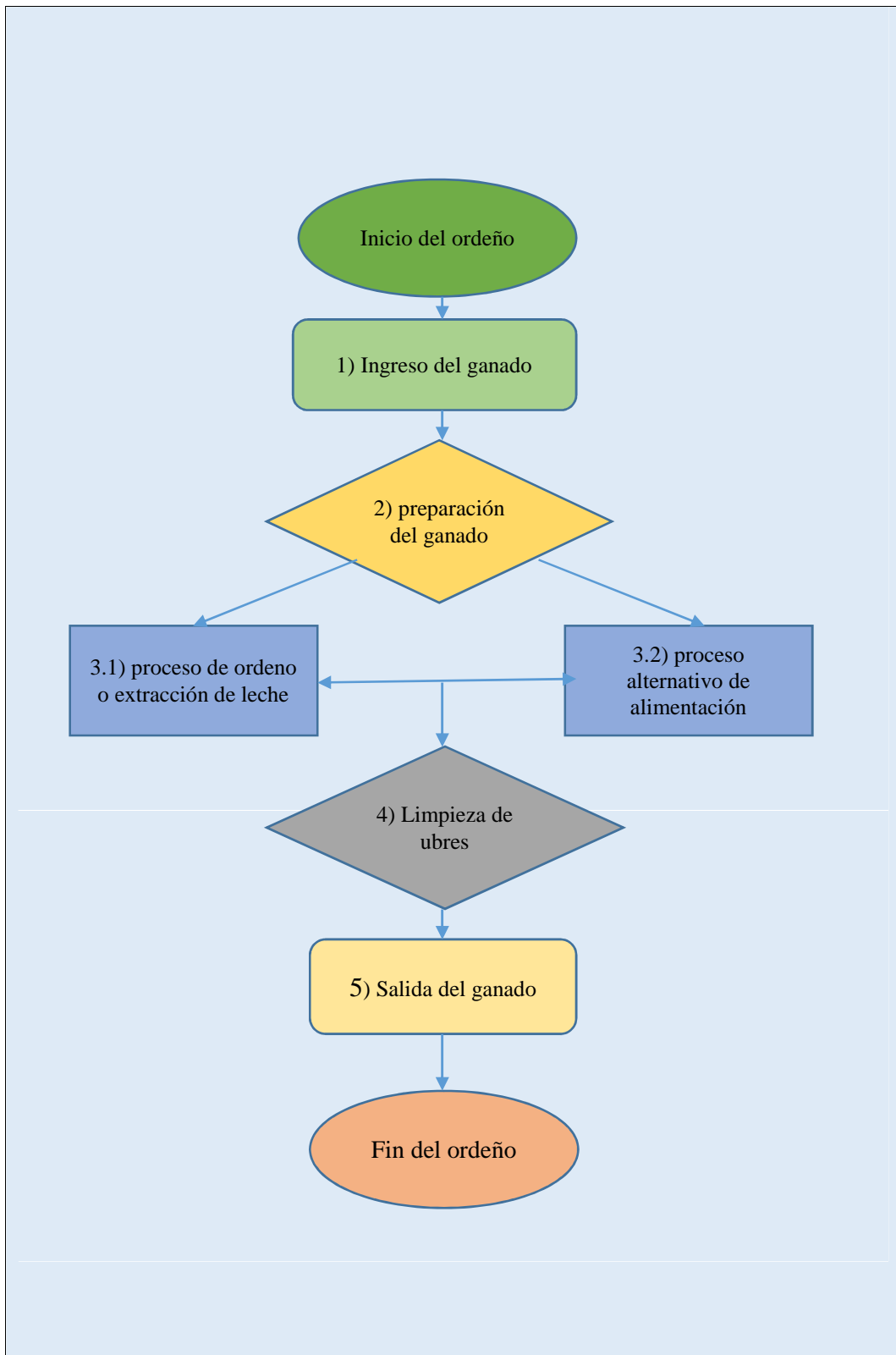
Analizar la viabilidad de realizar la tecnificación ganadera en la Asociación de ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol "ASOGANVAC" provincia de Santa Elena, parroquia Colonche.

Los ganaderos poseen 10 hectáreas disponibles para la crianza del ganado, actualmente el ganado no le manejan de manera tecnificada, por este motivo es necesario incentivar a los ganaderos a la tecnificación del área de crianza en un 50% que las 5 hectáreas serán consideradas para el estudio, tanto para el ganado para la producción de carne y de leche.

Para iniciar el proyecto se cuenta un con hatos de 457 reses distribuido en: 278 hembras adultas, 32 machos, 32 terneros y 115 terneras de 6 meses. De las cuales el 38% hembras son reproductoras y el 90% de los machos son reproductores, y un 29% del total de las del hato adulto es destinado para el destajo. Teniendo una disponibilidad de 50 reses de 350 kilos que proporciona una producción total de 38.581 libras de carne para el primer, que solo alcanza a cubrir su demanda tan solo un 8,80%.

Hay que hacer énfasis que las mismas reproductoras servirán para la producción de leche; en el primer año 96 son destinadas a la producción de leche con una producción anual de 193.536 litros, se incrementa 10 vacas cada año teniendo un incremento en la producción 26.880 litros de leche. Se cubre una demanda en un 10,34% en el primer año. A partir del segundo año hay un incremento de producción de 16%.

DIAGRAMA N° 13 flujo de ordeño



Fuente: Datos del flujo de ordeño

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

A partir del segundo año se tiene un incremento de 10 reses por año, teniendo así 58 unidades de 500 kilos disponibles para carne con una producción de 63.934 libras anual, el incremento se debe al peso de la especie se da por el incremento de las estrategias de alimentación, dosificación de suplemento y de cuidado. Pero desde el tercer año hay un incremento de producción de 650 kilos debido al mejoramiento del ganado gracias a los cruces de mejores razas.

La reposición del ganado se realizará a partir del segundo año comenzando por el inventario de disponibilidad de terneros y terneras que se poseen actualmente los ganaderos que cubre hasta el segundo año ya que las especies a los dos años tendrían los aproximadamente 500 kilos. Y para la reposición del tercer, cuarto y quinto año se destinarán las crías del primero, segundo y tercer año.

En el cuadro siguiente se detalla el número de ganado disponible actualmente:

CUADRO N° 28 Disponibilidad de ganado

	HEMBRAS	MACHOS	TERNEROS	TERNERAS
SUBTOTAL GANADO	278	32	32	115
TOTAL HATO	310		147	
PORCENTAJE	90%	10%	22%	78%

Fuente: Datos disponibilidad de ganado

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

CUADRO N° 29 proyección de la disponibilidad de ganado anual

Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Total hato	310	361	420	489	483
90% HEMBRAS	278	324	377	439	433
10% MACHOSO	32	37	43	50	50
KILOS POR VACAS	350	500	500	500	500
LIBRAS POR VACA	772	1102	1102	1102	1102
38% DE REPRODUCTORAS	106	123	143	167	195
90% DE REPRODUCTORES	29	34	39	45	47
29% DESTINADO PARA EL DESTAJO	51	59	69	80	55

Fuente: Datos disponible de ganado anual

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

CUADRO N° 30 proyección de la disponibilidad de ganado anual

Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
REPRODUCCION ANUAL	63	74	86	100	116
HEMBRAS	50	58	67	78	91
MACHOS	14	16	19	22	25

Fuente: Datos de la disponibilidad de reproductoras anual
Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

CUADRO N° 31 proyección de la reposición del ganado anual

Descripción	TERNERS (AS) DISPONIBLES	AÑO 1	AÑO 2	AUMENTO DE LA REPRODUCCION DEL AÑO 1	AÑO 3	AUMENTO DE LA REPRODUCCION DEL AÑO 2	AÑO 4
REPOSICION HEMBRAS		46	53		62		72
REPOSICION MACHOS		5	6		7		8
HATOS PARA REPOSICION (HEMBRAS)	115	69	33	83	21	79	7
HATOS PARA REPOSICION (MACHOS)	32	27	23	37	29	45	37

Fuente: Datos de la reposición del ganado anual
Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

Localización del proyecto.

El proyecto estará localizado en la finca del sr Santiago Méndez ubicada en la comuna San Marcos, provincia de Santa Elena, parroquia Colonche.

4.14 ESTUDIO DE MERCADO

4.14.1 Definición de mercado meta en números de hogares.

CUADRO N° 32 Determinación del número de hogares consumidores (carne)

MERCADO DE CARNE DE POR FAMILIA	
POBLACION TOTAL	57.922
PROMEDIO DE INTEGRANTES POR FAMILIA	4,4
MERCADO TEORICO: FAMILIA TOTAL	13164
SI COMPRAN CERNE	97,87%
MERCADO POTENCIAL	12.885
DISPUESTO A COMPRAR CARNE	38%
MERCADO OBJETIVO	4896
MERCADO META	348.343

Fuente: Datos del número de hogares consumidores (carne)
Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

Mercado meta por semana por cantidades consumidas de carne.

Consumidores de carne para la asociación de ganaderos “ASOGANVAC” es aquella familia que realiza una compra de carne por semana.

CUADRO N° 33 Mercado meta por frecuencia de compra (Carne).

Consumo de carne	Porcentaje (%)
1 libra semanal	36%
2 Libras semanalmente	25%
3 Libras semanalmente	20%
4 Libras semanalmente	9%
menos de una libra semanal	8,49%
Consumo esporádico	1,592%
TOTAL	100%

Fuente: Datos de mercado meta por frecuencia de compra (carne)

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

CUADRO N° 34 Determinación del número de hogares consumidores (leche)

MERCADO DE LECHE POR FAMILIA	
POBLACION TOTAL	57.922
PROMEDIO DE INTEGRANTES POR FAMILIA	4,4
MERCADO TEORICO: FAMILIA TOTAL	13.164
SI COMPRAN LECHE	98,40%
MERCADO POTENCIAL	12.955
DISPUESTO A COMPRAR LECHE	26%
MERCADO OBJETIVO	3.368
MERCADO META	1'267.655

Fuente: Datos del número de hogares consumidores (leche)

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

Mercado meta por cantidades consumidas de leche.

Consumidores de leche para la asociación de ganaderos de la comuna San Marcos Es aquella familia que realiza una compra de leche por semana.

CUADRO N° 35 Mercado meta por frecuencia de compra (leche).

Consumo de leche	Porcentaje (%)
7 litros semanal	57%
14 litros semanal	22%
6 litros semanal	8%
4 litros semanal	3%
2 litros semanal	7%
Consumo esporádico	2,12%
Total	100%

Fuente: Datos de mercado meta por frecuencia de compra (leche)

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

Para poder establecer el mercado meta se partió del total de la población de Colonche y Manglaralto que es de 57.922 habitantes los datos fueron obtenidos del Instituto Nacional de Estadística y Censo 2010, por sus siglas INEC, se dividió para el 4,4 promedio de integrantes que conforma una familia, se pudo definir el número de hogares, dichos datos sirvió para lograr determinar el mercado potencial de 12.885 hogares que consumen carne y 12.955 leche, posteriormente se estableció el mercado objetivo de: 4896 para carne; 3368 hogares para leche y finalmente fijando el mercado meta de 438.243 libras de carne para y 1'267.655 litros leche anual.

4.14.2 Determinación de la demanda.

La asociatividad estará reconocida en el medio por brindar productos de carnes provenientes de la actividad ganadera, la misma que realizará los procesos productivos para la obtención de la misma, además existe un porcentaje de compra y que adquieren carnes y leche para su consumo diario como lo demuestra el siguiente cuadro:

CUADRO N° 36 Segmentación del mercado Colonche, Manglaralto por números de hogares.

Producto	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	HOGARES	% PORCENTUA L MERCADO META	HOGARES	% PORCENTUA L MERCADO META	HOGARES	% PORCENTUA L MERCADO META	HOGARES	% PORCENTUA L MERCADO META	HOGARES	% PORCENTUA L MERCADO META
Carne	1.861	38%	2.301	47%	2.742	56%	3.231	66%	3.721	76%
Leche	876	26%	1.179	35%	1.482	44%	1.819	54%	2.156	64%

Producto	Proyección de la oferta de producción con asociatividad Colonche, Manglaralto por productos.				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Carne anual (En libras)	38.581	63.934	72.752	81.571	90.389
Leche anual (En litros)	193.536	284.928	311.808	338.688	365.568
TOTAL DEMANDA	232.117	348.862	384.560	420.259	455.957

Fuente: Datos de proyección de la demanda anual

Elaborado por el autor: Milton Sebastián Tomalá Méndez

El cuadro presenta la proyección de la demanda de carne que para el primer año se tiene una oferta de 38.581 libras de carne y un incremento para el segundo, tercero, cuarto y quinto año del 18%; 21%; 23% Y 26% de manera secuencial y de leche 193.536 litros para el primer año, en el año hay una producción de 284.928 litros, un 25% más de la producción anterior y para los años restantes se tiene el segundo incremento de 26.880 litros que equivale a un 7% anual del total de la producción. Se tiene una participación en el mercado de carne del 38% y 28% de leche en el primer año y la participación del mercado se dará dependiendo de cómo se aplique las estrategias de comercialización de “ASOGANVAC”.

Definición de la demanda

CUADRO N° 37 Definición de la demanda de carne.

(CARNE EN LIBRAS)		
# HOGARES CONSUMIDORES	CONSUMO DE CARNE/ SEMANAL	TOTAL DE LIBRAS SEMANAL
1753	1	1753
1234	2	2468
961	3	2883
455	4	1818
416	0,5	208
78	0	0
DEMANDA SEMANAL		9130
DEMANDA MENSUAL		36520
DEMANDA ANUAL		438.243

Fuente: Datos de la definición de demanda (carne)

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

Para determinar la demanda de la asociación se hizo énfasis en el estudio de mercado donde se definió el consumo semanal de libras de carne por hogar lo mismos que permitió para determinar el total de la demanda anual de 438.243 libras de carne, que cubre con un 38% el mercado con la capacidad productiva “ASOGANVAC” se queda 72% de mercado insatisfecho, el mismo que es cubierto por la competencia como camales, comercial piedra y mega piedra en un 50%, se tiene un 22% para que la organización crezca.

CUADRO N° 38 Definición de la demanda de leche.

(LECHE EN LITROS)		
# HOGARES CONSUMIDORES	CONSUMO DE LECHE/ SEMANAL	TOTAL DE LITROS SEMANAL
1930	7	13509
742	14	10382
259	6	1555
116	4	465
250	2	500
71	0	0
DEMANDA SEMANAL		26.409
DEMANDA MENSUAL		105.638
DEMANDA ANUAL		1.267.655

Fuente: Datos de la definición de demanda (leche)

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

De la misma manera para determinar la demanda de leche se consideró el estudio del mercado, donde se obtuvo el porcentaje de hogares que consumen leche diariamente, que se permite establecer la demanda total anual que es 1'267.655 litros, el mismo que está cubierto en un 26% por la organización, se tiene así un 74% de mercado insatisfecho, el mismo que es cubierto por las competencia como es la lechera, nutri leche, indulac y parmalac en un 60%, quedando un 14% para que "ASOGANVAC" pueda desarrollarse.

4.14.3 Determinación del precio.

CUADRO N° 39 Precio de "ASOGANVAC".

Descripción del producto	Incremento de precio de la carne anual				
	3,41%	3,41%	3,41%	3,41%	3,41%
	Precio por libra Año 1	Precio por libra Año 2	Precio por libra Año 3	Precio por libra Año 4	Precio por libra Año 5
suave o pulpa	2	2,1	2,1	2,2	2,3
lomo	1,9	2,0	2,0	2,1	2,2
filete	1,8	1,9	1,9	2,0	2,1
costilla	1,25	1,3	1,3	1,4	1,4
hueso	1	1,0	1,1	1,1	1,1
Víceras	1,6	1,7	1,7	1,8	1,8

Descripción del producto	Incremento de precio de la carne anual				
	3,41%	3,41%	3,41%	3,41%	3,41%
	Precio por litro Año 1	Precio por litro Año 2	Precio por litro Año 3	Precio por litro Año 4	Precio por litro Año 5
leche	0,75	0,8	0,8	0,8	0,9

Fuente: Datos de la determinación del precios de "ASOGANVAC"

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

De acuerdo a precios referenciales del mercado la asociación de ganaderos “ASOGANVAC” establecen su estrategia de precios, con alto valor a bajo precio el mismo que ha permitido proyectar la demanda, hay que hacer énfasis que no se establecen los precios por los costos de producción por ser un productos que recientemente se van a introducirse al mercado competitivo.

4.14.4 Distribución.

ASOGANVAC utilizará diferentes puntos de distribución a nivel provincial el mismo que establece un valor porcentual dependiendo de los mercados, además de clientes dedicados a abastecerse y que no son abarcados por la competencia, tal es el caso de la población de San Marcos los restaurantes, cafeterías, abarrotes y despensas puntos donde se distribuirá la carne y la leche en un 100% del comercio de la población anual.

CUADRO N° 40 Distribución de los productos.

Puntos de Distribución de carne		VALOR PORCENTUAL	CLIENTES				
			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Colonche y Manglaralto	Población Colonche; San Marcos y pueblos aledaños	37%	688	851	1.014	1.196	1.377
	Tiendas, Mini-tiendas y despensas	38%	707	874	1.042	1.228	1.414
	Restaurantes	20%	372	460	548	646	744
	Mercados y Mini-mercados	5%	93	115	137	162	186
	TOTAL	100%	1.861	2.301	2.742	3.231	3.721

Puntos de Distribución de leche		VALOR PORCENTUAL	CLIENTES				
			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Colonche y Manglaralto	Población Colonche; San Marcos y pueblos aledaños	30%	263	354	445	546	647
	Tiendas, Mini-tiendas y despensas	40%	350	472	593	728	862
	Restaurantes y cafeterías	22%	193	259	326	400	474
	Abarrotes	8%	70	94	119	146	172
	TOTAL	100%	876	1.179	1.482	1.819	2.156

Fuente: Datos de distribución del producto

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

4.15 ESTUDIO ECONÓMICO.

Es importante cumplir las estrategias en esta etapa del proyecto, por tal motivo la apertura, concordancia, y formalización de la asociatividad se debe cumplir el proceso de cooperación y reducir los costos de producción con una demanda mejor y que se dediquen a la comercialización de las carnes y a la actividad ganadera, incrementando el capital de trabajo.

4.15.1 Integración de los asociados.

CUADRO N° 41 Aportes del socio por cuota

N° De Integrantes	Nombre y Apellidos	Aporte Inicial	Aporte anual por cuota.	Aporte anual por libras de carne.	Aporte anual por litro de leche.
1	VICTOR FLORENCIO JOSE MALAVE	\$ 57	\$ 720	\$ 643	\$ 2.028
2	GREGORIO JOSE MALAVE	57	720	643	2.028
3	FAUSTO EDUARDO MAGALLANES GUALE	57	720	643	2.028
4	JUVENAL JOSE DE LA O	57	720	643	2.028
5	ESTEBAN POZO POZO	57	720	643	2.028
6	MATEO JOSE LIMA JOSE	57	720	643	2.028
7	JACINTO MENDEZ GAVINO	57	720	643	2.028
8	JOSE MIGUEL POZO JOSE	57	720	643	2.028
9	ROSENDO GUALE TOMALA	57	720	643	2.028
10	MARCOS SERGIO POZO GUALE	57	720	643	2.028
11	SANTIAGO MENDEZ SANTISTEVAN	57	720	643	2.028
12	WILSON DE JESUS TOMALA MEDINA	57	720	643	2.028
13	JOHNNY PARTIERSON ALFONSO PIN	57	720	643	2.028
14	CARLOS CESAR MIRABA ROSALES	57	720	643	2.028
15	MANUEL AUGUSTO COCHEA LINO	57	720	643	2.028
16	JORGE ANGEL MIRABA REYES	57	720	643	2.028
17	EDUARDO ROMERO POZO	57	720	643	2.028
18	FILOMENO TOMALA POZO	57	720	643	2.028
19	WALTER MENDEZ MIRABA	57	720	643	2.028
20	MAXIMO ORRALA TOMALA	57	720	643	2.028
21	CRISTOBAL QUINDE MALAVE	\$ 57	\$ 720	\$ 643	\$ 2.028
TOTAL		\$ 1.187	\$ 15.120	\$ 13.503	\$ 42.578

Total de Bienes y Economicamente	\$ 72.388
---	------------------

Fuente: Datos de aportes del socio por cuota

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

Se determina que los recursos económicos propios de los socios están dados de la siguiente manera: aporte inicial para el gasto de constitución aportado por socio el valor de 57 que multiplicado por 21 socio da un valor de \$1.187; así mismo una cuota de \$ 60 mensualmente definida por cada uno de los socios que multiplicado

por 12 meses se tiene un valor de \$720 anual que esta multiplicada por 21 socios se tiene un total de \$ 15.120.

También se definió que aportará \$ 0,35 ctvs. por cada libra de carne vendida la misma que se multiplica por 38.581 libras de carne vendidas al año da un valor de \$ 13.503 y para la leche se definió que se aportará \$ 0,22 ctvs. por cada litro vendido la que multiplicada por 193.536 litros anuales dando un valor de \$ 42.578 Obteniendo un aporte de \$ 72.388 valor que servirá para el proyecto de asociatividad.

4.15.2 Determinación de los Activos Fijos Requeridos.

Los muebles y enseres, maquinarias, equipos a utilizar son parte de la inversión requerida por lo que se debe establecerla para el buen funcionamiento del proyecto, en el presente cuadro se detalla cada uno de los activos fijos necesarios con la respectiva depreciación según su año de vida útil, que se requieren para iniciar la asociatividad:

CUADRO N° 42 Presupuesto de Inversión

ASOCIACION DE GANADEROS "ASOGANYAC"									
PRESUPUESTO DE INVERSION DE ACTIVOS FIJOS									
DEPRECIACIÓN									
<i>EXPRESADO EN DOLARES</i>									
CANT	ACTIV FIJOS	VALOR UNIT	TOTAL	CICLO VIDA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	terreno (5 hectario)	27.500	27500	-	-	-	-	-	-
	Total terreno	27.500	27.500						
1	Edificio	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	20	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
	TOTAL EDIFICIO	\$ 10.000,00	10.000,00		500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
	VEHICULO								
2	Camión Hino GD 2011 con furgón y motor de enfriamiento	\$ 70.000,00	140.000,00	10	14.000,00	14.000,00	14.000,00	14.000,00	14.000,00
	TOTAL VEHICULO	\$ 70.000,00	\$ 140.000,00		\$ 14.000,00	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00
	MAQUINARIA								
1	Equipos para el faenamiento	12.210,00	12.210,00	5	2.442,00	2.442,00	2.442,00	2.442,00	2.442,00
2	Cortadora Y Picadora De Carne	1.800,00	3.600,00	5	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
2	Empacadora De Alimentos (Rodillo Plásti	170,00	340,00	5	68,00	68,00	68,00	68,00	68,00
2	Balanza Electrónica 100 Kg.	170,00	340,00	5	68,00	68,00	68,00	68,00	68,00
3	Congelador de Acero Inoxidable	2.460,00	7.380,00	5	1.476,00	1.476,00	1.476,00	1.476,00	1.476,00
3	Contenedores refrigerrados	6.500,00	19.500,00	5	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00	3.900,00
1	Maquina paustrizadora pequena	6.900,00	6.900,00	5	1.380,00	1.380,00	1.380,00	1.380,00	1.380,00
1	Bascula para pesar el qanado	1.500,00	1.500,00	5	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
	TOTAL MAQUINARIA	31.710,00	51.770,00		10.354,00	10.354,00	10.354,00	10.354,00	10.354,00
	EQUIPO DE COMPUTACION								
2	Computadora	720,00	1.440,00	3	480,00	480,00	480,00	-	-
2	Impresora	150,00	300,00	3	100,00	100,00	100,00	-	-
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACION	870,00	1.740,00		580,00	580,00	580,00	-	-
	MUEBLES Y ENSERES								
1	Dispensador de agua	196,00	196,00	1	196,00	-	-	-	-
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES	196,00	196,00		196,00	-	-	-	-
	EQUIPO DE OFICINA								
2	Escritorios	368,00	736,00	3	245,33	245,33	245,33	-	-
2	Archivadores	126,00	252,00	3	84,00	84,00	84,00	-	-
2	Sillas de escritorios	46,00	92,00	3	30,67	30,67	30,67	-	-
8	Sillas plasticas	8,00	64,00	3	21,33	30,67	30,67	-	-
	TOTAL DE EQUIPO DE OFICINA	548,00	1.144,00		381,33	390,67	390,67	-	-
	TOTAL ACTIVO FIJO	140.824,00	232.350,00	-	26.011,33	25.824,67	25.824,67	24.854,00	24.854,00
	DEPRECIACION ACUMULADA				\$ 26.011,33	\$ 51.836,00	\$ 77.660,67	\$ 102.514,67	\$ 127.368,67

Fuente: Datos determinacion de los Activos Fijos.

Elaborado por el autor: Miltón Sebastian tomala Mendez.

4.15.3 Determinación del capital de trabajo para la Asociatividad.

En la apertura de un nuevo punto de distribución de los productos a nivel local y de la provincia, los segmentos de mercado deben ser atendidos con productos de calidad y precios competitivos, se desarrolla además nuevas líneas para satisfacer las necesidades de consumo de los clientes, que define estrategias de marketing, y mejor la rentabilidad en el negocio.

Se determinan los costos y gastos que se incurren en este proceso financiero:

CUADRO N° 43 Costos de Servicios Básicos
ASOCIACION DE GANADEROS "ASOGANVAC"
SERVICIOS BÁSICOS
EXPRESADO EN DOLARES

CONSUMO TOTAL						
PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Energia Electrica	680,00	714,00	749,70	787,19	826,54	3.757,43
Agua Potable	560,00	588,00	617,40	648,27	680,68	3.094,35
Telefono	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72	1.326,15
TOTAL	1.480,00	1.554,00	1.631,70	1.713,29	1.798,95	8.177,93

CONSUMO AREA ADMINISTRATIVA							
PRODUCTO	%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Energia Electrica	35%	238,00	249,90	262,40	275,51	289,29	1.315,10
Agua Potable	35%	196,00	205,80	216,09	226,89	238,24	1.083,02
Telefono	70%	168,00	176,40	185,22	194,48	204,21	928,31
TOTAL		602,00	632,10	663,71	696,89	731,73	3.326,43

Fuente: Datos de los Costos de Servicios Básicos

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

Los servicios básicos son fuentes necesarias para el desarrollo de las actividades tanto en la parte operativa como administrativa por lo tanto del consumo total anual se ha desglosado un porcentaje considerable para el consumo administrativo lo cual se requiere para realizar las acciones y trámites necesarios para su funcionamiento.

CUADRO N° 44 Gastos por suministros de oficina
ASOCIACION DE GANADEROS"ASOGANVAC"
SUMINISTROS DE OFICINA

DETALLE	CANTIDAD	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS DE SUMINISTROS PARA IMPLEMENTACION DE LA ASOCIATIVIDAD							
Resmas de papel A-4	100	\$ 3,60	\$ 360,00	\$ 367,20	\$ 374,54	\$ 382,03	\$ 389,68
Esferos	35	0,25	8,75	8,93	9,10	9,29	9,47
Lápices	30	0,25	7,50	7,65	7,80	7,96	8,12
Cintas lexmar impresora	4	2,70	10,81	11,03	11,25	11,47	11,70
Porta clip	4	2,50	10,00	10,20	10,40	10,61	10,82
Clips	10	0,40	4,00	4,08	4,16	4,24	4,33
Cartuchos de impresora	4	27,00	108,00	110,16	112,36	114,61	116,90
Tinta para impresora	20	4,46	89,20	90,98	92,80	94,66	96,55
Grapadora	2	1,80	3,60	3,67	3,75	3,82	3,90
Grapas	10	0,30	3,00	3,06	3,12	3,18	3,25
Perforadoras	2	3,50	7,00	7,14	7,28	7,43	7,58
Saca grapas	4	1,20	4,80	4,90	4,99	5,09	5,20
TOTAL			\$ 616,66	\$ 628,99	\$ 616,66	\$ 628,99	\$ 641,57

Fuente: Datos de los Gastos por suministro de oficina
Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

Se considera los materiales directos e indirectos que serán utilizados en el área administrativa para llevar a cabo las actividades indispensables que ayuden al funcionamiento de la asociación.

CUADRO N° 45 Costo de producción

ASOCIACION DE GANADEROS"ASOGANVAC"											
COSTO DE PRODUCCION											
INCREMENTO ANUAL						3,41%					
MOD											
CARGO	SUELDO MENSUAL	No. EMPLEADOS POR AÑO					SUELDO ANUAL				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Operarios	318,00	3	3	4	4	4	\$ 16.089,97	\$ 16.638,64	\$ 22.574,66	\$ 23.344,46	\$ 24.140,51
TOTAL	318,00	3	3	4	4	4	\$ 16.089,97	\$ 16.638,64	\$ 22.574,66	\$ 23.344,46	\$ 24.140,51

COSTO AL POR MAYOR DE LAS MATERIAS PRIMAS

COSTO DE INSUMOS POR DEMANDA											
INCREMENTO ANUAL		18%	19%	19%	20%	20%	INCREMENTO DE COSTOS ANUAL				1,05
CONCEPTO	COSTO	N° DE PORCIONES DE CRIAS MENSUAL					COSTOS ANUALES				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Pie de Cria	0,96	156	186	221	264	316	\$ 1.797,12	\$ 2.245,50	\$ 2.667,66	\$ 3.187,85	\$ 3.825,42
Alimentación ganadera	7,65	156	186	221	264	316	15036,84	17893,84	21257,88	25403,17	30483,80
Medicinas	9,25	156	186	221	264	316	18181,8	21636,34	25703,97	30716,25	36859,50
Materiales de produc.							53.393,19	82.615,11	90.927,75	99.240,39	107.553,03
TOTAL							\$ 88.408,95	\$ 124.390,80	\$ 140.557,27	\$ 158.547,66	\$ 178.721,75
Costo de Producción							\$ 88.408,95	\$ 124.390,80	\$ 140.557,27	\$ 158.547,66	\$ 178.721,75
Costo total Total							\$ 104.498,93	\$ 141.029,44	\$ 163.131,93	\$ 181.892,12	\$ 202.862,26
Costo total unitario							\$ 669,86	\$ 759,69	\$ 739,69	\$ 690,17	\$ 641,45

Fuente: Datos de los Costos de producción

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

Mano de obra directa.- Es el personal a tiempo completo está en el área de producción que están vinculada en el proceso productivo, y estará formado por tres operario inicialmente debido a que es una asociación este tendrá un sueldo de \$5.368,64, cada uno respectivamente con los beneficios según lo estipula la ley, pero en el tercer año hay un incremento salarial ya que se contrata un nuevo operario y proyectado a los 5 años se establece una crecimiento salarial de un 3,41% según la tasa de inflación.

Materia prima directa.- La materia prima que será utilizada en el proceso de crianza de los ganados dependiendo de la porción de crías mensuales se establece que para el primer año serán 156 ganados y para los siguientes 2 años se incrementara un 19%, teniendo así 186 ganados en el segundo año; 221 en el tercer año; pero en el cuarto año 264 y finalmente en el quinto año 316 ganados. Es decir el total de estos dos costos da un valor total de \$ 104.498.93 como costo de producción anual por los 156 ganados, por lo tanto para producir una vaca cuesta \$ 669.86.

CUADRO N° 46 Presupuesto de Gastos Administrativos

ASOCIACIÓN DE GANADEROS "ASOGANVAC"
PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN
EXPRESADO EN DÓLARES

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Gastos de Sueldos y Salarios	24.394,89	25.226,76	31.455,63	32.528,27	33.637,48	34.784,52
Servicios Básicos	602,00	632,10	663,71	696,89	731,73	3.326,43
Suministros y Materiales	616,66	628,99	641,57	654,40	667,49	3.209,12
TOTAL	\$ 25.613,55	\$ 26.487,85	\$ 32.760,91	\$ 33.879,56	\$ 35.036,71	\$ 41.320,07

Fuente: Datos de los Gastos Administrativos

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

En los gastos administrativos se considera el sueldo de todo el personal que no interviene en el proceso productivo, el mismo que asciende a \$ 24.394, 89 anual además en el tercer año hay incremento salarial por se contrata a un nuevo vendedor, los servicios básicos que es de \$ 602 y los suministros y materiales de

oficina con un valor de \$ 616,66. Donde los gastos administrativos del primer año ascienden a \$ 25.613,55. Y así se proyecta los 4 años restantes habiendo un incremento del 3,41% según la inflación.

CUADRO N° 47 Gastos Operacionales

ASOCIACION DE GANADEROS" ASOGANVAC'						
GASTOS OPERACIONALES						
EXPRESADO EN DOLARES						
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
GASTOS OPERACIONALES						
Capacitaciones	\$ 503,70	\$ 638,25	\$ 638,25	-	\$ -	\$ 1.780,20
Estudio de mercado	207,00	217,35	228,22	239,63	251,61	1.143,81
Sueldo y Salarios	16.089,97	16.638,64	22.574,66	23.344,46	24.140,51	102.788,25
Publicidad y Propaganda	587,00	616,35	647,17	679,53	713,50	3.243,55
Servicios basicos	878,00	921,90	968,00	1.016,39	1.067,21	4.851,50
Control veterinario del ganado	100,00	103,41	106,94	110,58	114,35	535,28
Compra de insumos para el ganado	7.089,20					7.089,20
Compra de toros(mejora produccion)	7.200,00					7.200,00
Proyecto de sembrío de pastos y forraje.	10.000,00					10.000,00
Implementar un sitio adecuado de almacenamiento de alimentos para el	8.000,00					8.000,00
Division del terreno	2.600,00					2.600,00
Corral de manejo	2.000,00					2.000,00
Reestructuracion y mantenimiento del area de crianza	310,00	50,00	250,00	115,50	250,00	975,50
Implentacion de procesos productivos	150,00					150,00
TOTAL	\$ 55.714,87	\$ 19.185,90	\$ 25.413,23	\$ 25.506,09	\$ 26.537,19	\$ 152.357,28

Fuente: Datos de los Gastos Operacionales

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

Dentro de este rubros se considera los diversos gastos operacionales debido al establecimiento de las estrategias que se desarrollaran en el proyecto para mejorar la actividad ganadera obteniendo este un valor anual de \$ 55.714,87 para el primer año y se establece un incremento del 1,05% para las proyecciones de los siguientes años.

CUADRO N° 48 Capital de trabajo

ACTIVO FIJO	\$ 232.350
CAPITAL DE TRABAJO	70.724
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1.187
TOTAL	\$ 304.260

Fuente: Datos del Capital de trabajo

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

El capital de trabajo de ASOGANVAC se establece por capital propio que concierne a la inversión de activos fijos, el capital de trabajo que se compone de gastos administrativos, operacionales y de producción, y los gastos de constitución que son las aportaciones monetarias de los socios, obteniendo un total de \$ 304.260.

4.15.4 Determinación de la inversión para implementar la Asociatividad.

CUADRO N° 49 Financiamiento

FINANCIAMIENTO	%S	INVERSION	COST K	COST K PROM POND
CAPITAL PROPIO	24%	\$ 72.388	0,15	0,30
DEUDA	76%	\$ 231.873	0,11	0,70
TOTAL	100%	\$ 304.260		100%

Fuente: Datos de la determinación de la inversión

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

Para formar la asociatividad se requiere de \$304.260; por lo que se necesita un préstamo por la cantidad \$231.973 que corresponde al 76 % del total de la inversión, por lo tanto se debe buscar financiamiento colectivo para el inicio de actividades, solo se cuenta con \$ 72.388 que corresponde al 22% como aporte de los comuneros de su capital en bienes y económicamente.

Actualmente la tasa activa fija por el Banco Central del Ecuador es de 11%, siendo este porcentaje que maneja el Banco Nacional de fomento para elaborar el siguiente cuadro de amortización a 5 años el valor del préstamo.

CUADRO N° 50 Amortización

PRÉSTAMO 231.873
 AÑOS 5
 INTERES 11,00% tasa activa

CUOTA	DIVIDENDO	INTERES	CAPITAL	SALDO
0				\$ 231.872,69
1	\$ 62.737,87	\$ 25.506,00	\$ 37.231,87	\$ 194.640,82
2	\$ 62.737,87	\$ 21.410,49	\$ 41.327,38	\$ 153.313,44
3	\$ 62.737,87	\$ 16.864,48	\$ 45.873,39	\$ 107.440,06
4	\$ 62.737,87	\$ 11.818,41	\$ 50.919,46	\$ 56.520,60
5	\$ 62.737,87	\$ 6.217,27	\$ 56.520,60	\$ -
TOTAL	\$ 313.689,33	\$ 81.816,64	\$ 231.872,69	

Fuente: Datos de la amortización

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

4.15.5 Determinación de los ingresos aplicando la asociatividad.

CUADRO N° 51 Presupuesto de ingresos por Ventas

ASOCIACIÓN DE GANADEROS "ASOGANVAC"
PRESUPUESTO DE VENTAS
EXPRESADO EN CANTIDAD / DÓLARES

INGRESOS POR VENTAS					
INGRESOS POR VEN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CARNE DE RES	\$ 66.822	\$ 114.510	\$ 134.747	\$ 156.232	\$ 186.715
LECHE	135.476	199.450	250.077	280.898	313.530
TOTAL EN DOLAR	\$ 202.298	\$ 313.960	\$ 384.824	\$ 437.130	\$ 500.245

Descripción del producto	Incremento de precio de la carne anual				
	3,41%	3,41%	3,41%	3,41%	3,41%
	Precio por libra Año 1	Precio por libra Año 2	Precio por libra Año 3	Precio por libra Año 4	Precio por libra Año 5
suave o pulpa	2	2,1	2,1	2,2	2,3
lomo	1,9	2,0	2,0	2,1	2,2
filete	1,8	1,9	1,9	2,0	2,1
costilla	1,25	1,3	1,3	1,4	1,4
hueso	1	1,0	1,1	1,1	1,1
Vicerias	1,6	1,7	1,7	1,8	1,8

Descripción del producto	Incremento de precio de la carne anual				
	3,41%	3,41%	3,41%	3,41%	3,41%
	Precio por litro Año 1	Precio por litro Año 2	Precio por litro Año 3	Precio por litro Año 4	Precio por litro Año 5
leche	0,75	0,8	0,8	0,8	0,9

Fuente: Datos de ingresos por ventas

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

Según la participación de mercado que se tomara de la población total ya antes mencionada se tendrá un ingreso por las ventas de \$ 202.298 entre la comercialización de carne y leche para el primer año a un precio sumamente económico a diferencia del precio de la competencia, y según la tasa de inflación habrá un incremento en el precio de 3,41% para cada año, siendo así el quinto año se obtendrá un ingreso de \$ 500.245.

CUADRO N° 52 Valor porcentual destinado para el pago de la Deuda

VENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		202298	313960	384824	437130
PAGOS(-)	37.232	41.327	45.873	50.919	56.521
TOTAL	165.066	272.633	338.951	386.211	443.725
	82%	87%	88%	88%	89%
% DESTINADO PARA LA DEUDA	18%	13%	12%	12%	11%
	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Datos del valor porcentual pago de la deuda

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

Según las ventas de cada año y los pagos de las deudas según la tabla de amortización se estipula un valor porcentual para el pago de esa deuda, es decir que para el primer año 18%, para el segundo año se designó un 13% del total de las ventas anual, para el tercer y cuarto año un 12%, en el quinto año sigue disminuyendo al 11% del porcentaje del año anterior para el pago total de la deuda, debido que hay un incremento de ingresos en ventas.

4.15.6 Estados Financieros Aplicando la Asociatividad.

4.15.7 Estados de Resultado.

En el primer año se observa un valor negativo que significa que no se obtiene utilidad debido el ingreso por ventas no abarca el total de gastos que incurren en la asociación, a su vez se vincula el pago del préstamo realizado para iniciar con

las actividades de la Asociatividad, pero en los siguiente años se obtiene rentabilidad, mínima y representativa para mantener una base e ir incrementando las utilidades, pero a partir del tercer año vuelve en adelante hay un incremento valor positivo en la rentabilidad debido a las ventas, esos valores sirven para pagar las obligaciones, utilidades y los respectivos impuestos que deben cumplir la organización.

CUADRO N° 53 Estado de Resultado

ASOCIACIÓN DE GANADERO "ASOGANVAC"					
ESTADO DE RESULTADO					
EXPRESADO EN DÓLARES					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Venta Leche	\$ 135.475,90	\$ 199.450,30	\$ 250.076,91	\$ 280.898,03	\$ 313.530,35
Venta Carne	\$ 66.822,03	\$ 114.509,67	\$ 134.747,48	\$ 156.232,35	\$ 186.715,05
Total Ingresos	\$ 202.297,93	\$ 313.959,97	\$ 384.824,39	\$ 437.130,38	\$ 500.245,40
COSTOS					
Costo de produccion	88408,95	124390,80	140557,27	158547,66	178721,75
Ventas Netas	113888,98	189569,17	244267,12	278582,72	321523,65
GASTOS					
Gastos Administración	25613,55	26487,85	32760,91	33879,56	35036,71
Gastos operacionales	55714,87	19185,90	25413,23	25506,09	26537,19
Depreciación da activo fije	26011,33	25824,67	25824,67	24854,00	24854,00
Gastos financiero	25506,00	21410,49	16864,48	11818,41	6217,27
UAI	-18956,77	96660,27	143403,84	182524,65	228878,49
Participacion Trabajadores	-2843,52	14499,04	21510,58	27378,70	34331,77
Impuestos	-4028,31	20540,31	30473,32	38786,49	48636,68
Utilidad Neta	\$ -12.084,94	\$ 61.620,92	\$ 91.419,95	\$ 116.359,47	\$ 145.910,04

Fuente: Datos del Estado de Resultado

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

4.15.8 Flujo de Efectivo

CUADRO N° 54 Flujo de Efectivo

ASOCIACIÓN DE GANADEROS "ASOGANVAC"

FLUJO DE EFECTIVO

EXPRESADO EN DÓLARES

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Saldo Inicial	\$ -	\$ 31.743,00	\$ 218.338,52	\$ 421.386,89	\$ 659.555,85	\$ 1.331.024,26
INGRESOS						
Ventas	202.297,93	313.959,97	384.824,39	437.130,38	500.245,40	1.838.458,07
Aporte de Accionistas	72.387,72	0,00	0,00	0,00	0,00	72.387,72
Préstamo	231.872,69					
Total Ingresos	\$ 434.170,62	\$ 313.959,97	\$ 384.824,39	\$ 437.130,38	\$ 500.245,40	\$ 1.910.845,79
EGRESOS						
Gastos de Administración	\$ 25.613,55	\$ 26.487,85	\$ 32.760,91	\$ 33.879,56	\$ 35.036,71	\$ 153.778,58
Gastos de operacionales	55.714,87	19.185,90	25.413,23	25.506,09	26.537,19	152.357,28
Compra de Activos Fijos	232.350,00	-	-	-	-	232.350,00
Depreciacion de activo fijo	26.011,33	25.824,67	25.824,67	24.854,00	24.854,00	127.368,67
Dividendo pago préstamo	62.737,87	62.737,87	62.737,87	62.737,87	62.737,87	313.689,33
trabajadores	-	- 2.843,52	14.499,04	21.510,58	27.378,70	60.544,80
Impuestos	-	- 4.028,31	20.540,31	30.473,32	38.786,49	85.771,80
Total Egresos	\$ 402.427,62	\$ 127.364,45	\$ 181.776,02	\$ 198.961,41	\$ 215.330,95	\$ 1.125.860,46
Saldo Operacional	\$ 31.743,00	\$ 186.595,52	\$ 203.048,37	\$ 238.168,97	\$ 284.914,45	\$ 944.470,31
Saldo Final	\$ 31.743,00	\$ 218.338,52	\$ 421.386,89	\$ 659.555,85	\$ 944.470,31	\$ 2.275.494,56

Fuente: Datos del flujo de efectivo

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

En el estado de flujo de efectivo de "ASOGANVAC" representa información sobre los movimientos de efectivos y sus equivalentes, refleja cuanto ingresos después de los gastos, interés y pago del capital cada prestado, el mismo que muestra sus ingresos por la venta de la carne y leche, representado por 47% para el primer año, para los 4 años restantes se tiene un incremento de los ingresos por ventas de productos debido a la taza del precio y de participación de mercado generando un incremento de los año de los productos, el aporte de los socios y el crédito bancario sumando un total para el primer año que 53%.

Los egresos corresponden a las inversiones al primer año y se desglosan de la siguiente manera: los gastos de administración y los gastos operacionales suman un total de 20%; implementación de maquinarias para la asociación y depreciación de activo fijo en un 64% y este otro valor es de la deuda que consta de la amortización del 16% para los cinco años; los intereses varían cada año. El flujo de caja arroja el valor de un superávit desde el primer año \$31.743, debido a las ventas que son altas, además de las aportaciones de los socios del préstamo bancario y en el quinto año \$ 944.470,31.

Es decir que los resultados reflejados en el respectivo flujo de efectivo, se deduce que los ingresos son altos para el primer año siendo los egresos e ingresos similares, pero a partir del segundo año los ingresos son bastante altos eso se tiene una utilidad representativa, luego cuando se cumplen las obligaciones normarles de ley, se obtendrá las utilidades siguen incrementando para los socios en los siguientes años lo que significa que el proyecto está dando rentabilidad, es decir que está generando efectivo.

4.15.9 Determinación del VAN, TIR y método de recuperación

CUADRO N° 55 Cálculo del VAN

VAN		
AÑOS	FLUJOS	
AÑO 1	57.754,33	
AÑO 2	212.420,19	
AÑO 3	228.873,04	
AÑO 4	263.022,97	
AÑO 5	309.768,45	
VAN		661922,26
INVERSION INICIAL		304260,41
		357661,85

Fuente: Datos del Valor Actual Neto (VAN)

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

El valor anual neto con una inversión inicial de \$304.260,41, debe ser de \$661.922,26

CUADRO N° 56 Cálculo del TIR

TIR		
AÑOS	FLUJOS	TIR
AÑO 0	-304.260,41	
AÑO 1	57.754,33	
AÑO 2	212.420,19	
AÑO 3	228.873,04	
AÑO 4	263.022,97	
AÑO 5	309.768,45	
	TIR	48,13%
	TCCPP	15,20%

Fuente: Datos de la Tasa de Interna de Retorno (TIR)

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

Se obtiene una TIR, del 48% aceptable para realizar este tipo de proyecto como es la asociatividad, ya que se lograría recuperar la inversión en el segundo año y tres meses, tiempo aceptable para determinar que el proyecto es factible y sustentable.

4.15.10 Escenarios optimistas del Proyecto.

CUADRO N° 57 Escenarios optimista

ESCENARIO OPTIMISTA	
RAZONES FINANCIERAS	VALORES
VAN	\$ 357.661,85
TIR	48,13%

Fuente: Datos del escenario optimista del proyecto

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

Si se tiene una demanda considerable y teniendo los recursos necesarios a través de una buena participación de mercado se obtiene una TIR 48%. Aceptable con un valor anual neto de \$357.661,85, cuya inversión se recuperará en el segundo año, por lo que se considera que es rentable realizar este tipo de proyecto.

En este caso mientras mayor sea la demanda, mejor será la TASA INTERNA DE RETORNO, porque se recuperaría la inversión en menor tiempo.

CUADRO N° 58 Estados de Resultado comparativos con y sin asociatividad.

Con asociatividad

Sin asociatividad

ASOCIACION DE GANADEROS "ASOGANVAC" ESTADO DE RESULTADO ANUAL Con Asociatividad		
INGESOS		
Ventas brutas	\$ 202.298	
cuotas socios	<u>72.388</u>	
Total Ingresos		\$ 274.686
COSTOS		
Costo de Produc.	88.409	
CIF	<u>16.090</u>	
Total costos		104.499
Utilidad bruta		\$ 170.187

ASOCIACION DE GANADEROS "ASOGANVAC" ESTADO DE RESULTADO ANUAL Sin Asociatividad		
INGESOS		
Ventas brutas	\$ 74.075	
cuotas socios	<u>0</u>	
Total Ingresos		\$ 74.075
COSTOS		
Costo de Produc.	21.009	
CIF	<u>10.684,80</u>	
Total costos		31.694
Utilidad bruta		\$ 42.381

Fuente: Datos de los Estados de Resultado comparativos con y sin asociatividad

Elaborado por el autor: Miltón Sebastian tomala Mendez

CUADRO N° 59 Referencial de datos para el estado re resultado sin asociatividad.

Números de hatos por persona					Costos de producción anual			Sueldo por 58 días trabajado anual		
Cantidad de vacas	Libras de carnes	Total libras por vaca	Precio por libra	Ingreso total	Costo-unitario	Cantidad	Costo-total	Sueldo diario	Sueldo mensual	Sueldo anual
60	46.296	772	1,6	\$ 74.075	350,16	60	\$ 21.009	\$ 10,60	\$ 42,4	\$10.684,80

Fuente: Datos referencial para el Estado de Resultado con y sin asociatividad

Elaborado por el autor: Miltón Sebastian tomala Mendez

En los cuadros comparativos del proyecto se pudo determinar el estado de resultado con asociatividad se obtiene mayor ingreso que sin asociatividad, con lo primero tenemos unas ventas de \$ 202.298 produciendo 146 vacas anuales divididas 50 para carne y 96 para leche, por otra parte tenemos aportaciones de los socios que ayudan a incrementar los ingresos llegando a sumar un total de \$ 72.388, valor que cubre los costos directos e indirectos de producción, teniendo una utilidad rentable de \$ 170.18

Mientras que en el estado de resultado sin asociatividad tenemos un ingreso de 74.075 por la venta de las 60 vacas en pie de 772 libras, a un precio inferior de \$ 1,6 ctv. por libra, se tiene un costo de producción de \$ 21.009 que se implementan en medicinas, crianzas, alimentación del ganado vacuno, un costo indirecto de fabricación de \$ 10.684,80 que se utiliza para el pago de un ayudante que trabaja un día a la semana en el pastoreo de las vacas con un sueldo de \$ 10,80 por día, teniendo así una utilidad de \$ 42.341 anualmente.

Es decir que trabajando de manera asociada los 21 ganaderos pueden obtener mayor rentabilidad ya que se da un valor agregado y se distribuirá directamente al consumidor final, mientras que sin asociatividad los ganaderos obtienen menores ganancias con la mayor producción y números de especie debido que las ventas de las vacas se las realiza enteras a precios bajos y de intermediarios.

CONCLUSIONES.

- La ASOCIATIVIDAD es un mecanismo que a través de la cooperación mutua ayuda a estructurar e implementar estrategias competitivas y asociativas para ASOGANVAC, permitiendo así alcanzar grandes niveles de competitividad fortaleciendo a cada uno de los ganaderos asociados.
- La estructuración de los fundamentos organizacionales como la conformación de los directivos, la creación de la misión, visión, objetivos, logotipo, son factores indispensables para el desarrollo y crecimiento de la Asociación de ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol, de la parroquia Colonche, provincia de Santa Elena, esos lineamientos permiten ser un ente representativo en la organización y en el campo competitivo a corto y a largo plazo, esto ayuda al mejoramiento de la matriz productiva.
- Se realizó el esquema de cada una de las estrategias competitivas y asociativas determinando objetivos, actividades, responsables, indicadores, tiempo y presupuesto con la finalidad de plasmarlo en el Plan de acción anual, permitiendo tener actividades sincronizadas y ordenadas para su posterior ejecución.
- Se efectuó la parte presupuestaria del plan asociativo en la asociación de ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol, con el fin de establecer los ingresos, egresos, y gastos que conlleva la ejecución de este proyecto, la misma que se proyectó a 5 años, que determina la rentabilidad de un 37,56% del TIR.

RECOMENDACIONES.

- Se recomienda la aplicación de la asociatividad en este sector ganadero para la ejecución de nuevas estrategias asociativas y competitivas que ayuden al desarrollo, crecimiento e innovación de nuevos productos permitiéndoles así ser cada vez más competitivos en el mercado.
- Es recomendable que se apliquen los lineamientos organizacionales establecidos, cumpliendo con las leyes a las que deben regirse las asociaciones como lo dispone el Ministerio de Economía Popular y Solidaria, manteniendo una estructura correcta y direccionada al cumplimiento de sus objetivos como es el mejoramiento de la matriz productiva.
- Es recomendable que se aplique el plan de acción anual siguiendo la planificación que está plasmada en el esquema que fue diseñado para la asociación de ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol con el propósito de cumplir con cada uno de los objetivos establecidos.
- Se recomienda que se realice el análisis financiero de la asociación anualmente, con el fin de tomar decisiones en el área administrativa y productiva, que ayuden a mejorar la rentabilidad de la organización y a su vez apoyen a la implementación de nuevos proyectos, para obtener mayores utilidades para cada uno de los miembros de ASOGANVAC.

BIBLIOGRAFÍA.

- Albert, M. (2007). *La Investigación Educativa: Claves Teóricas*. 1er Edición Mc Graw Hill. España
- Asamblea Nacional (2013). *Ley Económica Popular y Solidaria*. Quito.
- Asamblea Nacional (2008). *Constitución del Ecuador*. Ecuador.
- Asamblea Nacional (2010). *Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones*. Quito - Ecuador.
- Asamblea Nacional (2013 - 2017). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Quito - Ecuador.
- Baena L., G. A. (2009). *Investigaciones Estratégicas*. 1era Edición. Artes Gráficas Industriales Ltda., Barranquilla - Colombia
- Ballesteros Díaz., B. (2007). *Planificación Estratégica*. Fundación Universitaria Luís Amigó. Medellín - Colombia
- Brin Julio, Ing. Agr. y Betancur Alejandra, Cara. Ma. (2006). *Las Organizaciones de Productores y el Desarrollo de la granja*. Montevideo. 1era Edición. Uruguay.
- CUMMING, T. G., & WORLEY, C. (2007). *Desarrollo Organizacional y cambio*. Thompson Learning. México.
- D'Alessio Ipinza, F. A. (2008). *El proceso estratégico: Un enfoque de gerencia*. 1era Edición. Pearson Educación. México
- Daft, Richard L. (2011). *Teoría y diseño organizacional*. Cengage Learning. México.
- Echeeverri Sevilla Diana Carolina. (2007). *La competitividad en el desarrollo*. Universidad de San Buenaventura .Colombia Medellín.
- Gómez, Marcelo M. (2006). *Introducción a la Metodología de la Investigación Científica*. Editorial Brujas. Córdoba - Rep. Argentina.
- González, Laura;. (2009). *Asociatividad Alternativa para el Desarrollo Sostenible en el Sector Agrícola*.
- Hernández Sampieri R. /. (2010). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill Interamericana. México
- Iguera Mariela. (2010). *ASOCIATIVIDAD en Pymes*. Argentina.
- Ley Orgánica de Educación Superior*. (2010). (LOES). Ecuador.

- Leyva, J. (2006). *Materiales de Enseñanza de la Academia de la Magistratura*. Lima: Contratos Especiales.
- Liendo, M., & Martínez, A. (2001). *Asociatividad una Alternativa para el desarrollo y crecimiento de las pymes*. Instituto de Investigaciones Económicas, Escuela de Economía de la Universidad Nacional de Rosario, 1era Edición. Argentina.
- Loretta S., G. (2006). *Liderazgo*. California
- Lozano , M. A. (2010). *Modelo de ASOCIATIVIDAD: Estrategias Efectivas para el Desarrollo de las PYMES*. Revista Escuela de Administración de Negocios.
- Magnazo, C., & Orchansky, C. (2007). *Estrategias Asociativas para Micro y Pequeña Empresa*. Primera Edición. Copyright © Organización Internacional del Trabajo. Buenos Aires – Argentina
- Méndez Carlos. (2006). *Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación*. 1era Edición. Limusa. Colombia.
- Metcalf. (2002). *Asociatividad empresarial y aportaciones de la cadena productiva como factores que impulsan la competitividad*.
- Moreno Cornejo, A. (2003). *Métodos de investigación y exposición*. Corporación Editorial Nacional.
- Porter, M. (2009). *Ventaja Competitiva, Creación y sostenimiento de un Desempeño Superior*. Argentina: Tree Free Press a Division of Macmillan. Inc. Rei Argentina, S.A. Moreno 3362, Buenos Aires.
- Porter, M., & Díaz, d. (2009). *Ventaja Competitiva, Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Buenos Aires: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Quirós Fernando. (2010). *Metodología de la Investigación*. 1era Edición. Océano. Bogotá:
- Rosales, R. (2009). *Asociatividad (Documento en línea)*. Buenos Aires - Argentina.
- Tamayo Mario. (2007). *Metodología de la Investigación*. 1era Edición. Limusa. México
- Vegas Rodríguez, Juan Carlos (2008). *Consortio Asecal Mercurio Consultores*. Perú.
- Vegas Rodríguez, J. C. (2008). *Proyecto de Cooperación UE – PERÚ / PENX*. Consortio ASECAL Mercurio Consultores MINCETUR, Lima - Perú.

Zabala Salazar, H. (2007). Asociatividad, Redes Sociales y Desarrollo Local.
Revista Unircoop Américas, Sherbrooke.

ANEXOS

ANEXO N° 1 Ficha de observación.

PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LA ACTIVIDAD GANADERA EN LA COMUNA SAN MARCOS "ASOGANVAC"	
N° _____	FICHA DE CAMPO: _____
-	
AMBIENTE LABORAL DE LOS GANADEROS	
CANTON: _____	FECHA: _____
COMUNA: _____	
SECTOR: _____	_____
DESDE _____ HORAS	HASTA _____ HORAS
OBSERVADOR: _____	INFORMANTE: _____
DETALLE DE LO OBSERVADO:	
NOTAS Y EVIDENCIAS:	

ANEXO N° 2 Guías/Pauta.

Presentación:

Buenos días, mi nombre es Milton Tomalá y estaré dialogando interactuando con ustedes en esta conversación, le agradezco por haber aceptado nuestra invitación.

Es importante que conozcan que esta conversación se mantendrá con absoluta reserva y la misma que será utilizada únicamente para conocer la problemática que aqueja el sector ganaderos, mediante lluvias de ideas definir el los factores internos y externo para diseñar la matriz FODA, con el objetivo de crear una Asociación de pequeños ganaderos de la comuna.

Debo indicar que ustedes fueron escogidos como una muestra de ganaderos que tienen el deseo de conformar una asociación.

Descripción de la dinámica de la sesión:

Este dialogo tendrá una duración de 40 minutos por lo que concluirá a las 10h40.

Este ejercicio se trata de una conversación grupal, ustedes pueden libremente expresar sus opiniones, aquí no hay repuestas buenas ni malas, todos sus cometarios son válidos en este proceso.

Preguntas de investigación:

¿Han recibido capacitación y asesoramiento técnico?

¿Han recibido apoyo gubernamental?

¿Tiene conocimiento en técnicas de crianzas?

¿Tienen disponibilidad de tierras para la crianza del ganado?

¿Cómo abastece de alimento a su ganado?

¿Qué tipo de ganado posee actualmente?

¿Qué tipo de proceso de producción y comercialización aplican?

¿Qué tipo de tecnología utilizan en la producción y comercialización?

¿Cuáles son los factores internos que afectan en la producción del ganado vacuno?


¿Tiene acceso de comunicación mercado para comercializar sus productos?

¿Quiénes son sus clientes?


¿Quiénes son su competencia en el mercado?

¿Los precios son competitivos?

ANEXO N° 3 Formato de entrevistas a Profesionales



UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERIA COMERCIAL
CARRERA DE INGENIERIA EN DESARROLLO EMPRESARIAL



ENTREVISTA A PROFESIONALES

NOMBRE: _____ **CIUDAD:** _____ **OCUPACIÓN:** _____ **PROFESIÓN:** _____

DIRECCIÓN: _____

NIVEL DE EDUCACION:

PRIMARIO SECUNDARIO SUPERIOR
 GRADO POS-GRADO

EDAD:

DE 18 A 23 AÑOS DE 24 A 33 AÑOS DE 35 Y MÁS AÑOS

SEXO:

MASCULINO FEMENINO

INTREVISTADOR: _____ **FECHA:** _____
COORDINADOR: _____

Buenos días, tardes, noches Sr, soy estudiante de la Universidad Estatal Península de Santa Elena de la carrera de ingeniería en desarrollo empresarial y estamos entrevistando a profesionales sobre temas de suma importancia.

1) ¿Qué actividad realizó en la última semana?

DE VIAJE	TRABAJAR	DE FIESTA	
HACER DEPORTE	IR DE COMPRAS	OTROS	

2) ¿Cuáles son las principales actividades a las que se dedican las personas en la Provincia de Santa Elena?

3) ¿Cómo considera usted la actividad del sector ganadero en la provincia de Santa Elena?

4) ¿Cómo evalúa la manera en que el ganadero cría ganado en la Comuna San Marcos, provincia de Santa Elena? (ampliar)

5) ¿Qué ventajas y desventajas observa Ud. En la producción de ganado vacuno en la Comuna San Marcos, península de Santa Elena?

6) ¿Desde su punto de vista cuáles son los principales factores que influyen en el desarrollo de la ganadería en la Península de Santa Elena?

7) ¿Qué ventajas y desventajas observa Ud. en la comercialización del ganado en los pequeños ganaderos de las Comunas de la Provincia de Santa Elena?

8) ¿Cuáles son los principales mercados de destino de los productos ganaderos que se ofertan en las Comunas?

9) ¿Para potencializar la producción y comercialización que estrategias le recomendaría a los ganaderos?

10) Si Ud. fuera el director de agricultura y ganadería en la provincia. ¿Qué haría para mejorar la productividad y comercialización de ganado vacuno?

11) ¿Qué opinión le merece Ud. la asociación como medio para fomentar la productividad y comercialización ganadera en la Comuna San Marcos, provincia de Santa Elena?

12) ¿Qué acciones recomendaría a los ganaderos de la Comuna San Marcos para que mejoren la producción y comercialización del ganado vacuno?

13) ¿Según su opinión a que Instituciones le corresponde impulsar el desarrollo del sector de ganadería en la provincia?

14) Según su criterio, ¿Qué ventajas tiene actualmente la asociatividad entre los ganaderos?

15) Si usted formara parte de la asociación y si pudiera solucionar problemas ¿Qué problema resolvería primero? y ¿Cuándo lo haría? ¿Por qué?

16) ¿Qué recomendaciones daría a los socios de la asociación de ganaderos de la Comuna San Marcos?

17) ¿Qué nombre le sugeriría a los ganaderos de San Marcos, para la asociación que están por formar?

GRACIAS POR SU COLABORACION!!!.....

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

ANEXO N° 4 Formato de encuestas externas



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE INGENIERÍA EN DESARROLLO EMPRESARIAL
ENCUESTAS GANADEROS EXTERNOS

NOMBRE: _____ CIUDAD: _____
 LOCALIDAD: _____ OCUPACIÓN: _____

NIVEL DE EDUCACION:
 PRIMARIO SECUNDARIO SUPERIOR
 OTROS _____

EDAD:
 DE 18 A 24 AÑOS DE 25 A 34 AÑOS DE 35 Y MÁS AÑOS

SEXO:
 MASCULINO FEMENINO

1. **Cómo considera siguientes ventajas Y desventaja en la comercialización del ganado de los comuneros de la provincia de Santa Elena?**

VENTAJAS	Muy baja	baja	media	Alta	Muy alta
Mayor ingresos					
Existencia-vías de acceso					
Animales certificados.					
DESVENTAJAS					
Técnicas-comercialización					
Ventas a comerciantes					
Ganados-baja calidad					
Falta canales comercialización					
Ninguna ventaja					

2. **De las siguientes estrategias planteadas. Si fuera ganadero ¿Cuáles usted adoptaría para mejorar la producción y comercialización del ganado vacuno?**

La asociatividad	Diversificación de productos.
Criaderos de pastos de corte	Buscar apoyo gubernamental.
Trabajar en equipo.	Estrategias de cuidados y de control.



3. **Si usted fuera miembro de la asociación. ¿Cuáles de las siguientes gestiones haría para mejorar la productividad y comercialización de ganado vacuno en la organización?**

Investigar las deficiencias y necesidades	Implementar sistemas de riego.	
Capacitar a los ganaderos y incentivarlos	Difundir principios éticos en el grupo	
Sectorizar el trabajo en las comunidades	Fomentar la Silvicultura	

4. **¿Cuán de acuerdo está usted con la frases que le voy a leer a continuación, en relación a que la asociación es un medio para fomentar la productividad ganadera en la comuna San Marcos y Barbascol, provincia de Santa Elena?**

Total Desacuerdo=1	En Desacuerdo=2	Indiferente=3	De Acuerdo=4	Total Acuerdo=5
--------------------	-----------------	---------------	--------------	-----------------

PRODUCTIVIDAD	1	2	3	4	5
Unir fuerzas-mejorar la actividad.					
De fortaleza y una oportunidad-ganadero					
Permite aprovechar-oportunidades-crédito productivos.					
Trabajo en equipo-alcanzar objetivos comunes.					
Crecimiento de la unidad productiva					
COMERCIALIZACIÓN	1	2	3	4	5
Fortalecer lazos-competir en el mercado.					
Intercambio-productos					
Mejores productos					
Mayor participación-mercado.					
Poder de negociación-clientes.					
Diversificar-productos					

5. **De las siguientes acciones ¿cuáles recomendaría a los ganaderos de la Comuna San Marcos para que mejoren la producción y comercialización del ganado vacuno?**

Sembrar pastos y forrajes en inviernos	Realizar-ventas directas-beneficios.
Mejorar la genética del ganado vacuno	Usar la tecnología necesaria.
Buscar financiamientos.	Usar la tecnología necesaria.
Constantemente capacitaciones	Solicitar asesoramiento productivo



6. De las siguientes opiniones, ¿cuáles definen mejor los beneficios para los ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol?

DESCRIPCION	F
Desarrollo-crecimiento-sector ganadero	
Mejor organización.	
Disponibilidad-sedimentos-tierras.	
Mejorar la productividad.	
El trabajo en equipo.	
Fluidez-comunicación.	
Disminución precios- insumos.	
Establecimiento-precios.	

7. De las siguientes recomendaciones de profesionales ¿Cuáles cree usted que serían las más aplicables para los socios ganaderos de la comuna San Marcos?

DESCRIPCION	F	DESCRIPCION	F
Buscar asesoramiento-financiamientos		Establecer alianzas estratégicas	
Trabajar-conjunto-obtener créditos		Tener claro el rumbo-Asociatividad	
Establecer cronogramas-trabajo		Que tengan viva-ganas de asociarse	
Establecer principios organizacionales		Tomar decisiones que se respetan	
Ampliar-conocimientos asociativo		Organizar y ejecutar-proyectos	
Organizar y ejecutar- proyectos			

8. Compra carne y leche ?

COMPRA CARNE	F	COMPRA LECHE	F
SI		SI	
NO		NO	

9. ¿Compraría usted. Los productos que ofrece la asociación de ganaderos (carne) en la comuna San Marcos a un precio accesible?

DISPUERTO A COMPRAR CARNE	F	DISPUERTO A COMPRAR LECHE	F
SI		SI	
NO		NO	
TALVEZ		TALVEZ	



10. ¿Con que frecuencia usted compra y consume carne de res y leche?

CONSUMO DE CARNE	F	CONSUMO DE LECHE	F
1 libra semanal		1 litros de leche diario	
2 Libras semanalmente		2 litros de leche diario	
3 Libras semanalmente		1 a 2 litros cada dos días	
4 Libras semanalmente		1a2 litros Semanalmente	
Ocasionalmente		Ocasionalmente	
No consume carne		No consume leche	

11. ¿En qué lugar comprar los productos leche?

LUGAR DONDE COMPRAN LECHE	F	LUGAR DONDE COMPRAN CARNE	F
TIENDAS		TIENDAS	
MERCADOS		MERCADOS	
ABARROTES		MINIMERCADO	
MINI-MERCADOS		SUPERMERCADOS	
SUPERMERCADOS		TERCENAS	
OTROS		OTROS	
No compra		NO COMPRA CARNE	

12. ¿Qué tipo de presentaciones prefiere usted para comprar leche?



TIPO DE PREENTACIONES PREFERE	F	TIPOS DE PRESENTACION PREFERE	F
Botellas de plástico		Leche fresca o cruda	
Botellas de vidrio		Leche en polvo	
Teltrapack Semis descremada		Funda pasteurizada (chocolatada)	
Teltrapack Cartón Entera			

13. Lo que más y menos le gusta del producto (Leche Y Carne).

LECHE	F	CARNE	F
SABOR		CALIDAD	
PUREZA		HIGIENE	
ASEO		EMPAQUE	
EMPAQUE		PRESENTACION	

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!!!.....

ANEXO N° 5 Formato de Encuestas Internas

	UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL CARRERA DE INGENIERÍA EN DESARROLLO EMPRESARIAL																																																																															
ENCUESTAS INTERNAS																																																																																
NOMBRE: _____ CIUDAD: _____ LOCALIDAD: _____ NIVEL DE EDUCACION: PRIMARIO <input type="checkbox"/> SECUNDARIO <input type="checkbox"/> SUPERIOR <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/> EDAD: DE 18 A 23 AÑOS <input type="checkbox"/> DE 24 A 33 AÑOS <input type="checkbox"/> DE 35 Y MÁS AÑOS <input type="checkbox"/> SEXO: MASCULINO <input type="checkbox"/> FEMENINO <input type="checkbox"/>																																																																																
1) De las siguientes actividades mencionadas ¿Qué actividad realizo en la última semana? <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 33%;">TRABAJAR</td> <td style="width: 33%;">HACER DEPORTE</td> <td style="width: 33%;">DE FIESTA</td> </tr> <tr> <td>IR DE COMPRAS</td> <td>IR DE VIAJE</td> <td>OTROS</td> </tr> </table>			TRABAJAR	HACER DEPORTE	DE FIESTA	IR DE COMPRAS	IR DE VIAJE	OTROS																																																																								
TRABAJAR	HACER DEPORTE	DE FIESTA																																																																														
IR DE COMPRAS	IR DE VIAJE	OTROS																																																																														
2) De las siguientes algunas personas creen que son las principales actividades que se desarrolla en la Península de Santa Elena. En su caso ¿Cuáles cree Ud. Que son las principales que se desarrollan en su comunidad. <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%; text-align: center;">URBANA</td> <td style="width: 20%; text-align: center;">F</td> </tr> <tr><td>TURISMO</td><td></td></tr> <tr><td>COMERCIO</td><td></td></tr> <tr><td>HOTELERIA</td><td></td></tr> <tr><td>EDUCACION</td><td></td></tr> <tr><td>SERVICIOS DE TRASPORTES</td><td></td></tr> <tr><td>CONSTRUCCION</td><td></td></tr> </table>			URBANA	F	TURISMO		COMERCIO		HOTELERIA		EDUCACION		SERVICIOS DE TRASPORTES		CONSTRUCCION																																																																	
URBANA	F																																																																															
TURISMO																																																																																
COMERCIO																																																																																
HOTELERIA																																																																																
EDUCACION																																																																																
SERVICIOS DE TRASPORTES																																																																																
CONSTRUCCION																																																																																
3) ¿Cuánto de acuerdo está Usted. Con las siguientes afirmaciones sobre el sector ganadero en la Provincia de Santa Elena? <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th style="text-align: left;">CONSIDERACIONES DE LA ACTIVIDAD GANADERA</th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> <tr><td>En crecimiento progresivo</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Es una Actividad enriquecedora</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Se trabaja asociadamente</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Se imparte capacitaciones</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Sector en proceso de innovación</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Cambiando el rostro comercial</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </table>			CONSIDERACIONES DE LA ACTIVIDAD GANADERA	1	2	3	4	5	En crecimiento progresivo						Es una Actividad enriquecedora						Se trabaja asociadamente						Se imparte capacitaciones						Sector en proceso de innovación						Cambiando el rostro comercial																																									
CONSIDERACIONES DE LA ACTIVIDAD GANADERA	1	2	3	4	5																																																																											
En crecimiento progresivo																																																																																
Es una Actividad enriquecedora																																																																																
Se trabaja asociadamente																																																																																
Se imparte capacitaciones																																																																																
Sector en proceso de innovación																																																																																
Cambiando el rostro comercial																																																																																
4) de acuerdo a lo siguiente: ¿Cómo considera Ud. la manera en que está criando sus ganado? <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th style="width: 30%;">ASPECTOS POSITIVOS</th> <th style="width: 5%;">F</th> <th style="width: 30%;">ASPECTOS NEGATIVOS</th> <th style="width: 5%;">F</th> </tr> <tr><td>En via de desarrollo</td><td></td><td>Limitada dedicacion al ganado</td><td></td></tr> <tr><td>Actividades ganaderas empirica</td><td></td><td>Baja genetica del animal</td><td></td></tr> <tr><td>Manejo tecnificado en crianzas</td><td></td><td>crianzas a campo abierto</td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td>Baja organizacion.</td><td></td></tr> </table>			ASPECTOS POSITIVOS	F	ASPECTOS NEGATIVOS	F	En via de desarrollo		Limitada dedicacion al ganado		Actividades ganaderas empirica		Baja genetica del animal		Manejo tecnificado en crianzas		crianzas a campo abierto				Baja organizacion.																																																											
ASPECTOS POSITIVOS	F	ASPECTOS NEGATIVOS	F																																																																													
En via de desarrollo		Limitada dedicacion al ganado																																																																														
Actividades ganaderas empirica		Baja genetica del animal																																																																														
Manejo tecnificado en crianzas		crianzas a campo abierto																																																																														
		Baja organizacion.																																																																														
5) Algunas personas mencionaron ventajas y desventajas en la producción de ganado. Yo le voy a leer algunas de esas opiniones y Usted señalará con cuáles está de acuerdo. <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th style="width: 50%;">VENTAJAS</th> <th style="width: 5%;">F</th> <th style="width: 40%;">DESVENTAJAS</th> <th style="width: 5%;">F</th> </tr> <tr><td>Extensiones de terrenos</td><td></td><td>Resistencia al cambio</td><td></td></tr> <tr><td>Liquido vital</td><td></td><td>Edad de ganaderos</td><td></td></tr> <tr><td>Amplias zonas para sembrar pastos</td><td></td><td>mano de obra calificada local</td><td></td></tr> <tr><td>Ganado adaptables al cambio climático.</td><td></td><td>Pastos verdes</td><td></td></tr> <tr><td>Mejorar la calidad- ganaderos.</td><td></td><td>La limitado conocimiento tecnico</td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td>El no manejo de potreros</td><td></td></tr> </table>			VENTAJAS	F	DESVENTAJAS	F	Extensiones de terrenos		Resistencia al cambio		Liquido vital		Edad de ganaderos		Amplias zonas para sembrar pastos		mano de obra calificada local		Ganado adaptables al cambio climático.		Pastos verdes		Mejorar la calidad- ganaderos.		La limitado conocimiento tecnico				El no manejo de potreros																																																			
VENTAJAS	F	DESVENTAJAS	F																																																																													
Extensiones de terrenos		Resistencia al cambio																																																																														
Liquido vital		Edad de ganaderos																																																																														
Amplias zonas para sembrar pastos		mano de obra calificada local																																																																														
Ganado adaptables al cambio climático.		Pastos verdes																																																																														
Mejorar la calidad- ganaderos.		La limitado conocimiento tecnico																																																																														
		El no manejo de potreros																																																																														
6) En una entrevista a profesionales se obtuvieron las siguientes repuestas. ¿ Cuáles de los siguientes factores influyen en el desarrollo de la ganadería en su localidad? <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th style="width: 15%;">Muy Baja=1</th> <th style="width: 15%;">Baja=2</th> <th style="width: 15%;">Media=3</th> <th style="width: 15%;">Alta=4</th> <th style="width: 15%;">Muy Alta=5</th> </tr> <tr> <th>ACTIVIDAD</th> <th>Muy Baja</th> <th>Baja</th> <th>Mediaz</th> <th>Alta</th> <th>Muy Alta</th> </tr> <tr><td>Clima cambiantes</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Agua y suelo</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Cultura social</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Manejos de cultivos pastos</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Experiencias</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Apoyo gubernamentales</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Manejo tecnico</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </table>			Muy Baja=1	Baja=2	Media=3	Alta=4	Muy Alta=5	ACTIVIDAD	Muy Baja	Baja	Mediaz	Alta	Muy Alta	Clima cambiantes						Agua y suelo						Cultura social						Manejos de cultivos pastos						Experiencias						Apoyo gubernamentales						Manejo tecnico																														
Muy Baja=1	Baja=2	Media=3	Alta=4	Muy Alta=5																																																																												
ACTIVIDAD	Muy Baja	Baja	Mediaz	Alta	Muy Alta																																																																											
Clima cambiantes																																																																																
Agua y suelo																																																																																
Cultura social																																																																																
Manejos de cultivos pastos																																																																																
Experiencias																																																																																
Apoyo gubernamentales																																																																																
Manejo tecnico																																																																																
7) De las siguientes alternativas ¿Cuáles son los principales mercados de destino los productos ganaderos que se ofertan en su Comuna? <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">Camal interno</td> <td style="width: 50%;">Camal de la Libertad</td> </tr> <tr> <td>Mercado</td> <td>Camal de Guayaquil</td> </tr> <tr> <td>Tiendas</td> <td></td> </tr> </table>			Camal interno	Camal de la Libertad	Mercado	Camal de Guayaquil	Tiendas																																																																									
Camal interno	Camal de la Libertad																																																																															
Mercado	Camal de Guayaquil																																																																															
Tiendas																																																																																
8) De las siguientes estrategias planteadas ¿Cuáles Ud. Adoptaría para mejorar la producción y comercialización del ganado vacuno? <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">La asociatividad</td> <td style="width: 50%;">Diversificación de productos.</td> </tr> <tr> <td>Crizderos de pastos de corte</td> <td>Buscar apoyo gubernamental.</td> </tr> <tr> <td>Trabajar en equipo.</td> <td>Estrategias de cuidados y de control.</td> </tr> </table>			La asociatividad	Diversificación de productos.	Crizderos de pastos de corte	Buscar apoyo gubernamental.	Trabajar en equipo.	Estrategias de cuidados y de control.																																																																								
La asociatividad	Diversificación de productos.																																																																															
Crizderos de pastos de corte	Buscar apoyo gubernamental.																																																																															
Trabajar en equipo.	Estrategias de cuidados y de control.																																																																															
9) Ud. como miembro de la asociación. ¿Cuáles de las siguientes gestiones haría para mejorar la productividad y comercialización de ganado vacuno en la organización? <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">Capacitar a los ganaderos y incentivarlos</td> <td style="width: 50%;">Implementar sistemas de riego.</td> </tr> <tr> <td>Investigar las deficiencias y necesidades</td> <td>Difundir principios eticos en el grupo</td> </tr> <tr> <td>Sectorizar el trabajo en las comunidades</td> <td>Fomentar la Silvicultura</td> </tr> </table>			Capacitar a los ganaderos y incentivarlos	Implementar sistemas de riego.	Investigar las deficiencias y necesidades	Difundir principios eticos en el grupo	Sectorizar el trabajo en las comunidades	Fomentar la Silvicultura																																																																								
Capacitar a los ganaderos y incentivarlos	Implementar sistemas de riego.																																																																															
Investigar las deficiencias y necesidades	Difundir principios eticos en el grupo																																																																															
Sectorizar el trabajo en las comunidades	Fomentar la Silvicultura																																																																															
10) De las siguientes frases que le voy a leer a continuación, Cuales tienen relación a que la Asociación es un medio para fomentar la productividad y comercialización ganadera en la Comuna San Marcos, provincia de Santa Elena? <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th style="width: 80%;">PRODUCTIVIDAD</th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> <tr><td>Unir fuerzas-mejorar la actividad.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>De fortaleza y una oportunidad-ganadero</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Permite aprovechar-oportunidades-credito productivos.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Trabajo en equipo-alcanzar objetivos comunes.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Crecimiento de la unidad productiva</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <th>COMERCIALIZACION</th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> <tr><td>Fortalecer lazos-competir en el mercado.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Intercambio-productos</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Mejores productos</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Mayor participacion-mercado.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Poder de negociacion-clientes.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Diversificar-productos</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </table>			PRODUCTIVIDAD	1	2	3	4	5	Unir fuerzas-mejorar la actividad.						De fortaleza y una oportunidad-ganadero						Permite aprovechar-oportunidades-credito productivos.						Trabajo en equipo-alcanzar objetivos comunes.						Crecimiento de la unidad productiva						COMERCIALIZACION	1	2	3	4	5	Fortalecer lazos-competir en el mercado.						Intercambio-productos						Mejores productos						Mayor participacion-mercado.						Poder de negociacion-clientes.						Diversificar-productos					
PRODUCTIVIDAD	1	2	3	4	5																																																																											
Unir fuerzas-mejorar la actividad.																																																																																
De fortaleza y una oportunidad-ganadero																																																																																
Permite aprovechar-oportunidades-credito productivos.																																																																																
Trabajo en equipo-alcanzar objetivos comunes.																																																																																
Crecimiento de la unidad productiva																																																																																
COMERCIALIZACION	1	2	3	4	5																																																																											
Fortalecer lazos-competir en el mercado.																																																																																
Intercambio-productos																																																																																
Mejores productos																																																																																
Mayor participacion-mercado.																																																																																
Poder de negociacion-clientes.																																																																																
Diversificar-productos																																																																																

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez.

11) De las siguientes acciones ¿cuáles Ud. optaría para que mejorar la producción y comercialización del ganado vacuno?

Sembrar pastos y forrajes en inviernos		Realizar-ventas directas-beneficios	
Mejorar la genética del ganado vacuno		Realizar-ventas directas-beneficios.	
Buscar financiamientos		Usar la tecnología necesaria.	
Constantemente capacitaciones		Solicitar asesoramiento productivo	

12) ¿Cuáles de estas instituciones apoyadas al desarrollo de la ganadería en su sector?

MUNICIPALIDAD DE		MAGAP		MIES		ENF	
SANTA ELENA							
LA PERFECTURA		MIPRO		CONEFA		AGAFSE	
CIAP							

13) De las siguientes opiniones, ¿cuáles definen mejor los beneficios para los ganaderos de la Comuna.

VENTAJAS		1	2	3	4	5
Mejorar la productividad.						
Desarrollo crecimiento-sector ganadero.						
Disminucion precios- insumos.						
Disponibilidad sedimentos y tierras.						
El trabajo en equipo.						
Mejor organizacion.						
Fluidez-comunicacion.						
Establecimiento-precios.						

14) usted como miembro de la asociación, si pudiera solucionar problemas ¿Qué problema resolvería en 1er, en 2do, y en 3er lugar

ACTIVIDADES		F
Mejorar -calidad genética-ganado.		
Busqueda-financiamiento-tecnología.		
Solucionario-abastecimiento-alimentos.		
Adecuar la infraestructura		
Capacitaciones continuas		
Establecer compromisos entre ganaderos		
Liderazgo y tomar decisiones		
Gestionar para el proceso asociativo		
Crear potreros y forrajes		

15) De las siguientes recomendaciones de profesionales ¿Cuáles cree usted que serían la más aplicables para en la asociación a formarse?

Recomendaciones		F
Establecer alianzas estratégicas		
Buscar asesoramiento y financiamientos en las entidades públicas y privadas.		
Reuniones mensuales -establecer cronogramas de trabajo		
Organizar y ejecutar equitativamente los proyectos emprendedores		
Trabajar en conjunto para obtener créditos en la CFN y Proyectos del MAGAP		
Que tengan viva las ganas de asociarse		
Tener claro el rumbo de la asociatividad		
Establecer principios organizacionales		
Ampliar los conocimientos asociativo		
Tomar decisiones que se respetan		

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!!!,_____

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez.

ANEXO N° 6 Acta de sesión de la primera Asamblea Constitutiva.

ACTA DE SESION DE LA PRIMERA SAMBLEA CONSTITUTIVA DE LA ASOCIACIÓN DE GANADEROS VACUNOS DE LA COMUNA SAN MARCOS.

En el Cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, a los veinticuatro días del mes de febrero del dos mil trece , previa asistencia a la Comuna "SAN MARCOS", Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena, constituidos en la casa Comunal, siendo las 11:00 horas, se da inicio a la sesión de trabajo para tratar los siguientes puntos:

Primero:	Constatación de Quórum
Segundo:	Identificación de Problemas existentes para la asociatividad
Tercero:	Detalle de la actividad que desempeñan
Cuarto:	Compromisos
Quinto:	Nómina de Participantes al dialogo

PRIMER PUNTO: Constatación de Quórum

Las personas que desean formar parte del Plan de asociatividad para pequeños ganaderos, en la que asistieron 15 personas mayores de edad que se dedican a esta actividad, con la presencia del estudiante egresado de Ingeniería en Desarrollo Empresarial de la Universidad Estatal Península de Santa Elena el Sr. Tomalá Méndez Milton Sebastián para dialogar y de definir los problemas existentes en la Comuna en la actividad ganadera, con el objetivo de formar un grupo asociativo en la Comuna San Marcos, quedando de manera unánimemente de acuerdo con todos los asistente de que se forme la asociación.

SEGUNDO PUNTO: Identificación de Problemas en la asociatividad de Ganaderos:

1. Limitado conocimiento técnico en cranzas de ganado.
2. Control inadecuado para criaderos de ganados.
3. Ausencia monitoreo continuo.
4. Debilidad para acceder a un préstamo bancario.
5. Limitada producción de leche.
6. Ausencia de productos derivados.
7. Escasez en equipos técnicos.
8. Limitada capacitación
9. Debilidad para trabajar en equipo.
10. Desmotivación y poco visión de los ganaderos.
11. Limitado cobertura en el mercado
12. Ausencia de marca y patente.
13. Los precios del mercado son variables.
14. Delimitado estimación de costos para la producción.
15. Bajo nivel organizativo en criaderos de ganado
16. Bajo nivel de comercialización

TERCER PUNTO: Detalle de la actividad que desempeñan.

Los habitantes de la Provincia de Santa Elena se caracterizan por ser emprendedores y siendo una de las fortalezas para la economía del país, este grupo de personas se dedica a la cría de ganado en la cual han demostrado, su experiencias, desempeño y destrezas que poseen para realizar esta actividad, y visionan en la asociatividad para mejorar su productividad, poniendo en práctica sus conocimientos, trabajando en equipo para lograr objetivos comunes.


CUARTO PUNTO: Compromisos

A las 15:00 horas se le agradece al Sr. Asencio Pozo Magallanes con número de cédula 092093520-2, Presidente de la Comuna San Marcos, el Sr. Santiago Méndez con cédula de identidad 090128138-6, Coordinador del Grupo de ganaderos para la asociatividad, y al resto de asistente por la colaboración prestada, deseándoles éxitos en sus actividades y hasta una próxima oportunidad para cumplir con los objetivos a planificarse.

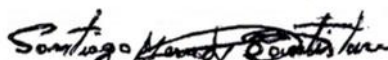
Quedan convocados para la próxima sesión para el días 03 de Marzo del presente año a las 10:30 horas, tema a tratarse "conformación de la asociación y acordar el nombre de la asociación".

Siendo a las 15:10 horas se da por terminada la sesión no sin antes que el sr coordinador les recuerda la responsabilidad que tienen todos como grupos con las actividades que se están realizando para asociarse por lo tanto pidió puntualidad en la asistencia.

Para constancia de lo establecido, firman el Estudiante Egresado de la Carrera de Desarrollo Empresarial, el Presidente de la Comuna "SAN MARCOS" y El Coordinador del grupo de ganaderos.



Sr. Inocencio Pozo Magallanes.
**PRESIDENTE DE LA
COMUNA "SAN MARCOS"**



Sr. Santiago Méndez.
**COORDINADORA DEL
GRUPO DE GANADEROS**

Sr. Tomalá Méndez Milton Sebastián
ESTUDIANTE EGRESADO

ANEXO N° 7 Acta de sesión de la segunda Asamblea Constitutiva.

ACTA DE SESION DE LA SEGUNDA SAMBLEA CONSTITUTIVA DE LA ASOCIACIÓN DE GANADEROS VACUNOS DE LA COMUNA SAN MARCOS "ASOGANVAC"

En la comuna San Marcos, Parroquia Colonche, provincia Santa Elena, Provincia de Santa Elena, a los tres día del mes de Marzo del 2013, siendo las 10:30 horas, en el la casa Comunal "SAN MARCOS", se reúne un grupo de personas en forma libre y voluntaria, con el propósito de formar una Asociación, bajo el siguiente orden del día:

- Nombramiento del director y secretario ad-hoc
- Lectura y aprobación del orden del día
- Discusión y resolución sobre los objetivos de la asociación
- Discusión y resolución sobre el nombre que llevara la asociación
- Elección de los miembros del directorio provisional
- Juramento y posesión de los dignatarios
- Resoluciones
- Registro de asistentes

El Sr. Tomalá Méndez Milton Sebastián, Coordinador, saluda a los concurrentes y agradece la presencia de los ganaderos, y en especial al Sr. Inocencio Pozo Magallanes, Presidente de la Comuna San Marcos, además informa que se debe cumplir con el orden del día. Una vez que se consta la asistencia de 20 personas mayores interesadas en formar la asociación, de inmediato se procede a nombrar como directora de asamblea al Sr. Cochea Lino Manuel Augusto y como secretario ad-hoc al Sr. Carlos Cesar Miraba Rosales

A continuación se procede a dar lectura del orden del día el mismo que es aprobado por unanimidad, sin ninguna modificación. Sobre los objetivos de asociación por lo que pide la palabra el Sr. Tomalá Méndez Milton Sebastián responsable del programa en desarrollo y haciendo una amplia explicación de los objetivos que tendrá la asociación sobre la superación económica, social y cultural de sus integrantes y sus familias, en condiciones de libertad y justicia social.

En lo que tiene que ver con el nombre de la asociación, se realizó lluvias de ideas proponiendo tres nombres de los cuales, todos los miembros asistentes coinciden en que debe llamarse "Asociación de Ganaderos" en la Comuna San Marcos "ASOGANVAC", en calidad a la Comuna San Marcos, que es el lugar donde residen las personas que se dedican a esta actividad. Y dejando como nombres opcionales las dos propuestas restantes que son las siguientes:

1. Asociación de ganaderos "EL PASTOREO".
2. asociación de criaderos de ganado vacuno de San la Comuna San Marcos "ASOCRIGAN".

Siguiendo el orden del día se pasa a efectuar las elecciones de los miembros del directorio provisional, el mismo que por unanimidad queda conformado de la siguiente manera:

PRESIDENTE: Méndez Santisteban Santiago.

VICE-PRESIDENTE: Lima José Mateo José.

SECRETARIO: Pozo Gualé Marcos Sergio.

PRO-SECRETARIO: Reyes Miraba Jorge Ángel.

TESORERO: Tomalá Medina Wilson De Jesús.

VOCAL 1: Méndez miraba Walter.

VOCAL 2: Quinde Malavé Eleuterio Cristóbal

VOCAL 3: Gualé Tomalá Rosendo

VOCAL SUPLENTE: Orrala Tomalá Máximo

VOCAL SUPLENTE: José Malavé Pedro.

VOCAL SUPLENTE: Tomalá José Remigio.

Después de tomar el juramento y posesionar a los miembros del directorio provisional y de hacer un pequeño receso. Retornando a la sesión se convoca a los presentes para tratar tema de discusión y aprobación de estatutos, fecha de la convocatoria es el día 10 de Marzo del 2013 a las 2:00 horas en misma lugar casa Comunal "SAN MARCOS", en lo referente a resoluciones la sala pide cumplimiento a los asistentes y facilitar las copias de sus documentos personales para legalizar la personería jurídica de esta nueva asociación en formación, se clausura la sesión los tres días de Marzo del 2013 a las 15:30 horas, firmando la presente acta el Director de Asamblea, el secretario Ad-hoc y el Secretario Provisional quien lo certifica.



Sr. Cochea Lino Manuel Augusto
DIRECTORA DE SAMBLEA



Sr. Carlos Cesar Miraba Rosales.
SECRETARIA AD-HOC

CERTIFICO: Que la presente acta es fiel copia del original del libro de actas, que reposa en el archivo de esta organización.



Sr. Romero Pozo Eduardo
SECRETARIO

ANEXO N° 8 Acta de sesión de la tercera Asamblea Constitutiva.

ACTA DE SESION DE LA TERCERA SAMBLEA CONSTITUTIVA DE LA ASOCIACIÓN DE GANADEROS VACUNOS DE LA COMUNA SAN MARCOS "ASOGANVAC"

En la Comunidad de San Macos de la Parroquia Colonche, Cantón Santa Elena de la Provincia de Santa Elena, a los 10 días del mes de Marzo del 2013 siendo a las 2:00 horas en la casa Comunal, sedé provisional de La Asociación de Ganaderos "ASOGANVAC". Nos reunimos los ganaderos de la zona con el carácter de urgente y de extraordinaria, con el objetivo de tratar temas anteriores y leer el acta anterior donde nos constituimos como Asociación; así mismo de empezar a socializar, estudiar y discutir los Estatutos de la Asociación, que en primera instancia se inicia con el Nombre, Domicilio y Naturaleza Jurídica de la Organización. Objetivo y Fines específicos y Fuentes de Ingresos. Clases de Miembros. Deberes y Obligaciones de los Miembros o Socios de la Asociación De ganaderos.

El Sr. Secretario pone a consideración el Orden del Día:

1. Saludo, Bienvenida e Instalación de la Asamblea por el Presidente.
2. Lectura del Acta Anterior.
3. Socializar, estudiar y discutir los Estatutos de la Asociación
4. Clausura.

El orden del día fue aprobado por unanimidad de los asistentes.

En primer punto el Sr. Presidente Méndez Santisteban Santiago de La Asociación de Ganaderos "ASOGANVAC", Saluda y da la bienvenida a todos los presente, y agradece la presencia, de los asociados manifestando que esa es la unión que necesitamos para seguir adelante asociativo.

En segundo punto el Sr. Miraba Rosales Carlos Cesar, Secretario que de lectura al acta anterior, para que sean discutidos y aprobados por la Asamblea General y sin modificación algún fue aprobado por unanimidad.

En tercer punto se comienza a socializar, estudiar y discutir los Estatutos de la Asociación de Ganaderos donde intervienen los siguientes socios:

El Sr. Guale Tomalá Rosendo, manifiesta que se debe seguir con el proceso y además se debe seguir con la recomendación de parte del Ministerio de Agricultura Ganadería, Acuacultura y Pesca MAGAP de Santa Elena, con respecto a la constitución de la organización, en especial sobre sus fines y objetivos que se pretende cumplir. Se pone a consideración de la Asamblea General las recomendaciones sobre los fines antes expuestos.

Luego en lo referente al artículo 1 del Nombre, Domicilio y Naturaleza Jurídica de la Organización, el Sr. Quinde Malavé Eleuterio Cristóbal manifiesta que las instalaciones del Domicilio de la Asociación establecida en un lugar específico cerca de todos, para poder asistir sin ningún contratiempo, como suele suceder.

Posteriormente el Sr. Orrala Tomalá Máximo toma la palabra y en lo que se refiere a el Artículo 7 de los Derechos del socio, este artículo todos los socios en todas las Asambleas que se realicen deberá tener voz y voto, después de discusiones, los socios de manera unánime estuvieron de acuerdo si es miembro de la Asociación y en las Asambleas sean estas ordinarios y extraordinarias deberá tener voz y voto caso en las decisiones y discusiones que se realicen.

Siguiendo con el debate refiriéndose al Artículo 8 de los Deberes y Obligaciones, el Sr. Lima José Mateo José manifiesta que todos los socios debemos participar en forma activa en la vida de la Asociación asistiendo de manera puntual a todas las reuniones que fuéramos convocados legalmente por la Asamblea General.

En lo referente al artículo 14 de las atribuciones y deberes de la junta Directiva, el sr Carlos Cesar Miraba manifiesta que los miembros de la junta directiva deben tener claro sus funciones, participar todas las celebraciones de contrato además que se debe sancionar a los socios siempre y cuando estos no cumplan con lo dispuesto en los reglamentos internos. Gestionar los programas de capacitación, presentar los balances y los informes de todas las actividades mensualmente.

Del art 16 el sr Wilson Tomalá, opina que los deberes de la junta de vigilancia deben cumplirse a cabalidad, actuando como agente de regulación y control de todos los gastos y todo lo referente con la parte financiera de la Asociación y que el informe que debe entregar anual debe ser claro e entendible. Y así mismo en lo referente al art 19 de los en las funciones y responsabilidad del administrador que como representante legal de la asociación debe cumplir y hacer que se cumpla con las disposiciones de la junta General.

Siendo las 16h00, llegando al estudio, discusión de los Estatutos de La Asociación de Ganaderos en la Comuna San Marcos "ASOGANVAC" y sin muchas modificaciones en los Estatutos la Asamblea General los aprobó, finalmente una vez aprobado los Estatutos El Presidente declara concluida la Asamblea, firmando para dar constancia de todos los asistentes, él y el Secretario Ad-hoc que certifica.

Sr. Méndez Santisteban Santiago
PRESIDENTE

Sr. Romero Pozo Eduardo
SECRETARIO

ANEXO N° 9 Estatutos de “ASOGANVAC”

ESTATUTO DE LA ASOCIACIÓN DE GANADEROS VACUNOS DE LA COMUNA SAN MARCO “ASOGANVAC”

TÍTULO PRIMERO GENERALIDADES Y PRINCIPIOS

Artículo 1.- CONSTITUCIÓN: Se constituye la Asociación de Ganaderos Vacunos en la Comuna San Marco “ASOGANVAC” que se registrará por la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario y del Sector Financiero Popular y Solidario, su Reglamento General, las Resoluciones de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria y del ente regulador, el presente Estatuto, los Reglamentos Internos y las normas jurídicas que le fueren aplicables, en razón de su actividad.

Artículo 2.-DOMICILIO, RESPONSABILIDAD Y DURACIÓN: El domicilio principal de la Asociación será la Comuna San Marcos, de la Parroquia Colonche, Cantón Santa Elena, de la Provincia SANTA ELENA; pudiendo ejercer su actividad en cualquier parte del territorio nacional, previa autorización de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. La asociación será de duración indefinida, y responsabilidad limitada a su capital social, por tanto, la responsabilidad de sus asociados estará limitada al capital que aporten a la entidad.

Artículo 3.- OBJETO SOCIAL: La Asociación tendrá como objeto principal consolidar mecanismos de productivos y comercialización de productos cárnicos, brindando un producto de óptima calidad al consumidor final, contribuyendo así al desarrollo y crecimiento de la asociación.

Para su cumplimiento podrá efectuar especialmente las siguientes actividades:

1. Adquirir, arrendar, enajenar, administrar, preñar o hipotecar bienes inmuebles;
2. Importar maquinaria, vehículos, equipos, materia prima, insumos y similares, destinados al cumplimiento de su objeto social;
3. Exportar la producción de sus asociados preservando la soberanía alimentaria;
4. Propender al mejoramiento social de sus miembros, mediante la comercialización de los productos o servicios desarrollados por ellos;
5. Propender a la eficiencia de las actividades económicas de sus asociados, fomentando el uso de técnicas y tecnologías innovadoras y amigables con el medio ambiente;
6. Suscribir convenios de cooperación técnica y capacitación con organismos gubernamentales y no gubernamentales, nacionales y/o extranjeros, para el fortalecimiento de las capacidades de sus asociados;
7. Promover la integración con organizaciones afines o complementarias, procurando el beneficio colectivo;

TITULO SEGUNDO DE LOS ASOCIADOS

Artículo. 4.- ASOCIADOS: Son miembros de la Asociación, las personas naturales legalmente capaces, con actividades relacionadas con el objeto social establecido en el artículo 3 del presente Estatuto, aceptadas por la Junta Directiva, previo el cumplimiento de los requisitos y procedimientos específicos que constarán en el Reglamento Interno.

Artículo. 5.- OBLIGACIONES Y DERECHOS DE LOS ASOCIADOS: Son obligaciones y derechos de los asociados, además de los establecidos en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y su Reglamento General, los siguientes:

1. Intervenir en las Juntas Generales con voz y voto, pudiendo elegir y ser elegidos para los cargos directivos, previo el cumplimiento de los requisitos previstos en el presente estatuto y en su Reglamento Interno;
2. Ser beneficiarios de los programas de capacitación, asistencia técnica y de los servicios que ofrezca la Asociación;
3. Utilizar responsablemente los bienes y servicios comunes;
4. Cumplir las disposiciones legales, reglamentarias, los estatutos sociales y la normativa interna que rigen a la Asociación;
5. Cancelar los aportes de capital no reembolsable y las cuotas ordinarias y extraordinarias que sean fijadas por la Junta General o la Junta Directiva;
6. Desempeñar las obligaciones inherentes al cargo para el que hayan sido designados;
7. Contribuir con su comportamiento al buen nombre y prestigio de la Asociación;
8. No incurrir en competencia desleal en los términos dispuestos en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y su Reglamento;
9. No utilizar a la organización para evadir o eludir obligaciones tributarias propias o de terceros, o para realizar actividades ilícitas;
10. Los demás que consten en el Reglamento Interno.

Artículo 6.- PÉRDIDA DE LA CALIDAD DE ASOCIADO: La calidad de asociado se pierde por retiro voluntario, exclusión o fallecimiento.

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

Artículo 8.- EXCLUSIÓN: La exclusión del asociado será resuelta por la Junta Directiva de conformidad con las causas y el procedimiento establecidos en el Reglamento Interno. La exclusión será susceptible de apelación ante la Junta General en última y definitiva instancia.

TÍTULO TERCERO ORGANIZACIÓN Y GOBIERNO

Artículo 9.- ESTRUCTURA INTERNA: El gobierno, dirección, administración y control interno de la Asociación, se ejercerá por medio de los siguientes organismos:

1. Junta General;
2. Junta Directiva;
3. Junta de Vigilancia; y;
4. Administrador.

DE LA JUNTA GENERAL

Artículo 10.- La Junta General es la máxima autoridad de la Asociación, estará integrada por todos los asociados, quienes tendrán derecho a un solo voto. Sus decisiones serán obligatorias para los órganos internos y sus asociados, siempre que estas decisiones no sean contrarias a la ley, al reglamento o su estatuto social.

Artículo 11.-ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA GENERAL

1. Aprobar y reformar el Estatuto Social y el Reglamento Interno;
2. Elegir y remover a los miembros de las Juntas Directiva y de Vigilancia y al Administrador, con el voto secreto de más de la mitad de sus integrantes;
3. Fijar las cuotas de admisión, ordinarias y extraordinarias que tendrán el carácter de no reembolsables;
4. Resolver las apelaciones presentadas por los asociados sancionados por la Junta Directiva;
5. Aprobar los estados financieros y el balance social de la asociación;
6. Aprobar o rechazar los informes de la Junta Directiva, Junta de Vigilancia y Administrador;
7. Aprobar el plan estratégico y el plan operativo anual, con sus presupuestos, presentados por la Junta Directiva;
8. Resolver la transformación, fusión, disolución y liquidación, de la Asociación en Junta General extraordinaria con el voto de las dos terceras partes de los asociados;

Artículo 12.- CLASES Y PROCEDIMIENTO DE JUNTAS GENERALES: Las Juntas Generales serán ordinarias y extraordinarias y su convocatoria, quórum y normas de procedimiento parlamentario, constarán en el Reglamento Interno de la Asociación. En la convocatoria constará por lo menos: lugar, fecha, hora de la Junta y el orden del día.

DE LA JUNTA DIRECTIVA

Artículo 13.- La Junta Directiva estará integrada por el Presidente, el Secretario y 3 Vocales elegidos en votación secreta por la Junta General, previo cumplimiento de los requisitos que constarán en el Reglamento Interno de la Asociación. Los miembros de la Junta Directiva durarán 2 años en sus funciones y podrán ser reelegidos por una sola vez consecutiva. Cuando concluyan su segundo período inmediato, no podrán ser elegidos para ningún cargo directivo hasta después de 2 años.

Artículo 14.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA DIRECTIVA: Son atribuciones y deberes de la Junta Directiva:

1. Dictar las normas de funcionamiento y operación de la Asociación;
2. Aceptar o rechazar las solicitudes de ingreso o retiro de asociados;
3. Autorizar la celebración de contratos en los que intervenga la Asociación, hasta por el 30% del presupuesto anual;
4. Sancionar a los socios de acuerdo con las causas y el procedimiento establecidos en el Reglamento Interno;
5. Aprobar los programas de educación, capacitación y bienestar social de la Asociación, con sus respectivos presupuestos;
6. Presentar, para aprobación de la Junta General, los estados financieros, balance social y su informe de labores;
7. Elaborar el proyecto de reformas al Estatuto y someterlo a consideración y aprobación de la Junta General.

DE LA JUNTA DE VIGILANCIA

Artículo 15.- La Junta de Vigilancia supervisará las actividades económicas y el cumplimiento de las resoluciones de la Junta General y la Junta Directiva. Estará integrada por 3 vocales principales y sus respectivos suplentes, elegidos en votación secreta por la Junta General, previo cumplimiento de los requisitos constantes en el Reglamento Interno. Los miembros de la Junta Vigilancia durarán 2 años en sus funciones y podrán ser relegidos por una sola vez consecutiva. Cuando concluyan su segundo período inmediato, no podrán ser elegidos para ningún cargo directivo hasta después de 2 años.

Artículo 16.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA DE VIGILANCIA: Son atribuciones y deberes de la Junta de Vigilancia:

1. Supervisar los gastos económicos que realice la Asociación;
2. Vigilar que la contabilidad se encuentre al día y debidamente sustentada;
3. Conocer el informe administrativo, los estados financieros y el balance social presentados por el Administrador;
4. Presentar su Informe anual de labores a la Junta General.

DEL PRESIDENTE

Artículo 17.-ATRIBUCIONES: El Presidente de la Junta Directiva presidirá también la Asociación y la Junta General. Durará 2 años en sus funciones, pudiendo ser relegido por una sola vez, mientras mantenga la calidad de vocal de la Junta Directiva; y, además de las atribuciones propias de la naturaleza de su cargo, tendrá las siguientes;

1. Convocar y presidir las juntas generales y sesiones de junta directiva;
2. Firmar, conjuntamente con el Secretario, la documentación de la Asociación y las actas de las sesiones;
3. Presidir todos los actos oficiales y protocolarios de la Asociación;
4. Cumplir y hacer cumplir el Estatuto, Reglamento Interno y demás disposiciones emitidas por la Junta General y la Junta Directiva.

DEL SECRETARIO

Artículo 18.- FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES: El Secretario de la Asociación, además de las funciones y responsabilidades propias de la naturaleza de su cargo, tendrá las siguientes:

1. Elaborar las actas de las sesiones de Junta General y Junta Directiva, responsabilizándose por su contenido y conservación;
2. Firmar, conjuntamente con el Presidente, la documentación de la Asociación y las actas de las sesiones;
3. Certificar y dar fe de la veracidad de los actos, resoluciones y de los documentos institucionales, previa autorización del Presidente;
4. Cumplir las obligaciones relacionadas con la recepción, conocimiento y despacho de la correspondencia de la Asociación;
5. Custodiar y conservar ordenadamente el archivo;
6. Entregar a los asociados, previa autorización del Presidente, la información que esté a su cargo y que le sea requerida;
7. Notificar las resoluciones;
8. Llevar el registro actualizado de la nómina de asociados, con sus datos personales.

DEL ADMINISTRADOR

Artículo 19.- FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES: El Administrador será elegido por la Junta General, por un período de 2 años y además de las atribuciones propias de la naturaleza de su cargo, tendrá las siguientes:

1. Representar legalmente a la Asociación;
2. Cumplir y hacer cumplir a los asociados, las disposiciones emitidas por las Juntas General y Directiva;
3. Administrar la asociación, ejecutando las políticas, planes, proyectos y presupuestos debidamente aprobados;
4. Presentar el informe administrativo, los estados financieros y el balance social para conocimiento de la Junta de Vigilancia y aprobación de la Junta General;

TÍTULO CUARTO RÉGIMEN ECONÓMICO

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

1. Las cuotas de admisión, ordinarias y extraordinarias, que tienen el carácter de no reembolsables;
2. La totalidad de las utilidades y excedentes del ejercicio económico una vez cumplidas las obligaciones legales; y,
3. Las donaciones efectuadas a su favor que, en caso de disolución, no podrán ser objeto de reparto entre los asociados. La Junta General determinará, la organización pública o privada, sin fin de lucro, que será

beneficiaria de estos bienes y que tendrá como objeto social una actividad relacionada con el sector economía popular y solidaria.

Art.21.- CONTABILIDAD Y BALANCES: La Asociación aplicará las normas contables establecidas en el catálogo Único de Cuentas emitido por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. Los estados financieros y balance social anuales serán aprobados dentro de los primeros noventa días de cada año por la Junta General.

TÍTULO QUINTO DE LA TRANSFORMACIÓN, FUSIÓN, DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

Artículo 22.- TRANSFORMACIÓN: La Asociación podrá transformarse en cooperativa por decisión de las dos terceras partes de los asociados tomada en Junta General convocada para ese efecto y con aprobación de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria; o, por disposición de esta Superintendencia, cuando haya superado los niveles de activos, ventas y número de asociados para mantener la condición de Asociación.

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

Art 24.- DISOLUCIÓN y LIQUIDACIÓN: La Asociación se disolverá y liquidará por voluntad de sus integrantes, expresada con el voto secreto de las dos terceras partes de los asociados, en Junta General convocada especialmente para el efecto; y, por resolución de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, de acuerdo con las causales establecidas en la Ley y su Reglamento.

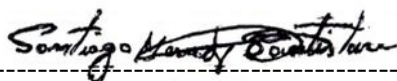
DISPOSICIONES GENERALES

PRIMERA.- Se entienden incorporadas al presente estatuto y formando parte del mismo, las disposiciones de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, su Reglamento General, las dictadas por el ente regulador y la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

SEGUNDA. - Los conflictos que surgieren al interior de la Asociación serán resueltos según los mecanismos establecidos en el Reglamento Interno que deberá incluir como instancia de resolución, la presentación ante un Centro de Mediación debidamente autorizado y calificado por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, antes del ejercicio de las acciones administrativas o judiciales que sean pertinentes.

TERCERA.- Los directivos, asociados y administrador de la Asociación, brindarán, obligatoriamente, las facilidades necesarias para la realización de inspecciones, supervisiones, exámenes especiales, auditorías y entregarán la información que fuere requerida por la Superintendencia, caso contrario, serán de su responsabilidad, las sanciones que pudieran imponerse a la asociación

CERTIFICACIÓN.- En mi calidad de Secretaria de la Asociación de Ganaderos vacunos en la Comuna San Marcos "ASOGANVAC". CERTIFICO que el presente Estatuto, fue realizado conforme a lo establecido en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, y aprobado en Asamblea General, efectuada el 10 de marzo del presente año, conforme consta en el Libro de Actas, al que me remito en caso de ser necesario. Lo certifico, en la Comuna San Marcos, Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena, a los 10 días del mes de Marzo del año 2013.



Sr. Méndez Santisteban Santiago
PRESIDENTE



Sr. Romero Pozo Eduardo
SECRETARIO

Nómina de los ganaderos “ASOGANVAC”

N°	NOMBRES Y APELLIDOS	N° CÉDULA	FIRMAS
1	JOSÉ MALAVÉ		
2	VÍCTOR FLORENCIO JOSÉ MALAVÉ	093418789-0	
3	GREGORIO JOSÉ MALAVÉ	091693528-2	
4	INOCENCIO POZO MAGALLANES		
5	FAUSTO EDUARDO MAGALLANES GUALE	091245324-3	
6	JUVENAL JOSÉ DE LA O	093245892-0	
7	ESTABA POZO POZO	091822458-5	
8	FRANCISCO CRISTÓBAL JOSÉ POZO		
9	MATEO JOSÉ LIMA JOSÉ	091069677-2	
10	JACINTO MÉNDEZ GAVINO	092193523-5	
11	JOSÉ MIGUEL POZO JOSÉ	091067482-9	
12	ROSENDO GUALE TÓMALA	090545535-8	
13	MARCOS SERGIO POZO GUALE	090866993-0	
14	PEDRO JOSÉ MALAVÉ		
15	PABLO JOSÉ MALAVÉ		
16	JOSÉ LIMA JOSÉ		
17	SANTIAGO MÉNDEZ SANTISTEBAN	090128138-6	
18	WILSON DE JESÚS TÓMALA MEDINA	091193025-3	
19	ALFONSO PIN JOHNNY PATTERSON	091287794-1	
20	CARLOS CESAR MIRABA ROSALES	092736953-7	
21	COCHEA LINO MANUEL AUGUSTO	090708413-5	
22	JORGE AGEL MIRABA REYES	0924364553-0	
23	EDUARDO ROMERO POZO	0985543165-1	
24	FILOMENO TÓMALA POZO	090675213-2	
25	REMIGIO TÓMALA JOSE		
26	WALTER MÉNDEZ MIRABA	092376311-4	
27	MAXIMO ORRALA TOMALA	090518475-0	
28	CRISTOBAL QUINDE MALAVE	090164619-9	
29			
30			
31			
32			
33			
34			

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

ANEXO N° 10 Solicitud de Reserva de Nominación

SOLICITUD DE RESERVA DE DENOMINACIÓN

Lugar y Fecha: La libertad, 10 de octubre de 2013

Señor
Hugo Jácome Estrella
SUPERINTENDENTE DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA
Presente.-

De mi consideración:

Yo, SANTIAGO MENDEZ SANTISTEBAN, con cédula de ciudadanía No 090128138-6 en mi calidad de Presidente Provisional, dentro del proceso de obtención de personalidad jurídica de asociaciones y de cooperativas de la EPS, de conformidad a lo establecido en el Art. 4 del Reglamento a la LOEPS, solicito se efectúe la reserva de una de las siguientes denominaciones, conforme al siguiente orden de preferencia:

Denominación	Traduzca al castellano en caso de denominaciones en idioma kichwa y/o shuar y/o idiomas ancestrales:
1. ASOCIACION DE GANADEROS VACUNOS EN LA COMUNA SAN MARCOS "ASOGANVAC".	-----
2. ASOCIACIÓN DE GANADEROS "EL PASTOREO".	-----
3. ASOCIACION DE CRIADEROS DE GANADO VACUNO EN LA COMUNA SAN MARCOS "ASOCRIGAN".	-----

Datos del Solicitante:


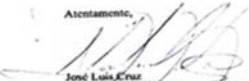
Dirección: San Marcos-Colonche-Santa Elena-Ecuador
Número de Teléfono: 0939943420
Correo Electrónico: santiago-m@hotmail.com

FIRMA: Santiago Méndez Santisteban

0901281386



ANEXO N° 11 Carta de aceptación de la asociación "ASOGANVAC"

<div style="text-align: center;">  </div> <p>OFICIO No. SEPS-SGE-DNRO-2013- 15929</p> <p>Quito, D.M., 01 NOV 2013</p> <p>Mgs. Mónica María Vásquez Leiva DIRECTORA DE FORTALECIMIENTO DE ACTORES. IEPS MINISTERIO DE INCLUSIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL Presente</p> <p>De mi consideración:</p> <p>En atención a su Oficio No. MIES-IEPS-DFAL-2013-0201, de 23 de octubre de 2013, mediante el cual requiere la reserva de denominación de diferentes organizaciones asociativas, me permito notificarle que una vez revisados los registros correspondientes, han sido aprobadas las reservas con las siguientes denominaciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Asociación de Servicios en Investigación, Educación, Ciencia y Tecnología MAZONÍA EXTREMA, "ASOMAZEXT"; 2.- Asociación de Productores Agrícolas CHACHI URA CHUNU (Vivir Bien), "ASOURCHUN"; 3.- Asociación de Cultivadores Orgánicos EL CHORRO, "ASOELCHOR"; 4.- Asociación de Servicios EL CHARAPANO, "EL CHARAPANO"; 5.- Asociación de Ganaderos Vacunos EN LA COMUNA SAN MARCOS, "ASOGANVAC"; 6.- Asociación de Costureras Artesanales EL BUEN VESTIR, "ASOBUVES"; 7.- Asociación Agroindustrial EL CHAQUEÑO, "ASOCHAQUEÑ". <p>Estas reservas tienen una vigencia de 90 días, de conformidad con el Art. 4 del Reglamento a la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario. Dentro del plazo señalado, las organizaciones deberán presentar los requisitos para el otorgamiento de la personalidad jurídica.</p> <p>Respecto de la petición realizada por el señor Recalde Paredes Luis Antonio, debo manifestar que la propuesta planteada contiene dos objetos o más no complementarios que contravienen el Art. 18 de la LOEPS que define a las entidades asociativas, situación que no permite atender favorablemente dicha petición.</p> <p>Atentamente,</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Polo Santiago Herrera DIRECTOR NACIONAL DE REGISTRO DE LAS ORGANIZACIONES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO <i>c/ Superintendencia de Compañías</i> Dirección de Registro Teléfono SEPS-2013-039127</p> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;"> MINISTERIO DE INCLUSIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL Documento No. : MIES-IEPS-GA-2013-0467-EXT Fecha : 2013-11-05 12:08:52 GMT -05 Recibido por : Andrea Jacqueline Teras Fabre Para verificar el estado de su documento ingrese a http://www.gestiondocumental.eoh.ec </div> <p style="font-size: small;">Portugal E10-47 y República de El Salvador <small>© Ministerio de Inclusión Económica y Social</small></p>	<div style="text-align: center;">  </div> <p>MINISTERIO DE INCLUSIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL</p> <p style="text-align: right;">Memorando Nro. MIES-IEPS-DFAL-2013-0368-M Quito, D.M., 06 de noviembre de 2013</p> <p>PARA: Sr. Ing. Stalin Alfredo Marquez López Director Técnico Zonal 5 encargado, IEPS</p> <p>ASUNTO: OTORGAMIENTO DE DENOMINACION A DOS ORGANIZACIONES ASOCIATIVAS EN FORMACION DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.</p> <p>De mi consideración:</p> <p>Mediante Oficio N° SEPS-SGE-DNRO-2013-15929 de noviembre 01 de 2013, la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, notifica la aprobación de las siguientes denominaciones correspondientes a dos (02) organizaciones de la provincia de Santa Elena:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ASOCIACION DE GANADEROS VACUNOS EN LA COMUNA SAN MARCOS, "ASOGANVAC"; 2. ASOCIACION DE COSTURERAS ARTESANALES EL BUEN VESTIR, "ASOBUVES". <p>En tal virtud las organizaciones mencionadas tienen 90 días para presentar los demás requisitos para el otorgamiento de la personalidad jurídica, esta documentación deberá ser entregada conforme a los formatos oficiales, cualquier inquietud sobre estos formatos por favor comunicarse telefónicamente con el funcionario Sr. José Luis Cruz, encargado de llevar a cabo este proceso en la SEPS.</p> <p>Es responsabilidad de la Dirección Zonal a su cargo, notificar el contenido del Oficio N° SEPS-SGE-DNRO-2013-15929 de noviembre 01 de 2013, (adjunto al presente oficio), a las organizaciones que han obtenido la aprobación de su denominación.</p> <p>Con sentimientos de distinguida consideración.</p> <p>Atentamente,</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>José Luis Cruz SERVIDOR PÚBLICO I, IEPS</p> <p>Adjunto: - OFICIO N° 15929.pdf</p> <p>Copia: Sr. Ing. Luis Martín Suarez Yápez Servidor Público 5, Ieps Sr. Mgs. Mónica María Vásquez Leiva Directora de Fortalecimiento de Actores, Ieps</p> <p style="text-align: right; font-size: x-small;">www.mieps.gov.ec</p>
---	--

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

ANEXO N° 12 Logo y Slogan de la Asociación

Logotipo de la asociación de ganaderos en la Comuna San Marcos "ASOGANVAC"



Slogan de la asociación de ganaderos de la Comuna San Marcos "ASOGANVAC".



VIVE SANO CONSUMIENDO PRODUCTOS DE CALIDAD

ANEXO N° 13 Formatos de control veterinario.

“ASOGANVAC”							
Ficha de control veterinario de los (as) terneros (as) recién nacidos (as)							
Encargado:					Fecha:		
N°	Tipo de ganado	Fecha nacimiento	Peso (kg)	Tipo medicamento	Dosis	sexo	Descripción

Firma de encargado:

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

“ASOGANVAC”								
Ficha de control veterinario de los (as) terneros (as) de destete.								
Encargado:						Fecha:		
N°	Tipo de ganado	Edad	Peso (kg)	Talla	Tipo medicamentos	Dosis	sexo	Observación

Firma de encargado:

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

“ASOGANVAC”								
Ficha de control veterinario de los (as) terneros (as) de crecimiento.								
Encargado:						Fecha:		
N°	Tipo de ganado	Edad	Peso (kg)	Talla	Tipo medicamento	Dosis	sexo	Observación

Firma de encargado:

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

“ASOGANVAC”									
Ficha de control veterinario de los terneros y vaquillas.									
Encargado:						Fecha:			
N°	Tipo de ganado	Edad	Peso (kg)	Talla	Tipo medicamento	Dosis	sexo	Condición corporal	Fecha de celos

Firma de encargado:

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

“ASOGANVAC”									
Ficha de control veterinario de los terneros y vaquillonas.									
Encargado:						Fecha:			
N°	Tipo de ganado	Edad	Peso (kg)	Talla	Tipo medicamento	Dosis	sexo	Condición corporal	Fecha de Preñez

Firma de encargado:

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

“ASOGANVAC”									
Ficha de control veterinario los bovinos destinados para la producción de carne.									
Encargado:						Fecha:			
N°	Tipo de ganado	Edad	Peso inicial (kg)	Peso final (Kg)	talla	Tipo medicamento	dosis	sexo	Condición corporal

Firma de encargado:

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

ANEXO N° 14 Datos de la Población Económicamente Activa (PEA).

CUADRO N° 60 Población

EDADES	POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA(PEA)	
	COLONCHE	MANGLARALTO
De 95 y más años	11	9
De 90 a 94 años	25	27
De 85 a 89 años	62	61
De 80 a 84 años	94	120
De 75 a 79 años	145	163
De 70 a 74 años	203	227
De 65 a 69 años	260	263
De 60 a 64 años	269	299
De 55 a 59 años	391	429
De 50 a 54 años	426	498
De 45 a 49 años	510	625
De 40 a 44 años	641	714
De 35 a 39 años	739	917
De 30 a 34 años	926	1.014
De 25 a 29 años	989	1.020
De 21 a 24 años	841	915
De 18 a 20 años	708	766
De 15 a 17 años	656	705
De 10 a 14 años	1.319	1.301
SUBTOTAL	9.214	10.072
TOTAL	19.286	

Fuente: Datos del INEC 2010 (PEA)

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

ANEXO N° 15 Datos de la muestra.

CUADRO N° 61 Muestra para la encuesta según el rango de edades

EDADES	POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA(PEA)				
	COLONCHE	MANGLARALTO	TOTAL PEA	FRECUENCIA n	PORCENTAJE
De 45 a 49 años	278	125	1.419	198	53%
De 40 a 44 años	302	137			
De 35 a 39 años	396	181			
De 30 a 34 años	471	206	1.294	98	26%
De 25 a 29 años	426	192			
De 21 a 24 años	484	243	1.525	81	21%
De 18 a 20 años	547	251			
			4.239	377	100%

Fuente: Datos del INEC 2010 (PEA)

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

ANEXO N° 16 Operacionalización de las variables

CUADRO N° 62 Operacionalización de las variables.

TITULO: PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LA COMUNA SAN MARCOS Y BARBASCOL, PARROQUIA COLONCHE, PROVINCIA DE SANTA ELENA. AÑO 2015			
<p><u>PROBLEMA:</u> ¿Cómo inciden las estrategias asociativas competitivas (VI) en la producción de ganado vacuno (VD) de la comuna San Marcos y Barbascol, de la Parroquia Colonche, provincia de Santa Elena. Año 2015?</p>	<p><u>OBJETIVO:</u> Evaluar en que inciden las estrategias asociativas competitivas en el mejoramiento de la reproducción de ganados vacunos, mediante, y un estudio de diagnóstico de ganaderos para la implementación de un plan de asociatividad de ganaderos en la Comuna San Marco y Barbascol; Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena. Año 2015.</p>	<p><u>HIPOTESIS</u> La incidencia de las estrategias asociativas competitivas, en el mejoramiento de la producción de ganado vacuno, mediante un estudio de diagnóstico, de los ganaderos de la comuna san Marcos; Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena. Año 2015.</p>	<p><u>TEMA :</u> La incidencia de las estrategias asociativas competitivas en el mejoramiento de la producción de ganado vacuno, la implementación de un plan de asociatividad para la comuna San Marcos y Barbascol, Parroquia Colonche, provincia de Santa Elena. Año 2015.</p>
<p><u>SISTEMATIZACION:</u> <u>PARA VARIABLE INDEPENDIENTE</u> 1. ¿Cómo inciden las estrategias asociativas competitivas en el mejoramiento de la producción de ganado en la Comuna San Marcos y Barbascol, de la Parroquia Colonche, provincia de Santa Elena. Año 2015? 2. ¿De qué manera afecta el poco uso de la tecnología en la asociación de ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol, de la Parroquia Colonche, provincia de Santa Elena. Año 2015?</p> <p><u>PARA VARIABLE DEPENDIENTE</u> 3. ¿Cómo afecta el trabajo asociativo en los ganaderos comuna San Marcos y Barbascol, de la Parroquia Colonche, provincia de Santa Elena. Año 2015? 4. ¿Qué factores influyen en la producción de la Asociación de ganaderos la comuna San Marcos y Barbascol, de la Parroquia Colonche, provincia de Santa Elena. Año 2015?.</p> <p><u>PARA PROPUESTA</u> 5. ¿Cómo influye un plan asociativo en la asociación de ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol, de la Parroquia Colonche, provincia de Santa Elena. Año 2015?</p>		<p><u>OBJETIVOS ESPECIFICOS:</u> <u>PARA VARIABLE INDEPENDIENTE</u> 1. Determinar cómo inciden las estrategias asociativas de diferenciación competitivas en el mejoramiento de la producción en los ganaderos de la Comuna San Marcos y Barbascol, de la Parroquia Colonche, provincia de Santa Elena. Año 2015. 2. Diagnosticar de qué manera afecta el poco uso de la tecnología en la asociación de ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol, de la Parroquia Colonche, provincia de Santa Elena. Año 2015?</p> <p><u>PARA VARIABLE DEPENDIENTE</u> 3. evaluar cómo afecta el trabajo asociativo en los ganaderos comuna San Marcos y Barbascol, de la Parroquia Colonche, provincia de Santa Elena. Año 2015? 4. Establecer Qué factores influyen en la producción de la Asociación de ganaderos la comuna San Marcos y Barbascol, de la Parroquia Colonche, provincia de Santa Elena. Año 2015?.</p> <p><u>PARA PROPUESTA</u> 5. Identificar de cómo influye un plan asociativo en la asociación de ganaderos de la comuna San Marcos y Barbascol, de la Parroquia Colonche, provincia de Santa Elena. Año 2015?</p>	

Fuente: Datos financieros del proyecto de Asociatividad
Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

ANEXO N° 17 Fotografías de la visita de observación del entorno

<p>Realizando el trabajo de observación vemos la iglesia de la Comuna</p> 	<p>Museo Cacique Baltacho de la comuna San Marcos</p> 	<p>Casa comunal de San Marcos.</p> 
<p>La observación en el campo de la actividad ganadera</p>		
		

Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

ANEXO N° 18 Fotografías de la entrevista a profesional.

Realizando la Entrevista a los profesionales



Elaborado por el autor: Miltón Sebastián Tomalá Méndez

ANEXO N° 19 Fotografía encuestas y análisis FODA de “ASOGANVAC”

Realización de las encuestas internas y externas



Sesiones con los ganaderos de la comuna San Marcos

