



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE
SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**“PLAN ASOCIATIVO PARA LAS MICROEMPRESAS DEDICADAS
A LA ELABORACIÓN DE CONSERVAS DE ZAPALLO, EN LA
PARROQUIA ATAHUALPA, CANTÓN SANTA ELENA,
PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”**

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**AUTORA: CRESPO ARÍZAGA MIRLA VERÓNICA
TUTORA: ING. MEDINA VERGARA VIVIANA MBA.**

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE
SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**“PLAN ASOCIATIVO PARA LAS MICROEMPRESAS DEDICADAS
A LA ELABORACIÓN DE CONSERVAS DE ZAPALLO, EN LA
PARROQUIA ATAHUALPA, CANTÓN SANTA ELENA,
PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”**

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**AUTORA: CRESPO ARÍZAGA MIRLA VERÓNICA
TUTORA: ING. MEDINA VERGARA VIVIANA MBA.**

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

La Libertad, diciembre del 2012

APROBACIÓN DE LA TUTORA

En mi calidad de Tutora del trabajo de investigación, “**PLAN ASOCIATIVO PARA LAS MICROEMPRESAS DEDICADAS A LA ELABORACIÓN DE CONSERVAS DE ZAPALLO, EN LA PARROQUIA ATAHUALPA, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013**”, elaborado por la Srta. Crespo Arízaga Mirla Verónica, egresada de la Carrera de Administración de Empresas, Escuela de Administración, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....
Ing. Medina Vergara Viviana MBA.
TUTORA

DEDICATORIA

Dedico este trabajo investigativo con mucho amor a toda mi linda familia especialmente a mis queridos padres quienes han sido la base fundamental para hacer realidad mi sueño de verme convertida en toda una profesional y por haberme guiado por el correcto camino de la vida con sabios consejos, valores y principios.

A mis hermanos por su gran ayuda en este trabajo investigativo, por la paciencia prestada en los momentos difíciles en el desarrollo de este trabajo.

A todos ellos mil gracias de todo corazón.

Mirla

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a Jehová Dios por ser parte integral de mi existencia.

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena especialmente a la Carrera de Administración de Empresas, a los docentes de esta Facultad por haber brindado sus conocimientos, paciencia y motivación para culminar mi carrera universitaria.

Mirla

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón MSc.
DECANA DE FACULTAD
C.C. ADMINISTRATIVAS

Econ. Pedro Aquino Caiche MSc.
DIRECTOR DE LA ESCUELA
DE ADMINISTRACIÓN

Ing. Viviana Medina Vergara MBA.
PROFESORA-TUTORA

Ing. Germán Mosquera Soriano MSc
PROFESOR DEL ÁREA

Ab. Milton Zambrano Coronado MSc.
SECRETARIO GENERAL - PROCURADOR

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

**“PLAN ASOCIATIVO PARA LAS MICROEMPRESAS DEDICADAS
A LA ELABORACIÓN DE CONSERVAS DE ZAPALLO, EN LA
PARROQUIA ATAHUALPA, CANTÓN SANTA ELENA,
PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”**

Autor: Crespo Arízaga Mirla Verónica

Tutora: Ing. Medina Vergara Viviana MBA.

RESUMEN EJECUTIVO

Las microempresas son de gran ayuda para aquellos sectores más vulnerables de un país, ya que siempre ofrecen oportunidades laborales para las amas de casas o los desempleados. En el Ecuador es un tema de gran interés que está desencadenando diversos proyectos asociativos, en los que actualmente se demuestra el protagonismo de la mujer en la búsqueda de alternativas sostenibles para administrar recursos, transformarlos y comercializarlos, explorando nuevas fuentes de ingresos y con ello, el bienestar de sus hijos, todo esto, promueve que hoy un grupo de microempresarias pertenecientes a la Parroquia Atahualpa se asocien, para alcanzar un mejor entorno social y familiar. El consumo de productos a base de zapallos ha tomado fuerza en los últimos años, la población ha concientizado y valora la importancia que tiene el alimentarse saludablemente y con ello, prevenir enfermedades, que desequilibra a la familia y a la sociedad en general. Bajo este contexto se desarrolla un plan asociativo para las microempresas dedicadas a la elaboración de conservas de zapallo, en la Parroquia Atahualpa, cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena, año 2013, conscientes de que bajo esta figura organizativa podrán desarrollar su trabajo bajo condiciones más favorables de desarrollo productivo. En el presente trabajo de investigación se les darán las pautas necesarias para que puedan conformarse como asociación puesto que el principal objetivo está relacionado con las compras conjuntas ya que se pudo evidenciar que para elaborar estos productos en forma individual les resulta más caro, así mismo cabe reconocer que este plan se elabora con la finalidad de que sus miembros reciban capacitación para la formación del recurso humano para que puedan acceder a los beneficios generados por la misma como por ejemplo utilidades, reducción de costos, y mejores condiciones de vida convirtiéndose así en un aporte generado a la economía del país.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
CONTRAPORTADA	ii
APROBACIÓN DE LA TUTORA.....	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
TRIBUNAL DE GRADO	vi
RESUMEN EJECUTIVO	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xv
ÍNDICE DE TABLAS	xvi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xxi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xxii
INTRODUCCIÓN	1
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	3
1. TEMA	3
2. EL PROBLEMA	4
3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	7
4. JUSTIFICACIÓN	8
5. HIPÓTESIS Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	10
6. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	11
CAPITULO I	
MARCO TEÓRICO.....	13
1.1. ANTECEDENTES DEL TEMA:	13
1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	14
1.2.1. Plan Asociativo	14
1.2.1.1. Tipos de Asociatividad.....	16
1.2.1.2. Características de la asociatividad	18

1.2.1.3. Ventajas de pertenecer a una asociación.....	18
1.2.1.4. Desventajas	19
1.2.1.5. Etapas	20
1.2.2. Variable Dependiente: Producción y comercialización de conservas de las microempresas dedicadas a la elaboración de conservas zapallo	21
1.2.2.1. Producción	21
1.2.2.2. Productividad	21
1.2.2.3. Competitividad.....	22
1.2.2.4. Trabajo en equipo.....	22
1.2.2.5. Producción de conservas en el Ecuador.....	23
1.2.2.6. Comercialización.....	24
1.2.2.7. La Venta.....	24
1.2.2.8. Venta personal.....	25
1.2.2.9. Satisfacción del cliente.....	26
1.2.2.10. Situación de la microempresa nacional.....	26
1.2.2.11. Las PYMES en la Provincia de Santa Elena.....	28
1.2.2.12. Características del sector.....	28
1.2.2.13. Conservas	29
1.2.2.14. El zapallo en Ecuador.....	30
1.2.2.15. Tipos de mercado desde el punto de vista del cliente	32
1.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	33
1.3.1. CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR (2008)	33
1.3.2. CÓDIGO DE LA PRODUCTIVIDAD.....	34
1.3.3. LEY ORGANICA DE LA ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO.....	35
1.3.4. CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES	37
1.4. MARCO SITUACIONAL	38
 CAPITULO II MARCO METODOLÓGICO.....	 40

2.1. Diseño de la investigación	40
2.2. Modalidad de la investigación	40
2.3. Tipos de investigación.....	41
2.3.1. Por el propósito:	41
2.3.1.1. Investigación Básica.....	41
2.3.2. Por el lugar:.....	41
2.3.2. 1. Investigación Documental-Bibliográfica	41
2.3.2.2. Investigación de Campo	41
2.4. Métodos de la investigación.....	42
2.4.1. Método inductivo	42
2.4.2. Método deductivo.....	42
2.5. Técnicas de investigación	43
2.5.1. La observación	43
2.5.2. La Entrevista	43
2.5.3. La Encuesta	44
2.6. Instrumentos de la investigación.....	44
2.6.1. Guía de entrevista.....	44
2.6.2. Cuestionario	45
2.7. Población y muestra	45
2.7.1. Población.....	45
2.7.2. Muestreo casual o incidental:.....	46
2.8. Procedimiento y Procesamiento de la investigación.....	47

CAPITULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	48
3.1. FICHA DE OBSERVACIÓN	48
3.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENTREVISTA AL PRESIDENTE DE LA JUNTA PARROQUIAL DE ATAHUALPA, SR. CELSO SORIANO.....	50
3.3. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS DIRIGIDAS A LAS MICROEMPRESARIAS DE LA PARROQUIA ATAHUALPA.....	54

3.3.1. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	71
3.3.1.1. Conclusiones de las microempresarias.....	71
3.3.1.2. Recomendaciones de las microempresarias.....	72
3.4. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS DIRIGIDAS A LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.....	73
3.4.1. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	87
3.4.1.1. Conclusiones de la Provincia de Santa Elena.....	87
3.4.1.2. Recomendaciones de la Provincia de Santa Elena.....	88

CAPITULO IV

PROPUESTA.....	89
4.1. PRESENTACIÓN.....	89
4.2. OBJETIVOS.....	90
4.2.1. Objetivo general.....	90
4.2.2. Objetivos específicos:.....	90
4.3. CONTENIDO.....	91
4.3.1. Plan asociativo.....	91
4.3.2. Visión.....	91
4.3.3. Misión.....	91
4.3.4. Filosofía.....	91
4.3.5. Políticas.....	92
4.3.6. Principios.....	92
4.3.7. Ventajas competitivas.....	92
4.3.8. Beneficios para los asociados.....	93
4.3.9. Requisitos para formar parte de la asociación.....	93
4.3.10. Requerimientos generales del producto.....	94
4.3.11. Como obtener el registro sanitario.....	94
4.3.12. Requisitos para obtener la marca del producto.....	95
4.3.13. Aspectos legales para constituir la asociación.....	96
4.3.14. Carnet de salud.....	98
4.3.15. Obtención del registro único de contribuyentes (RUC).....	99

4.3.16. Requisitos para obtener la patente municipal.....	99
4.4. ORGANIZACIÓN DE LA ASOCIACIÓN.....	100
4.4.1. Estructura administrativa-operativa de la asociación.....	100
4.4.2. Descripción de puestos.....	101
4.4.2.1. <i>Presidenta</i>	101
4.4.2.2. <i>Vicepresidenta</i>	101
4.4.2.3. <i>Contadora</i>	102
4.4.2.4. <i>Secretaria</i>	102
4.4.2.5. <i>Tesorera</i>	103
4.5. DESARROLLO DEL PERSONAL DE LA ASOCIACIÓN	103
4.5.1. CREACIÓN DE PEQUEÑOS NEGOCIOS	105
4.5.2. ADMINISTRACIÓN DE PEQUEÑOS NEGOCIOS	107
4.6. PROGRAMA PARA LA FORMACIÓN DEL RECURSO HUMANO DE LA ASOCIACIÓN.....	108
4.6.1. Programa de adiestramiento.....	109
4.6.2. Cronograma de actividades por día-semana	110
4.6.3. Presupuesto/ costo.....	111
4.6.4. PROGRAMA PARA LA FORMACIÓN DEL RECURSO HUMANO DE LA ASOCIACIÓN.....	112
4.6.4.1. PRIMER PROGRAMA	112
4.6.4.2. SEGUNDO PROGRAMA	113
4.7 COSTO DE PRODUCCIÓN	115
4.7.1. Cálculo de costos sin asociatividad.....	115
4.7.1.1. Producción de la mermelada de zapallo.....	115
4.7.1.2. Producción del dulce de zapallo.....	117
4.7.2. Cálculo de costos con asociatividad.....	118
4.7.2.1. Producción de la mermelada de zapallo.....	118
4.7.2.2. Producción del dulce de zapallo.....	119
4.7.3. Beneficios.....	120
4.7.4. Ahorro por concepto del producto terminado	120
4.7.5. Resumen de los beneficios	121

4.8. FINANCIAMIENTO	121
4.8.1. Aporte de las futuras socias para la asociación.....	121
4.8.2. Crédito.....	121
4.8.2.1. Requisitos:.....	122
4.9. ESTUDIO DE MERCADO	124
4.9.1. Definición del producto.....	124
4.9.2. Canales de distribución, estrategias de ventas y promoción.	124
4.9.3. Publicidad.....	125
4.10. PLAN DE ACCIÓN.....	125
4.10.1. Plan.....	126
4.11. ANÁLISIS FODA.....	128
4.12. DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS.....	129
4.13. DESCRIPCIÓN DE PROCESOS PARA ELABORAR MERMELADA DE ZAPALLO	130
4.13.1. Recepción de materia prima.....	130
4.13.3. Cocción del zapallo	131
4.13.5. Envasado de la mermelada.....	132
4.13.6. Etiquetado del producto y embalaje.....	132
4.13.7. Almacenaje y cuarentena	133
4.13.8. Distribución y ventas.....	133
4.14. ELABORACIÓN DEL DULCE DE ZAPALLO	133
4.14.1. Cocción del zapallo.....	133
4.15. UBICACIÓN DE LA ASOCIACIÓN	135
4.16. ANÁLISIS DE FUERZAS COMPETITIVAS	136
4.16.1. Amenaza de competidores potenciales	136
4.16.2. Poder de negociación de los proveedores	136
4.16.3. Poder de negociación de los compradores	137
4.16.4. Amenaza de productos sustitutos.....	137
4.16.5. Rivalidad de empresas competidoras	137
4.17. ESTUDIO FINANCIERO	138
4.17.1. INVERSIONES REQUERIDAS	138

4.17.2. INVERSIÓN FIJA	141
4.17.3. ACTIVO DIFERIDO	142
4.17.4. CAPITAL DE TRABAJO	142
4.17.5. RESUMEN DE INVERSIONES	143
4.17.6. BALANCE GENERAL	144
4.17.7. PRESUPUESTO DE INGRESOS	145
4.17.8. RESUMEN PRESUPUESTO DE VENTAS	148
4.17.9. COSTO DE PRODUCCIÓN	148
4.17.10. ROL DE PAGOS	149
4.17.11. PRESUPUESTO GASTOS ADMINISTRATIVOS	150
4.17.12. GASTOS GENERALES	150
4.17.13. GASTOS DE OPERACIÓN	151
4.17.14. DEPRECIACIÓN	151
4.17.15. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	152
4.17.16. FLUJO DE CAJA	153
4.17.17. PUNTO DE EQUILIBRIO	154
4.17.18. RESUMEN	156
CONCLUSIONES	157
RECOMENDACIONES	158
BIBLIOGRAFÍA	160
LINK:	162
GLOSARIO	163
ABREVIATURAS	165

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No 1 VARIABLE INDEPENDIENTE	11
Cuadro No 2 VARIABLE DEPENDIENTE.....	12
Cuadro No 3 Composición del zapallo	31
Cuadro No. 4 Malla curricular	105
Cuadro No. 5. PROGRAMA	109
Cuadro No. 6.Cronograma de actividades	110
Cuadro No. 7. Presupuesto.....	111
Cuadro No. 8.Plan de acción.....	126
Cuadro No. 9. FODA	128

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. Número de PYMES según la actividad comercial.....	28
Tabla N° 2. Población	46
Tabla N° 3. Tamaño de la muestra	47
Tabla N° 4. Edad	54
Tabla N° 5. Estado civil de las microempresarias	55
Tabla N° 6. Nivel de educación.....	56
Tabla N° 7. Situación laboral	57
Tabla N° 8. Elaboran conservas a base de zapallo	58
Tabla N° 9. Años de experiencia.....	59
Tabla N° 10. Hortaliza o fruta con la que ha trabajado	60
Tabla N° 11. Producto aceptado	61
Tabla N° 12. Cobertura de conocimiento sobre el producto	62
Tabla N° 13. Poseen RUC	63
Tabla N° 14. Obstáculos de constitución	64
Tabla N° 15. Voluntad para asociarse	65
Tabla N° 16. Beneficios esperados.....	66
Tabla N° 17. Cuota representativa.....	67
Tabla N° 18. Directiva de la dirección	68
Tabla N° 19. Capital social.....	69
Tabla No. 20. Contratar servicio adicional	70
Tabla No. 21. Conocen el zapallo	73
Tabla No. 22. Nombres genéricos del zapallo	74
Tabla No.23. Conocen de las propiedades de la hortaliza	75
Tabla No. 24. Alimento para los niños	76
Tabla No. 25. Conocen que el zapallo previene enfermedades	77
Tabla No. 26. Comprarían mermelada y dulce de zapallo.....	78
Tabla No. 27. Frecuencia de consumo	79
Tabla No. 28. Decisión de compra entre mermelada y dulce	80
Tabla No. 29. Preferencias actuales	81

Tabla No. 30. Poder adquisitivo.....	82
Tabla No. 31. Preferencias por el tipo de envase.....	83
Tabla No. 32. Nivel de aceptación en la Provincia de Santa Elena	84
Tabla No. 33. Lugares estratégicos de expendio.....	85
Tabla No. 34. Marca y registro sanitario.....	86
Tabla No. 35. Costo de producción.....	115
Tabla No. 36. Costo para producir 12 envases de mermelada sin asociatividad	116
Tabla No. 37. Costo para producir 12 envases de dulce sin asociatividad	117
Tabla No. 38. Costo para producir 12 envases de mermelada con asociatividad	118
Tabla No. 39. Costo para producir 12 envases de dulce con asociatividad	119
Tabla No 40. Ahorro por concepto del producto terminado	120
Tabla No. 41. Utilidad con y sin Asociatividad	121
Tabla No. 42. Tabla de amortización otorgada por el BNF.....	123
Tabla No. 43. Publicidad a realizar	125
Tabla No. 44. Equipos de cómputo.....	138
Tabla No. 45. Equipo de oficina	139
Tabla No. 46. Muebles de oficina	139
Tabla No. 47. Maquinaria	140
Tabla No. 48. Herramientas	140
Tabla No. 49. Inversión fija	141
Tabla No. 50. Activo diferido	142
Tabla No. 51. Capital de trabajo	142
Tabla No. 52. Resumen de inversiones	143
Tabla No. 53. Balance general	144
Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga	144
Tabla No. 54. Presupuesto de ventas de conservas.....	145
Tabla No. 55. Segundo año de operación	146
Tabla No. 56. Tercer año de operación	146
Tabla No. 57. Cuarto año de operación.....	147
Tabla No. 58. Quinto año de operación	147
Tabla No. 59. Presupuesto de ventas	148

Tabla No. 60. Costo de producción.....	148
Tabla No. 61. Rol.....	149
Tabla No. 62. Gastos administrativos	150
Tabla No. 63. Gastos generales.....	150
Tabla No. 64. Gastos de operación	151
Tabla No. 65. Depreciación	151
Tabla No. 66. Estado de pérdidas y ganancias.....	152
Tabla No. 67. Flujo de caja	153
Tabla No. 68. Punto de equilibrio	154
Tabla No. 69. P.E	155
Tabla No. 70. Escenario proyectado	156

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1. Etapas	20
Gráfico N° 2 Empresa nacional por tamaño	26
Gráfico N° 3 Aporte a la generación de empleo.....	27
Gráfico N° 4. Edades de las microempresarias	54
Gráfico N° 5. Estado civil de las microempresarias.....	55
Gráfico N° 6. Nivel de educación	56
Gráfico N° 7. Situación laboral	57
Gráfico N° 8. Elaboran conservas a base de zapallo	58
Gráfico N° 9. Años de experiencia.....	59
Gráfico N° 10. Hortaliza o fruta con la que ha trabajado.....	60
Gráfico N° 11. Producto aceptado.....	61
Gráfico N° 12. Cobertura de conocimiento sobre el producto	62
Gráfico No. 13. Poseen RUC	63
Gráfico N° 14. Obstáculos de constitución	64
Gráfico N° 15. Voluntad para asociarse	65
Gráfico N° 16. Beneficios esperados.....	66
Gráfico N° 17. Cuota representativa	67
Gráfico N° 18. Directiva de la dirección	68
Gráfico N° 19. Capital social.....	69
Gráfico N° 20. Contratar servicio adicional	70
Gráfico No. 21. Conocen el zapallo	73
Gráfico No. 22. Nombres genéricos del zapallo	74
Gráfico No. 23. Conocen de las propiedades de la hortaliza	75
Gráfico No. 24. Alimento para los niños	76
Gráfico No. 25. Conocen que el zapallo previene enfermedades	77
Gráfico No. 26. Comprarían mermelada y dulce de zapallo.....	78
Gráfico No. 27. Frecuencia de consumo.....	79
Gráfico No. 28. Decisión de compra entre mermelada y dulce	80
Gráfico No. 29. Preferencias actuales	81

Gráfico No. 30. Poder adquisitivo.....	82
Gráfico No. 31. Preferencias por el tipo de envase.....	83
Gráfico No. 32. Nivel de aceptación.....	84
Gráfico No. 33. Lugares estratégicos de expendio	85
Gráfico No. 34. Marca y registro sanitario	86
Gráfico No. 35. Organigrama	100
Gráfico No. 36. Diagrama de flujo	129

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1 El zapallo	30
Figura No. 2. Característica situacional de la Parroquia Atahualpa	38
Figura No. 3. Zapallo	130
Figura No. 4. Descascarado del zapallo	130
Figura No. 5. Cocción	131
Figura No 6. Esterilizado en baño maria	131
Figura No. 7. Envasado	132
Figura No 8. Etiquetado	132
Figura No 9. Almacenaje y cuarentena	133
Figura No 10. Cocción del zapallo.....	134
Figura No 11. Licuado del zapallo	134
Figura No 12. Esterilizado	134
Figura No 13. Envasado del dulce o mermelada.....	135
Figura No 14. Etiquetado del producto	135
Figura No 15. Almacenaje y cuarentena	135

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO No. 1. ENCUESTA DIRIGIDA A LAS MICROEMPRESARIAS DE LA PARROQUIA ATAHUALPA.....	167
ANEXO No. 2. ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA	170
ANEXO No. 3. ENTREVISTA DIRIGIDA AL PRESIDENTE DE LA JUNTA PARROQUIAL DE ATAHUALPA, SR. CELSO SORIANO.....	173
ANEXO No. 4. FICHA DE OBSERVACIÓN	175
ANEXO No. 5. CÁLCULOS PARA CANTIDADES REQUERIDAS	176
ANEXO No. 6. ASPECTOS JURÍDICOS DE LA ASOCIACIÓN DE LA CONSTITUCIÓN Y DOMICILIO.....	179
ANEXO No. 7. CERTIFICADO DE LA JUNTA PARROQUIAL.....	183
ANEXO No. 8. CERTIFICADO Y FIRMAS DE LAS SOCIAS	184
ANEXO No. 9. FOTOS	186

INTRODUCCIÓN

El Ecuador es un país que cuenta con microempresas que forman parte de la estrategia de generación de empleo y lucha contra la pobreza, ya que permite establecer una forma de organización y gestión de los servicios locales con un doble impacto participación y responsabilidad social de los propios pobladores y comunidades y facilitan e impulsan una cultura empresarial, allí donde antes no existía.

Promover la formación de microempresas asociativas, ya es común en el Ecuador y por tanto, se vuelven cada vez más flexibles de acuerdo a las características y necesidades específicas de cada región y de las instituciones públicas que tenga interés en promoverla.

Estas iniciativas llamadas microempresas han sido generadas por emprendedores, quienes se han visto sin empleo, o con el fin de complementar los ingresos o simplemente por el ánimo o deseo de utilizar habilidades y destrezas con las que se cuentan. Se define ya no en términos de marginalidad sino como una alternativa productiva que permite la generación de procesos de desarrollo local que garantice efectivamente la equidad en el desarrollo económico.

El propósito de este proyecto es presentar y desarrollar, en forma clara y sencilla, una metodología que permita promover la formación e implementación de un “plan asociativo para las microempresas de Atahualpa dedicadas a la elaboración de conservas a base de zapallo”.

Un plan asociativo podría mejorar su capacidad de generación de ingresos, por lo tanto, implica entre otras cosas, previsión de costos, resultados, ventas, beneficios, etc.

El trabajo investigativo se lo estructuró en cuatro capítulos el mismo que a continuación se detalla:

Capítulo I En esta primera parte del trabajo investigativo se desarrolla el marco teórico, el mismo que detalla los antecedentes del tema y fundamentación teórica, valiéndose de fuentes bibliográficas.

Capítulo II Se establece la metodología de la investigación, es decir los pasos que se deben seguir para obtener información. Se deberá establecer el diseño, modalidad, tipo, métodos, técnicas, instrumentos para la investigación que por lo general se basa en investigaciones de campo empleando técnicas como la observación, entrevista y encuesta.

Capítulo III Se encuentran los análisis e interpretación de los resultados, entrevistas, y encuestas. Esta última técnica servirá para conocer a fondo si el proyecto a ejecutarse resulta factible y beneficioso. El proceso del mismo estará encaminado a la ejecución y elaboración de cuestionarios o preguntas de fácil comprensión para luego ser tabulados analizados y expresados en cuadros estadísticos para una mejor interpretación.

Capítulo IV Corresponde a la última parte del trabajo investigativo, en él se presenta la Propuesta o solución al problema planteado. Se especificarán todas las alternativas básicas para que el proyecto pueda ejecutarse. En este caso se les propone un plan asociativo para la microempresas dedicadas a la elaboración de conservas de zapallo en la Parroquia Atahualpa, Cantón Santa Elena, año 2013.

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1. TEMA

“PLAN ASOCIATIVO PARA LAS MICROEMPRESAS DEDICADAS A LA ELABORACIÓN DE CONSERVAS DE ZAPALLO, EN LA PARROQUIA ATAHUALPA, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”

2. EL PROBLEMA

Situación actual

La actividad económica tiene como fin la satisfacción de las necesidades humanas, la existencia de recursos limitados y las necesidades prácticamente infinitas plantean la necesidad de tomar decisiones para sobrevivir ante una economía difícil.

El problema surge porque las necesidades humanas son virtualmente ilimitadas, mientras que los recursos económicos son limitados, y por lo tanto también los bienes económicos, tal es el caso de las microempresas de la Parroquia Atahualpa que decidieron trabajar elaborando un producto artesanal a base de zapallo el cual ha tenido una buena acogida pero que por la falta de conocimiento en las ventajas competitivas, tales como la baja capacitación y gestión gerencial, la informalidad con que se maneja la planeación del trabajo no han hecho posible el desarrollo de las mismas.

La falta de información sobre oportunidades de comercialización, el limitado acceso a tecnologías, el desconocimiento de los factores relacionados con el marketing, como la adecuación del producto a los requerimientos del mercado local y nacional, reducidos e inadecuados canales de distribución, limitaciones respecto al cumplimiento de la normatividad técnica y a las certificaciones que permiten el acceso a mercados nacionales, es lo que dificulta el crecimiento y desarrollo de las pequeñas empresas de esta parroquia.

Es importante destacar que en la actualidad, este tipo de manifestaciones de emprendimiento han sido lamentablemente truncados en el país en virtud a que no han alcanzado aún, un alto grado de difusión y estímulo, debido a la falta de apoyo económico y simplemente plantean la idea pero nunca la ejecutan.

Situaciones futuras

La asociatividad es muy importante porque es una herramienta que fortalece y propicia significativamente los espacios para que las empresas socias generen negocios tanto en la península de Santa Elena como a nivel nacional. Además de enfrentar otros retos de la industria, por medio de la asociación es posible promover iniciativas para mejorar las políticas públicas que tienen relación con el desarrollo de las microempresarias en el país.

Es necesario brindarles apoyo de calidad en diversas áreas para que puedan consolidarse en el mercado global, con el fin de mejorar la competitividad de los nuevos productos para promover su desarrollo, mejorar los procesos productivos y los métodos de gestión dirigidos al desarrollo geográfico de las microempresas de la Península de Santa Elena.

Los esquemas asociativos se convertirán en una forma de facilitar el desarrollo de las ventajas competitivas de cada uno de los integrantes, que contribuye a su sostenibilidad y posibilidad de desarrollo y crecimiento.

La importancia de la asociatividad radica en que hará que estas microempresas sean competitivas, ya que al asociarse van a lograr incrementar su eficiencia, productividad y rentabilidad.

Por medio del plan asociativo se esperan hacer compras conjuntas, reducir sus costos, producir a escalas que no logran de manera individual, generar capacidad negociadora y satisfacer la demanda de los compradores, entre otros elementos que facilitan la generación de empleo y bienestar para toda la economía del país. Se promueve el trabajo en equipo convirtiendo la idea en una oportunidad de negocio factible que les generará buenas alternativas de ingresos. Esperan posesionarse en la mente del consumidor ofreciendo un producto de excelente calidad.

Alternativas de solución

El plan asociativo de las microempresas de la parroquia Atahualpa tiene como alternativa mejorar las condiciones de vida de sus habitantes, con el fin de que sean más eficientes para mejorar sus características y llegar a una mejor comercialización.

La asociatividad ofrece soluciones válidas y necesarias para enfrentar los cambios estructurales de manera más eficiente, dado que permite estimular las potencialidades y capacidades individuales de las pequeñas y medianas empresas fortaleciéndolas para enfrentar la competencia y lograr un mejor posicionamiento en los mercados. De ahí la necesidad de asociarse y conseguir financiamiento.

La necesidad de asociarse que existe entre estas microempresas surge debido a los costos para la elaboración de cada conserva, ya que uno de los medios para mejorar la competitividad es producir a bajos costos y con alta calidad, el mismo que está relacionado con las compras porque generan gran importancia en la asociación.

Adquirir la materia prima en grandes volúmenes representa una gran ventaja económica para las productoras de conservas de zapallo, comparar costos con y sin asociatividad y obtener una utilidad rentable logra la satisfacción personal de cada una de estas socias.

Formulación del problema

¿De qué manera incide un plan asociativo para mejorar la producción y comercialización de las microempresas dedicadas a la elaboración de conservas de zapallo, en la Parroquia Atahualpa, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena?

Sistematización del problema

¿Cuál es el modelo teórico en el que se basará el plan asociativo para las microempresas que se dedican a la elaboración de conservas de zapallo?

¿A través de qué estrategias metodológicas, se asegurará el correcto procedimiento de la investigación propuesta?

¿Cuál será el proceso de asociatividad de las pequeñas empresas dedicadas a la elaboración de conservas de zapallo?

¿Cuáles serán las necesidades que tienen las microempresas que se dedican a la elaboración de conservas de zapallo?

¿El plan asociativo para las microempresas que se dedican a la elaboración de zapallo será una ventaja competitiva dentro del mercado local y nacional?

3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General

- Diseñar un plan asociativo aplicando un modelo de gestión empresarial para mejorar la producción y comercialización de las microempresas dedicadas a la elaboración de conservas de zapallo en la Parroquia Atahualpa, Cantón Santa Elena, Provincia Santa Elena.

Objetivos Específicos

- Fundamentar el modelo teórico en el que se basará el plan asociativo mediante el criterio de varios autores para las microempresas que se dedican a la elaboración de conservas de zapallo.

- Aplicar las estrategias metodológicas en base a técnicas e instrumentos adecuados que aseguren el correcto procedimiento de los datos en la investigación.
- Analizar los resultados mediante cuadros y gráficos que faciliten la interpretación técnica de los datos obtenidos en el proceso investigativo del estudio realizado.
- Elaborar el plan asociativo que promueva el trabajo en equipo de las microempresas que se dedican a la elaboración de zapallo en la Parroquia Atahualpa como una ventaja competitiva dentro del mercado.

4. JUSTIFICACIÓN

El proceso de apertura del país obliga a las microempresas a pensar en diferentes estrategias que les permitan desarrollar ventajas competitivas. Es claro que alcanzar un posicionamiento en el mercado y comercialización es complejo, de alto costo y en términos generales difícil para la mayoría de las empresas y más aún cuando estas son PYMES, ya que en ocasiones poseen debilidades que les lleva a la pérdida de oportunidades de negocios que garanticen la sostenibilidad y desarrollo empresarial de las mismas.

La investigación aquí planteada es de mucha **importancia** para todas las microempresas de la Parroquia Atahualpa la misma que se presenta con grandes limitantes que impiden su desarrollo y, uno de ellas es el factor económico, las casi inexistentes fuentes de trabajo en la población, ha llevado a mirar como alternativa la producción de conservas de zapallo que son elaborados de manera artesanal, cuyas personas que los fabrican fueron capacitadas por la Escuela Superior Politécnica del Litoral, (ESPOL), creando sus microempresas de una manera informal pues no cuentan con el conocimiento suficiente para desarrollar en mejores condiciones sus negocios.

Este trabajo se lo realiza con la **necesidad** de implementar un plan asociativo para el fortalecimiento de estas pequeñas empresas, ya que está enfocado a generar un esquema de cooperación entre las mismas, aprovechando las oportunidades que surgen en los mercados específicamente en las compras.

Con este plan asociativo estas pequeñas empresas son apoyadas para estructurar una nueva unidad de negocio estratégica, ya que se busca que el nuevo esquema sea complementario y que brinde la **oportunidad** al investigador de observar, experimentar, y comparar costos para dar solución al problema planteado propiciando el incremento de la productividad y por ende de la competitividad de las involucradas, la misma que permitirá optimizar la producción artesanal de estas microempresas.

El presente trabajo fue **posible** realizarlo en la Parroquia Atahualpa, en la cual estarán asociadas estas microempresarias ofreciendo de forma involuntaria ingresos para los productores de esta hortaliza y garantizar la calidad de vida de la comunidad ya que las micro, pequeñas y medianas empresas (PYMES) en este contexto encuentran su razón de ser, constituyen las organizaciones más capaces de adaptarse a los cambios tecnológicos y de generar empleo, con lo que representan un importante factor de política de distribución de ingresos a las clases media y baja, con lo cual fomentan el desarrollo económico de toda una Nación.

Los resultados obtenidos **benefician** no solo a estas microempresarias si no que se lleva consigo a un círculo integral que forma parte de la problemática plantea. Por otra parte, las involucradas alcanzan la satisfacción personal de conformar una organización que se proyecta en el tiempo y que aumenta los lazos de unión entre sus integrantes, convirtiéndolas en mujeres emprendedoras que comparten ideas para fortalecer sus objetivos, pues el deseo que tienen es más que suficiente para mejorar sus niveles de vida, el plan asociativo busca la satisfacción de estas personas asumiendo riesgos como todo empresario.

El trabajo investigativo posee la garantía de ser **original** en el tema aquí planteado, pues no existe ningún dato que certifique la existencia de algún plan asociativo para estas microempresas, siendo aún más atractivo para todas las interesadas. La idea de este plan cubrirá la incertidumbre en la que se mantienen, por años se han mantenido en el anonimato pues a pesar de elaborar deliciosas conservas a base de zapallo la realidad para estas microempresas no ha sido tan satisfactoria, por ello se hace más interesante la idea planteada.

Cabe recalcar que esta investigación se llevó a cabo en la Parroquia Atahualpa en donde existe, el apoyo y colaboración de las autoridades pertinentes de la localidad y de las microempresarias, siendo aún más **pertinente** porque los actores de esta investigación se encontraron presentes por lo que resultó ser más efectiva la investigación.

5. HIPÓTESIS Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Hipótesis

El diseño de un plan asociativo mejorará la producción y comercialización de las microempresas dedicadas a la elaboración de conservas de zapallo en la Parroquia Atahualpa, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena.

Variables de la investigación

Variable Independiente

- Plan Asociativo

Variable Dependiente

- Producción y comercialización de las microempresas dedicadas a la elaboración de conservas de zapallo.

6. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Cuadro No 1 VARIABLE INDEPENDIENTE

PLAN ASOCIATIVO						
HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICAS DE INSTRUMENTACIÓN
El diseño de un plan asociativo permitirá el fortalecimiento de las microempresas dedicadas a la elaboración de conservas de zapallo en la Parroquia Atahualpa, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena	Plan asociativo	Mecanismo de cooperación social de los individuos, como un medio de sumar esfuerzos y compartir ideales para la búsqueda de objetivos y oportunidades.	Mecanismo de cooperación Sumar esfuerzos	Trabajo en común Grupo de trabajo Objetivos compartidos Trabajo en equipo Habilidades Perseverancia Metas Beneficios Ahorros.	¿El producto que elabora es aceptado en la comunidad? ¿Cuál ha sido el mayor obstáculo que ha tenido para asentarse legalmente como microempresaria? ¿Qué beneficios espera al asociarse?	Observación Encuestas Entrevistas

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

Cuadro No 2 VARIABLE DEPENDIENTE

PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS DEDICADAS A LA ELABORACIÓN DE CONSERVAS DE ZAPALLO						
HIPÓTESIS	VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICAS DE INSTRUMENTACIÓN
El diseño de un plan asociativo permitirá el fortalecimiento de las microempresas dedicadas a la elaboración de conservas de zapallo en la Parroquia Atahualpa, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena	Producción y comercialización de las microempresas dedicadas a la elaboración de conservas de zapallo.	La producción y la comercialización son partes importantes de todo un sistema comercial destinado a suministrar a los consumidores los bienes y servicios que satisfacen sus necesidades.	Sistema comercial Bienes y servicios Satisfacción de necesidades	Mercado Competidores Entorno Insumos Procesos Producto terminado Exigencias Gustos Preferencias	¿El zapallo es un excelente alimento para el crecimiento y desarrollo de sus hijos? ¿Crees que este tipo de producto tendrá la acogida necesaria en la Provincia de Santa Elena? ¿Le gustaría que este tipo de producto este a la venta en lugares más estratégicos?	Observación Encuestas Entrevistas

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. ANTECEDENTES DEL TEMA:

El mundo vive un proceso de cambio acelerado y de competitividad global en el que sobresalen las personas creativas e innovadoras, por encima de aquellas que buscan solo un empleo. El problema de empleo en América Latina pasó a ser no solo un tema social sino de importancia política creciente.

Para poder desarrollarse en un escenario global se debe ser competitivos, es decir tener la capacidad de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes a los cuales queremos llegar, haciendo que los productos sean atractivos, tanto dentro como fuera del país y lograr niveles elevados de productividad que permitan aumentar la rentabilidad.

En el proceso de comercialización se debe realizar el máximo esfuerzo para satisfacer las necesidades del cliente y con esto obtener una mayor ganancia. Dentro del proceso de comercialización, la importancia del estudio de mercado y de factibilidad de una microempresa de productos comestibles a base de zapallo, en la Provincia es determinante, sobre todo en aquellos que constituyen o forman parte de la dieta diaria alimenticia, o tienen potencial.

Los sistemas de comercialización directamente se han convertido en una buena alternativa, tanto para productores como para consumidores, porque permite generar mayores recursos para ambas partes. El rescate de estos productos es clave ya que con esto se está impidiendo también la pérdida de la cultura agrícola de los pueblos peninsulares.

1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.2.1. Plan Asociativo

Para conocer el ambiente asociativo es necesario conocer diferentes conceptos claves para aplicarlos directamente en un plan asociativo que permita mantener la equidad entre sus miembros.

Rosales (2005) introduce uno de los conceptos más sólidos sobre asociatividad quien la describe como: “un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común” (pág. 13)

Vegas R. J. (2008) “es una facultad social de los individuos, como un medio de sumar esfuerzos y compartir ideales a través de la asociación de personas para dar respuestas colectivas. (pág. 6).

Según el estudio MTPEPROMPYME (2005), la asociatividad es empleada como estrategia de sobrevivencia por las pequeñas empresas. (pág. 13)

La globalización económica está redefiniendo los procesos de manufactura al localizar las fábricas en diferentes partes del mundo, abriendo oportunidades pero también significando amenazas para las PYMES, las cuales además de verse presionadas a cambiar sus paradigmas gerenciales, requieren diseñar nuevos mecanismos de interrelación con el entorno. La asociatividad surge entonces como uno de los mecanismos de cooperación entre las empresas pequeñas y medianas que están enfrentando un proceso de globalización de las economías nacionales.

La necesidad de diseñar y adelantar estrategias colectivas pasa a ser, no solamente una posibilidad de desarrollar ventajas competitivas individuales y conjuntas, sino que puede llegar a constituir un requisito básico de sobrevivencia para las PYMES. Incluso alguna de las estrategias individuales tendrán éxito en la medida que ellas sean complementadas con estrategias colectivas.

Los factores de éxito que se presentan no son fáciles de conseguir, por lo tanto, la probabilidad de éxito de las microempresas asociadas rurales puede ser reducida; no obstante, siendo la estrategia de asociatividad empresarial rural una opción aplicada por muchos actores para promover el desarrollo endógeno de los territorios, se proponen los contenidos de este módulo como insumos para alimentar, fortalecer o reorientar las estrategias de trabajo para el desarrollo económico rural y la lucha contra la pobreza.

Este esfuerzo colectivo no agota el debate en torno a las posibilidades, retos y estrategias de organización y asociatividad empresarial de medianos o pequeños/as productores/as rurales, pero si plantea aportes que se cree que son importantes y útiles para la práctica.

Con el objetivo de mejorar las condiciones de vida de los habitantes de la Parroquia Atahualpa, ubicada en el Cantón Santa Elena, se ha propuesto “El Plan Asociativo para las microempresas dedicadas a la elaboración de conservas de zapallo, en la Parroquia Atahualpa, cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena, año 2013.

El plan logrará la realización personal de cada una de las integrantes, el mejoramiento de los productos, sus costos y por lo tanto la calidad de alimentación de los miembros de la comunidad., Todo esto, mediante el fortalecimiento organizacional que se genere a través de la asociatividad y la dedicación que estas mujeres emprendedoras le otorguen al grupo. Con el desarrollo de un programa para la formación del recurso humano de la asociación

se espera la excelencia en el desempeño de cada función, mejorar habilidades de interrelación y motivación micro-empresarial.

El plan garantizará una comunidad fortalecida, cuyos miembros tendrán amplios conocimientos y capacidades, condiciones de vida de calidad y una producción con un enfoque de sostenibilidad económica, y social

1.2.1.1. Tipos de Asociatividad

Según Lic. Maratuech P. Walther, asesor consultor de empresas. (2006). Existen varios tipos de asociatividad los mismos que se presentan a continuación:

- **Sub contratación:**

Son relaciones verticales, entre los distintos eslabones de la cadena de valor.

En muchos casos, se trata de pequeñas o medianas empresas que orientan su producción a clientes grandes.

- **Alianzas estratégicas:**

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

- **Distritos industriales:**

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

- **Núcleos empresariales:**

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

- **Redes de servicios:**

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

- **Pool de compras:**

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

- **Grupos de exportación:**

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

En general, se logra reducir costos en aspectos que van desde el armado del proyecto exportador y el acceso a la información sobre mercados hasta la promoción y la comercialización.

También les posibilita a los integrantes del grupo mejorar la oferta, tener un mayor poder de negociación y armar una imagen comercial fuerte frente a sus clientes.

Para identificar el tipo de Asociatividad que se va a aplicar en este trabajo investigativo, fue necesario conocer varios conceptos relacionados a la temática planteada en que se dedujo que el tipo de asociatividad que más se acopla al mismo es el llamado: “Pool de compras” ya que el mismo se relaciona con los costos de producción puesto que efectuada la integración de todas las microempresas de la Parroquia Atahualpa las compras se realizarán en un mayor volumen obteniendo beneficios o ahorros.

1.2.1.2. Características de la asociatividad

Las características particulares de este tipo de organización hacen que les sea muy difícil sobrevivir en un contexto de alta competencia, tanto a nivel interno como externo ya que por su tamaño corren el riesgo de desaparecer si no se toman los correctivos necesarios.

Analizar adecuadamente sus características para otorgar un mecanismo de cooperación interpersonal, además de una alta flexibilidad en el ámbito de acción que pueda ser empleado tanto por empresas insertadas en redes verticales u horizontales, o incluso para aquéllas que no pertenezcan a ninguna red.

Entre las principales características que posee una Asociatividad se pueden mencionar las siguientes según el Lic. Maratuech P. Walther, asesor consultor de empresas. (2006).

- No hay exclusión
- Se conserva la autonomía.
- Tienen flexibilidad legal.
- Permite resolver problemas conjuntos
- Facilidad para ingresar a ella.

1.2.1.3. Ventajas de pertenecer a una asociación

Vale indicar que las ventajas producto de una asociación están relacionadas con los beneficios que ofrece la misma, son una oportunidad de trabajo que ayudará a salir adelante a este grupo de mujeres emprendedoras, el unir esfuerzos las hace más fuertes ante un mundo globalizado y con fuerte competencia. Las asociaciones son de tipo microempresarial y ofrece buenas oportunidades de empleo, con capacitaciones incluidas.

Es importante que las futuras socias tengan conocimiento de las principales ventajas que se dan al formar parte de una asociación. Entre las más destacadas están las siguientes.

- Una visión a largo plazo producto de un buen direccionamiento producido por capacitaciones recibidas.
- Mayor integración entre los miembros de la asociación, sumando esfuerzo conjunto para cumplir con los objetivos planteados.
- Motivación en el trabajo ejecutado por todos los miembros de la asociación.
- Permiten generar una mayor utilidad económica.
- Permite realizar estrategias de compras asociativas de insumos, a menores precios por el volumen de compra de la materia prima que se requiera para su transformación.
- Permite un intercambio de experiencias, y lluvia de ideas.
- Mayor acceso a programas de capacitación.

1.2.1.4. Desventajas

De igual forma, así como hay ventajas que beneficiarán a estas mujeres, así mismo se presentan desventajas, que podrían desmotivar el ánimo emprendedor de quienes formen la asociación, desventajas que tendrán que ser analizadas de acuerdo a la situación que se presente. Entre estas se mencionan las siguientes:

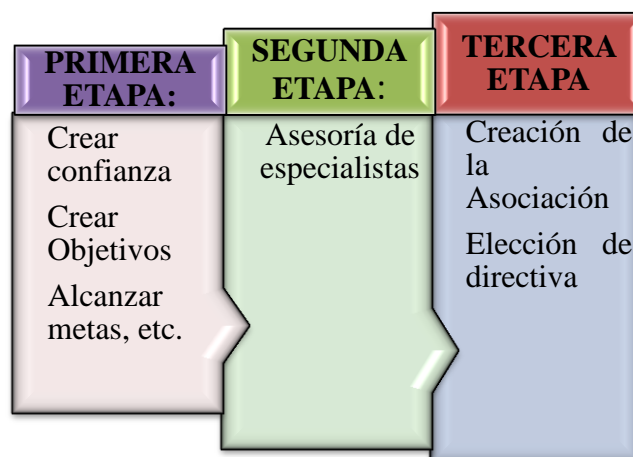
- No sentirse satisfechos y no buscar nuevas vías de socialización y estímulo, sino dentro de la misma asociación creada.
- Las socias serán responsables tanto individual como colectivamente por las acciones de los otros socios
- Las ganancias deben compartirse.
- La toma de decisiones se comparte y es probable que surjan desacuerdos.

1.2.1.5. Etapas

En el proceso de formación de un grupo asociativo se pueden distinguir distintas fases por la que deben pasar para que realmente se convierta en una asociación las mismas que podemos clasificar de la siguiente manera:

- Lo primero que debe hacerse en las asociaciones es crear un ambiente propicio para que todas las integrantes tengan un ambiente de confianza y participativo para que fluya un intercambio de ideas, crear objetivos, alcanzar metas, etc.
- En la segunda etapa es importante que todas las personas que vayan a formar parte de la Asociación reciban capacitación de acuerdo a las necesidades que se vayan presentando en la misma sin olvidar los factores externos.
- En la última etapa se crea la asociación con todos los reglamentos para constituirla legalmente, se elegirá una directiva y serán ellos quienes estarán al frente de la misma.

Gráfico No. 1. Etapas



Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

1.2.2. Variable Dependiente: Producción y comercialización de conservas de las microempresas dedicadas a la elaboración de conservas zapallo

1.2.2.1. Producción

Según PROMPYME (2005). Es la elaboración de productos (bienes y servicios) a partir de los factores de producción (tierra, trabajo, capital,) por parte de las empresas (unidades económicas de producción), con la finalidad de que sean adquiridos o consumidos por las familias (unidades de consumo) y satisfagan las necesidades que éstas presentan (pág. 102)

Las microempresas de la Parroquia Atahualpa se verán beneficiadas en su proceso de producción pues contarán con recursos para la elaboración de estas conservas, la implementación del plan asociativo les permitirá conocer algunas estrategias básicas y fundamentales para que estas microempresas unan esfuerzos y puedan mejorar su producción a un costo menor del que ellas producían para así tener una utilidad rentable.

1.2.2.2. Productividad

García, (2009). Hace muchos años la palabra productividad era usada solamente por los economistas para referirse simplemente a una relación entre la producción obtenida por un sector de la economía y los insumos o recursos utilizados para obtener dicha producción. Así teníamos que entre más producción obtuviéramos usando menos insumos, entonces la productividad aumentaba, sin tomar en cuenta la calidad. (pág. 17)

García, (2009). Productividad no significa producir más cantidad, sino que significa producir MEJOR o sea utilizar mejor los recursos disponibles: recurso humano, materiales, energía, etc. (pág. 18)

La futura asociación se convertirá en un ente productivo, a través del plan se cotizarán los insumos para la elaboración del mismo en el que fácilmente se podrá deducir por medio de cálculos la cantidad de materia prima que se necesita para la elaboración de cierta cantidad de conservas con la finalidad de observar la cantidad de producto utilizado y la cantidad de producción obtenida.

1.2.2.3. Competitividad

Hernández E. (2005). “La competitividad es la capacidad que una empresa tiene para destacar respecto a sus competidores y, por ello, hacerse elegir por los potenciales clientes. Esta capacidad se consigue mediante un producto original, la relación calidad/precio, la atención al cliente o técnicas de marketing. La competitividad responde a una clasificación relativa de las empresas. Es decir, una empresa es competitiva siempre en relación a las demás”. (pág. 22)

Al crearse la asociación el producto a ofrecerse será original, brindando al cliente un precio acorde a sus ingresos convirtiéndose en una asociación competitiva que puede marcar la diferencia con los demás productos que existen en el mercado, todo depende del entusiasmo e interés que estas microempresarias le den a las actividades diarias.

1.2.2.4. Trabajo en equipo

Al conformarse la asociación se espera el apoyo e integración de cada una de las futuras socias, el trabajo será compartido, y la persona que este al mando de la asociación deberá transformarse en un líder para que todas cumplan con los objetivos planteados. Trabajar en equipo es una buena opción para que estas microempresas se unan y formen una sola como asociación; también se espera una buena coordinación ya que es otro elemento de elevadísima importancia en la valoración del trabajo en equipo, sin ello la asociación correría el riesgo de desaparecer.

1.2.2.5. Producción de conservas en el Ecuador.

La producción de conservas son actividades económicas que se incluyen dentro de la industria alimentaria. Esta industria es un sector pequeño, principalmente en la Provincia de Santa Elena, aunque relativamente dinámico. En los últimos años, a nivel nacional la industria procesadora de conservas ha comenzado a desempeñar un importante papel en lo económico y social por su efecto en la integración de la producción primaria con el eslabón industrial, en la creación de puestos de trabajo, aumentando la productividad agrícola, el desarrollo tecnológico y empresarial del sector.

Por lo tanto, se debe entender que el contexto en el cual se desarrolla la actividad de la producción de conservas, está íntimamente relacionado con el desarrollo del sector frutícola en Ecuador y, por supuesto, con la capacidad de la actividad transformadora de procesamiento industrial y de generación de valor agregado a los productos naturales.

En relación a la evolución de creación de empresas del sector de alimentos y bebidas, ha experimentado un aumento de un 121% en el primer lustro de la presente década, lo que nos da una idea del potencial económico y empresarial del sector en Ecuador. El estudio se encamina a la gestión comunitaria con enfoque micro empresarial, la misma que trata de abordar la reducción de la pobreza por conglomerados pequeños (comunidades) que poseen afinidad cultural, condiciones sociales, y que habiten en un área geográfica común, ya que no solo dinamiza el quehacer de sus pobladores sino que promueve las libertades personales y públicas.

Ecuador por estar ubicada en zona tropical posee condiciones geográficas y térmicas favorables generando así frutas y hortalizas con macro y micro nutrientes potenciales para el desarrollo de productos con alto valor agregado que satisface al nuevo consumidor nacional e internacional, sin embargo la falta de

especialización en dichos mercados, en transformación y comercialización de productos estratégicos con proyección futura, ha retardado el posicionamiento de nuevos productos a nivel internacional.

1.2.2.6. Comercialización

Según Kotler (2005), el proceso de comercialización incluye cuatro aspectos fundamentales: ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿a quién? y ¿cómo? En el primero, el autor se refiere al momento preciso de llevarlo a efecto; en el segundo aspecto, a la estrategia geográfica; el tercero, a la definición del público objetivo y finalmente, se hace una referencia a la estrategia a seguir para la introducción del producto al mercado.

Estas microempresas actualmente no gozan de un proceso de comercialización adecuado que les permita llegar a fondo hacia el consumidor por lo que sus ventas son limitadas, es decir en pequeñas cantidades, el plan asociativo les permitirá conocer un plan de acción en el que se describen los pasos que estas microempresarias deben seguir para que sus ventas se eleven y puedan generar ingresos satisfactorios para todas las que formaren parte de dicha asociación.

1.2.2.7. La Venta

Fischer L. y Espejo J., (2006) autores del libro "Mercadotecnia", consideran que la venta es una función que forma parte del proceso sistemático de la mercadotecnia y la definen como " toda actividad que genera en los clientes el último impulso hacia el intercambio" .Ambos autores señalan además, que es " en este punto (la venta), donde se hace efectivo el esfuerzo de las actividades anteriores (investigación de mercado ,decisiones sobre el producto y decisiones de precio)" (pág. 5).

Esta será una de las actividades más relevantes que la asociación deberá cumplir pues las ventas que se realicen serán personales, su éxito depende directamente de

la cantidad de veces que lo realicen de lo bien que lo hagan y de cuán rentable les resulte hacerlo.

Por ello, es imprescindible que todas las personas que se vayan a involucrar en esta asociación tengan conocimiento sobre mercadotecnia y ventas en general para que conozcan la respuesta a una pregunta básica pero fundamental. El plan contará con un programa de adiestramiento para estas mujeres emprendedoras en donde se tratará un tema relacionado a ventas para que conozcan la importancia que tienen los clientes dentro de una actividad empresarial.

1.2.2.8. Venta personal

Según Lamb, Hair y Mc Daniel (2007), las ventas personales son "la comunicación directa entre un representante de ventas y uno o más compradores potenciales, en un intento de relacionarse unos a otros en una situación de compra" (pág.1).

Para Richard L. Sandhusen, (2005) "las ventas personales incluyen presentaciones de ventas cara a cara entre intermediarios, clientes y prospectos. Generan relaciones personales a corto y a largo plazo que agregan convicción persuasiva a las presentaciones de ventas que relacionan los productos y servicios con las necesidades del comprador" (pág.3).

Con la aplicación del plan asociativo se fortalecerá esta parte importante que implica dedicación y esfuerzo para que se desarrolle la asociación y sea conocida a nivel Provincial, las ventas personales suelen ser una herramienta eficaz al momento de compactar la misma ya que se tiene contacto directo con el cliente lo cual resulta beneficioso porque permite conocer directamente las opiniones del mismo. Si la asociación no satisface las necesidades y deseos de los clientes tendrá una existencia muy corta. Todos los esfuerzos deben estar orientados hacia él, porque este será el verdadero impulsor de la asociación.

1.2.2.9. Satisfacción del cliente

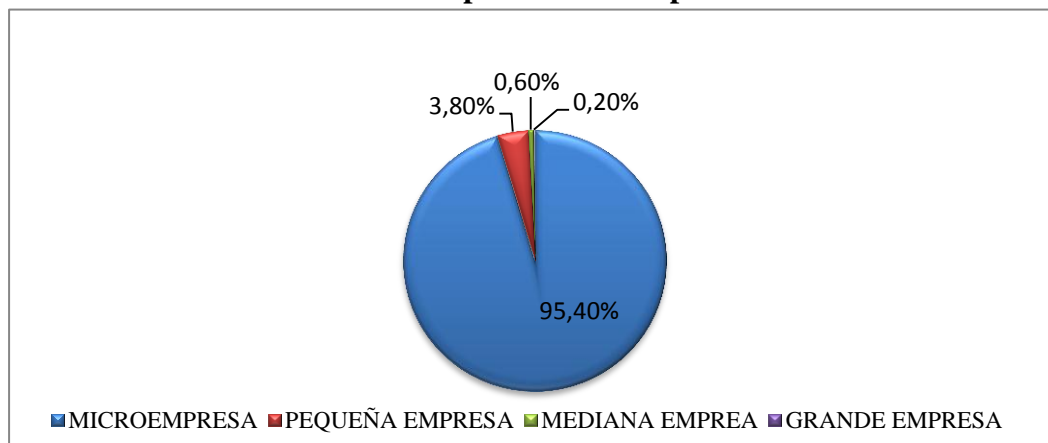
Para Harrington (2007) Es posible definir a la satisfacción del cliente como el nivel del estado de ánimo de un individuo, que resulta de la comparación entre el rendimiento percibido del producto o servicio con sus expectativas. (pág. 44)

Esto quiere decir que el objetivo de mantener satisfecho al futuro cliente es primordial para la asociación. Los especialistas en mercadotecnia afirman que es más fácil y barato volver a vender algo a un cliente habitual que conseguir un nuevo cliente. Los beneficios de la satisfacción al cliente son numerosos: un cliente satisfecho es fiel a la compañía, suele volver a comprar y comunica sus experiencias positivas en su entorno. Es importante, por lo tanto, controlar las expectativas del cliente de manera periódica para que la asociación esté actualizada en su oferta y proporcione aquello que el comprador busca.

1.2.2.10. Situación de la microempresa nacional

Según el último Censo Nacional Económico del 2010, alrededor de 99 de cada 100 establecimientos se encuentran dentro de la categoría de PYME-1. Esta tendencia se convierte en un dato duro sobre la importancia que tienen las PYMES a la hora de contribuir al proceso de consolidación del sistema productivo nacional.

Gráfico N° 2 Empresa nacional por tamaño



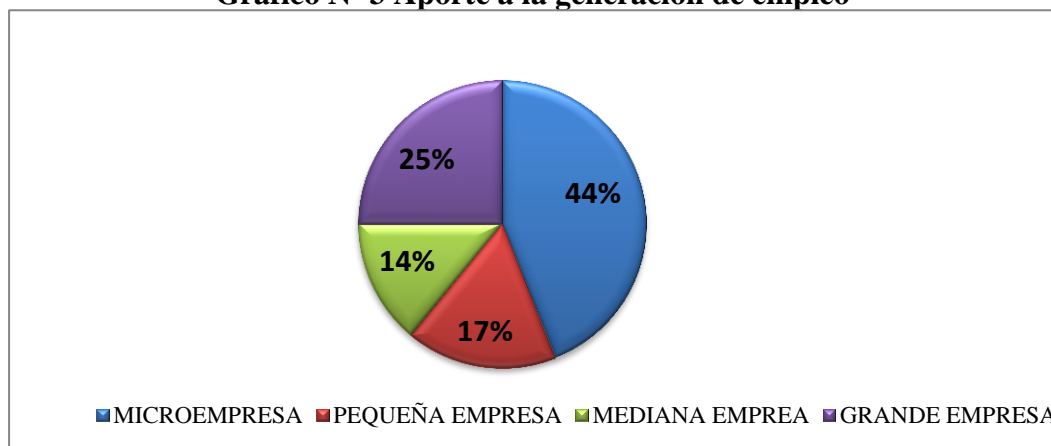
FUENTE: Censo Nacional Económico –CENEC- 2010 – INEC

Al realizar una apreciación del desarrollo empresarial de las PYMES a nivel nacional podemos estimar, según el gráfico N° 1 que la microempresa tiene un 95,40 % de establecimientos y la pequeña empresa se perfila con un 3.8 % de crecimiento.

Esta situación manifiesta que en el 2012 el nivel de crecimiento en la Península es sumamente relevante a tal punto que, según datos del SRI, el total de impuestos recaudados desde Enero a Junio del 2012 es de \$ 9.164.162,89, que comparados con los datos del mismo periodo del 2011, se tiene que dichos valores ascienden a \$ 8.155.601,83, por lo que se obtiene una diferencia de \$ 1008561,06.

Otro aspecto que también debemos resaltar a la hora de analizar la estructura del tejido empresarial del Ecuador, es el significativo aporte del sector de las PYMES a la generación de empleo nacional; pues de cada 4 puestos de trabajo que existen en el país 3 son generados por aquellas empresas categorizadas como PYMES.

Gráfico N° 3 Aporte a la generación de empleo



FUENTE: Censo Nacional Económico –CENEC- 2010 – INEC

Es necesario puntualizar que las PYMES son establecimientos pequeños que generan empleo de uno a cinco personas por comercio, que si se compara con el número de establecimientos comerciales catalogados en este apartado, se obtiene que aquí es donde se da trabajo a mayor cantidad de personas.

De allí que, su importancia es sumamente imperativa debido a que las autoridades económicas deben fortalecer este sector empresarial, por los antecedentes antes anotados como son la recaudación tributaria y la generación de empleo.

Un buen indicador de la efectividad del trabajo que se haga para mejorar la competitividad del sector micro empresarial será el número de empleos formales que se vayan creando; alejando, así, al fantasma del subempleo que en muchos de los casos tienden a atacar a las unidades productivas que están bajo la categoría de microempresas.

1.2.2.11. Las PYMES en la Provincia de Santa Elena

Santa Elena es una provincia de la costa del Ecuador, la más joven de las 24 actuales. En esta provincia se encuentra una gran infraestructura hotelera, comercial, industria de petróleo, aeropuerto, agropecuaria, puertos marítimos y pesqueros, y un importante número de PYMES que se han originado o evolucionado a raíz del proceso de provincialización, y de las cuales se ha evidenciado, un crecimiento económico-comercial de gran trascendencia en la economía local.

Tabla N° 1. Número de PYMES según la actividad comercial

SECTORES	CATEGORÍA			
	Comercial/ Hotelero	Industrial	De servicios / Educativos	Total General
SALINAS	481	7	67	555
LA LIBERTAD	1482	29	94	1605
SANTA ELENA	283	25	61	369
TOTAL GENERAL	2246	61	222	2529

FUENTE: Base de datos de los Municipios de Salinas, La Libertad y Santa Elena

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

1.2.2.12. Características del sector

La provincia de Santa Elena es considerada una región de gran movimiento económico en el país y un sector empresarial creciente en diferentes frentes

económicos y con potenciales de inversión interesantes, y si bien es cierto el número de PYMES de Salinas lidera en cantidad, en comparación a los otros cantones, hay que considerar que esto se debe al gran número de infraestructura hotelera con que cuenta este cantón, pero en realidad el centro del accionar económico y operativo de la provincia radica en el cantón La Libertad, considerado el casco comercial de la región, por centrarse más los pequeños comerciantes apostados en casi todas las avenidas principales de este cantón. De entre los 3 cantones existentes en la provincia, se debe considerar al cantón La Libertad como uno de los más importantes de la región, debido a la economía y del movimiento empresarial que en él se producen.

1.2.2.13. Conservas

Se entiende por conserva, el producto alimenticio que envasado herméticamente y sometido a un tratamiento térmico no se altera ni representa peligro alguno para la salud del consumidor bajo condiciones habituales de almacenamiento, durante un tiempo prolongado. Esto suele lograrse evitando el crecimiento de pasto natural, levaduras, hongos y otros microorganismos, así como retrasando la oxidación de las grasas que provocan su enranciamiento e incluyen también procesos que inhiben la decoloración natural.

Las conservas de frutas y hortalizas son aquellas que se mantienen en perfectas condiciones a lo largo del tiempo siempre que se realice un buen control de los microorganismos o de una utilización apropiada, tal es el caso de productos obtenidos a partir de fermentaciones.

En el caso de frutas y hortalizas conservadas, los microorganismos capaces de causar alteraciones son destruidos por el calor y su contacto posterior al envasado, se previene por el uso de recipientes herméticamente cerrados. Las frutas y hortalizas desecadas no se alteran, debido a que no contienen suficiente humedad para permitir el desarrollo de microbio.

1.2.2.14. El zapallo en Ecuador

Figura N° 1 El zapallo



Especie afín: Cucurbita máxima L. (Calabaza confitera)

Sinonimia hispánica: zapallo, chayote, auyama.

Descripción: Fruto en baya de la calabacera (Cucurbita pepo L.), planta herbácea perteneciente a la familia de las Cucurbitaceas.

Origen

El zapallo es una planta originaria de América. Estudios arqueológicos revelan que, junto con el maíz y el fréjol, el zapallo fue la base de la alimentación de los incas, aztecas y mayas antes de la colonización española. Se supone que la derivación de la palabra zapallo proviene del quechua, la lengua de los incas, “sapallu”.

Existen diversas variedades de zapallo que se cultivan en la Costa y en la Sierra, por ejemplo, el zapallito italiano, el de corteza dura que se utiliza para la preparación de la fanesca, el chilete, la calabaza, el zapallón, el pepón, etc.

Propiedades

Podría decirse que el notable valor nutritivo de la rojiza pulpa de la calabaza se debe en parte a su composición, pero también a lo que no contiene: Se trata de uno de los alimentos más bajos en grasa y en sodio, dos declarados enemigos de la

salud de las arterias y del corazón. El zapallo es un alimento que, por sus múltiples beneficios nutricionales, es recomendado para personas de todas las edades.

Es una hortaliza muy digestiva y nutritiva que aporta fibra y celulosa. Es rica en vitaminas A, B, C, E y minerales de reacción alcalina que neutralizan los ácidos gástricos. Todas las variedades de la calabaza presentan las mismas propiedades hipotensoras, diuréticas, laxantes y preventivas del cáncer.

**Cuadro No 3 Composición del zapallo
Por cada 100g de parte comestible cruda**

ENERGÍA	26,0 KCAL= 109 KJ
Proteínas	1,00 g
H de c.	6,00 g
Fibra	0,500 g
Vitamina A	160 ug ER
Vitamina B1	0,050 mg
Vitamina B2	0, 110 mg
Niacina	0,800 mg EN
Vitamina B6	0,061 MG
Folatos	16,2 UG
Vitamina B12	-
Vitamina C	9, 00 mg
Vitamina E	1,06 mg E&T
Calcio	21,0 mg
Fosforo	44,0 mg
Magnesio	12,0 mg
Hierro	0,800 mg
Potasio	340 mg
Cinc	0,320 mg
Grasa total	0,100 g
Grasa saturada	0,052 g
Colesterol	-
Sodio	1,00 mg
100%	
% de la CDR (cantidad diaria recomendada) cubierta por 100 g de este alimento	

FUENTE: Dr. Jorge Pamplona Roger

1.2.2.15. Tipos de mercado desde el punto de vista del cliente

Para Fischer L y Espejo J, los tipos de mercado desde el punto de vista del cliente, se dividen en:

- **Mercado del Consumidor**

En este tipo de mercado los bienes y servicios son adquiridos para un uso personal, por ejemplo, la ama de casa que compra una lavadora para su hogar.

- **Mercado del Productor o Industrial**

Está formado por individuos, empresas u organizaciones que adquieren productos, materias primas y servicios para la producción de otros bienes y servicios.

- **Mercado del Revendedor**

Está conformado por individuos, empresas u organizaciones que obtienen utilidades al revender o rentar bienes y servicios, por ejemplo, los supermercados que revenden una amplia gama de productos.

- **Mercado del Gobierno**

Está formado por las instituciones del gobierno o del sector público que adquieren bienes o servicios para llevar a cabo sus principales funciones, por ejemplo, para la administración del estado, para brindar servicios sociales (drenaje, pavimentación, limpieza, etc.), para mantener la seguridad y otros.

1.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

1.3.1. CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR (2008)

Capítulo sexto Trabajo y producción

Sección primera Formas de organización de la producción y su gestión

Art. 319.-Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras 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.

Art. 320.-En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente.

La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

Capítulo sexto Derecho de libertad

Art. 66.- Se reconoce y garantiza a las personas:

13. El derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria.

Capítulo cuarto
Soberanía económica

Sección primera
Sistema económico y política económica

Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

1.3.2. CÓDIGO DE LA PRODUCTIVIDAD

Capítulo I

Art. 5.-Manifiesta que el Estado fomentará el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva, mediante la determinación de políticas y la definición e implementación de instrumentos e incentivos, que permitan dejar atrás el patrón de especialización dependiente de productos primarios de bajo valor agregado. Para la transformación de la matriz productiva, el Estado incentivará la inversión productiva, a través del fomento de:

- a) La competitividad sistémica de la economía a través de la provisión de bienes públicos como la educación, salud, infraestructura y asegurándola provisión de los servicios básicos necesarios, para potenciar las vocaciones productivas de los

territorios y el talento humano de las ecuatorianas y ecuatorianos. El Estado establecerá como objetivo nacional el alcance de una productividad adecuada de todos los actores de la economía, empresas, emprendimientos y gestores de la economía popular y solidaria, mediante el fortalecimiento de la institucionalidad y la eficiencia en el otorgamiento de servicios de las diferentes instituciones que tengan relación con la producción;

- b) Las organizaciones económicas constituidas por agricultores, artesanos o prestadores de servicios de idéntica o complementaria naturaleza, que fusionan sus escasos recursos y factores individualmente insuficientes, con el fin de producir o comercializar en común y distribuir entre sus asociados los beneficios obtenidos, tales como, microempresas asociativas, asociaciones de producción de bienes o de servicios, entre otras, que constituyen el sector asociativo.

1.3.3. LEY ORGÁNICA DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO

Título I

Del Ámbito, Objeto y Principios

Art. 3.- Objeto.- La presente Ley tiene por objeto:

- a) Reconocer, fomentar y fortalecer la Economía Popular y Solidaria y el Sector Financiero Popular y Solidario en su ejercicio y relación con los demás sectores de la economía y con el Estado;

Art. 4.- Principios.- Las personas y organizaciones amparadas por esta ley, en el ejercicio de sus actividades, se guiarán por los siguientes principios, según corresponda:

- a) La búsqueda del buen vivir y del bien común;

- b) La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales;
- c) El comercio justo y consumo ético y responsable;
- d) La equidad de género;
- e) El respeto a la identidad cultural;
- f) La autogestión;
- g) La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas; y,
- h) La distribución equitativa y solidaria de excedentes.

Sección 2

De las Organizaciones del Sector Asociativo

Art.18.- Sector Asociativo.- Es el conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada bajo los principios de la presente Ley.

Art. 19.- Estructura Interna.- La forma de gobierno y administración de las asociaciones constarán en su estatuto social, que preverá la existencia de un órgano de gobierno, como máxima autoridad; un órgano directivo; un órgano de control interno y un administrador, que tendrá la representación legal; todos ellos elegidos por mayoría absoluta, y sujetos a rendición de cuentas, alternabilidad y revocatoria del mandato.

La integración y funcionamiento de los órganos directivos y de control de las organizaciones del sector asociativo, se normará en el Reglamento de la presente Ley, considerando las características y naturaleza propias de este sector.

Art. 20.- Capital Social.- El capital social de estas organizaciones, estará constituido por las cuotas de admisión de sus asociados, las ordinarias y extraordinarias, que tienen el carácter de no reembolsables, y por los excedentes del ejercicio económico. En el caso de bienes inmuebles obtenidos mediante donación, no podrán ser objeto de reparto en caso de disolución y se mantendrán con el fin social materia de la donación.

1.3.4. CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES

TÍTULO PRELIMINAR

Del Objetivo y Ámbito de Aplicación

Art. 1.- Ámbito.- Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional.

El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas.

Art. 2.- 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.

1.4. MARCO SITUACIONAL

Figura No. 2. Característica situacional de la Parroquia Atahualpa



Límites: Atahualpa está delimitado geográficamente por:

NORTE: Cabecera Cantonal Santa Elena

SUR: El Océano Pacífico

ESTE: Baños de San Vicente

OESTE: Parroquia José Luis Tamayo (Cantón Salinas) y el Cantón La Libertad

Breve reseña histórica

En la Provincia de Santa Elena existe una Parroquia rural llamada Atahualpa con 3532 habitantes en la actualidad. La población es una de las más antiguas de la región, ya que su historia data desde que los españoles llegaron por primera vez a las costas de la Península de Santa Elena, específicamente a Ballenita, durante sus primeras expediciones de conquista.

Situada en la Península de Santa Elena, con el nombre de Engabao fue fundada como recinto en el año 1763, permaneciendo casi en el olvido durante la época de la colonia y primeros años de la República. Con el paso del tiempo y gracias al

esfuerzo de sus pobladores alcanzó un relativo desarrollo, por lo que (con el nombre del último Inca) “Atahualpa” fue parroquializada por Acuerdo publicado en el Registro Oficial No. 149 del 26 de febrero de 1941, y solemnemente inaugurada el 15 de marzo del mismo año.

La mayoría de sus habitantes labora en talleres de ebanistería y en los aserraderos que existen en la Parroquia; son hábiles artesanos, talladores y carpinteros que fabrican muebles de fina calidad y gran belleza, así como también otras artesanías para el hogar y cabe destacar que dentro de esta misma parroquia existe un grupo de 35 mujeres emprendedoras que elaboran productos a base de zapallo desde hace seis años aproximadamente y al cual va dirigido el presente proyecto.

CAPÍTULO II

MARCO METODOLÓGICO

2.1. Diseño de la investigación

El Diseño de la investigación, es una relación clara y concisa de cada una de las etapas de la investigación; es la descripción de cómo se lo va a realizar.

Se aplica el diseño cualitativo y cuantitativo pues con el primer diseño fue necesaria la recolección y el análisis de datos recopilados en el sitio mismo de la investigación, en el cual se observan los fenómenos tal y como ocurrieron naturalmente, sin intervenir en su desarrollo, este enfoque se relaciona con la investigación de campo con base a investigaciones bibliográficas y documentales, que permitieron obtener información acerca de la manera que influye un plan asociativo en las pequeñas empresarias productoras de mermeladas y dulces de zapallo, en la Parroquia Atahualpa. El segundo enfoque se lo utilizó para probar la hipótesis planteada.

2.2. Modalidad de la investigación

La modalidad de esta investigación es de proyecto factible y se concreta en el estudio que permite la solución del problema de manera práctica, en el cual se puede conceder beneficios a todos los involucrados en el tema; , lo primero que se realizó es un diagnóstico de la situación planteada; en segundo lugar, se fundamentó la propuesta a elaborar y establecer, tanto los procedimientos metodológicos así como las actividades y los recursos necesarios, para llevar a cabo este trabajo investigativo. También se tomó en cuenta los recursos, materiales e insumos necesarios, los cuales permitieron obtener un producto de excelente calidad.

2.3. Tipos de investigación

2.3.1. Por el propósito:

2.3.1.1. Investigación Básica

Se empleó esta investigación con la finalidad de formular y evaluar teorías para resolver problemas y ver como incide la falta de un plan asociativo en las microempresas dedicadas a la elaboración de conservas de zapallo, se obtuvo información real de la situación actual de estas personas para posteriormente modificar ciertos aspectos que impiden su desarrollo como verdaderas microempresarias.

2.3.2. Por el lugar:

2.3.2. 1. Investigación Documental-Bibliográfica

Para el desarrollo de este proyecto resultó fundamental la información recolectada a través de fuentes bibliográficas relacionadas al tema planteado la misma que sirvió de aporte para darle forma al contexto de este trabajo investigativo.

2.3.2.2. Investigación de Campo

El empleo de esta investigación de campo se orientó al estudio sistemático de los hechos en el lugar en que se producen los acontecimientos. Tomando contacto en forma directa con la realidad, para obtener información de acuerdo con los objetivos del estudio por ello se investigó sobre el trabajo que hacen las microempresas de la Parroquia Atahualpa para conocer cuáles son sus fortalezas, oportunidades, amenazas, debilidades y qué tipo de estrategias son las adecuadas para ser implementadas en la creación de este plan asociativo. En relación a la aplicación del desarrollo de este trabajo investigativo se analizó también las cantidades que se necesitan para obtener un frasco de mermelada o dulce de

zapallo. Este proceso se lo realizó para conocer los costos de producción y comparar el ahorro generado con y sin asociatividad.

2.4. Métodos de la investigación

2.4.1. Método inductivo

Se aplicó este método con el fin de observar las causas y sacar una conclusión, con el objeto de determinar que tal efecto es el que incide en el problema planteado, conocer cuáles son las dificultades a las que se enfrentan constantemente las microempresarias que se dedican a la elaboración de conservas de zapallo en Atahualpa. Hay que recordar que Atahualpa está considerado a nivel nacional como la capital del mueble y dentro de este contexto otras actividades no pueden desarrollarse porque son absorbidas por la antes mencionada actividad.

Es indudable que toda actividad requiere de mano de obra calificada, y esto es lo que más se nota en el grupo de las microempresarias de Atahualpa, por cuanto han recibido la debida preparación de parte de la ESPOL, quienes dieron su tiempo en preparar a este grupo de personas, pero con la reestructuración administrativa de la ESPOL, esta ayuda y preparación fue cortada; ojalá los nuevos directivos de esta Institución vuelvan a ayudar a este grupo de personas para retomar las actividades y programas emprendidos.

2.4.2. Método deductivo

Se utilizó el método deductivo partiendo de lo general a lo particular, observando el efecto que tiene la aplicación de un plan asociativo para las microempresas dedicadas a la elaboración de conservas de zapallo, en la Parroquia Atahualpa con la finalidad de establecer una oportunidad de empleo en el que unifiquen esfuerzos y formen una sola microempresa a beneficio de todas las personas que se dedican a esta especialidad.

2.5. Técnicas de investigación

Fue necesario aplicar las siguientes técnicas de investigación ya que por medio de ellas se obtuvo información la misma que fue procesada y analizada para dar respuestas a las inquietudes en el desarrollo de este trabajo. Estas fueron: la observación, entrevista y las encuestas.

2.5.1. La observación

Se utilizó cuadernos de apuntes para la observación de campo, fué necesario investigar los costos y cantidades requeridas para la elaboración de cada producto, es decir se realizó la investigación directamente con las microempresarias quienes brindaron su apoyo total para elaborar varias mermeladas y dulces, incluyendo cálculos para cada producto. A través de ésta observación se pudo constatar lo importante que son estas microempresas para la economía del país. Los problemas varían en estas microempresas pero a simple vista se puede observar el deseo de superación que tiene cada una de ellas.

2.5.2. La Entrevista

Se entrevistó al Presidente de la Junta Parroquial el Sr. Celso Soriano quien es uno de los principales dirigentes dentro de esta Parroquia y quien tiene pleno conocimiento del arte de estas microempresarias y por ende se realizó un formulario de preguntas para obtener la información necesaria para el desarrollo de este trabajo de titulación produciéndose un intercambio de comunicación cruzada entre el entrevistado y el entrevistador transmitiendo interés, motivación y confianza, devolviendo información personal en forma de descripción.

A través de esta entrevista el dirigente de esta Parroquia expresó su apoyo y consideración para que este proyecto se ejecute dentro de la comunidad.

2.5.3. La Encuesta

La información que se obtuvo es de gran utilidad para relacionar las variables. La encuesta se realizó a las microempresarias de esta Parroquia y a los habitantes de la Provincia de Santa Elena. Se diseñó dos modelos de encuestas, para conocer si estas microempresarias están de acuerdo en asociarse, y así mismo determinar cuáles fueron los beneficios que desean y determinar si el producto tendrá o no la aceptación en el mercado, dando como resultado respuestas positivas que facilitarían el desarrollo de este trabajo el mismo que llegará hasta las conclusiones para su viabilidad.

2.6. Instrumentos de la investigación

Los instrumentos empleados fueron los siguientes: Guías de entrevista, cuestionarios, con el fin de proporcionar una definición operacional de la hipótesis, pues son los que dan la medida de los indicadores de las variables.

2.6.1. Guía de entrevista

Una entrevista es simplemente una conversación con un propósito específico. Se entrevista cuando se quiere saber algo de alguien que no se puede obtener por vía numérica. Las entrevistas pueden ser: Estructuradas, semi-estructuradas o no estructuradas. Se selecciona el tipo de entrevista que desea llevar a cabo de acuerdo a:

- El conocimiento que el entrevistador tenga del tema.
- La experiencia del entrevistado.
- Número de entrevistas que se requiere hacer.
- Naturaleza de la información que se desea obtener.

Se selecciona una entrevista semi-estructurada; iniciándose, con una lista de preguntas de los datos o temas que se quieren conocer pero el orden en que se

hacen pueden fluir a lo largo de la entrevista. Se deben cubrir todas las interrogantes, pero no es necesario que el orden en que se hacen las preguntas sea muy estricto.

2.6.2. Cuestionario

El cuestionario analiza las preguntas cerradas porque pueden organizarse de tal forma que el encuestado conteste a través de alternativas o posibilidades de respuestas que deben ser escogidas por el encuestado.

Las preguntas cerradas biopcionales, también se utilizan en el cuestionario porque ofrecen al encuestado la posibilidad de escoger entre dos alternativas de respuesta propuestas.

Cerradas Poliopcionales, propone al encuestado más de dos opciones de respuesta, y pueden ser: De simple selección, de selección múltiple.

El cuestionario de preguntas será desarrollado mediante preguntas concretas y de fácil comprensión para una rápida fluidez de respuesta por parte de las microempresarias y la población.

2.7. Población y muestra

2.7.1. Población

Se denomina población a la suma de personas que conviven dentro de un pueblo, provincia, país, u otra área geográfica, y poseen comúnmente, características en común. También se dice “población” a la acción o acto de poblar.

La población a estudiar son las 24 microempresas que se dedican a la elaboración de conservas de zapallo en Atahualpa, las mismas que están consideradas a

participar del plan asociativo, y la población de la Provincia de Santa Elena quienes con sus respuestas se convirtieron en un aporte importante para el desarrollo de esta investigación la misma que inicia desde la aprobación de todas las integrantes proponiéndoles integrarse a una nueva etapa como verdaderas microempresarias.

Tabla N° 2. Población

ÍTEM	ESTRATO	POBLACIÓN
1	Presidente	1
2	Microempresas	24
3	Habitantes de la Provincia de Santa Elena	308693
	TOTAL	308718

FUENTE: Datos de la investigación - INEC

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

2.7.2. Muestreo casual o incidental:

Se trata de un proceso en el que el investigador selecciona directa e intencionadamente los individuos de la población.

Para escoger la muestra en la presente investigación se tomó como referencia a las 24 microempresarias que conformarán esta asociatividad.

Así mismo para encuestar a la población de la Provincia se trabajó con los datos obtenidos por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en el cual se manifiesta que el total de personas en la Provincia es de 308729 en el cual se determina el tamaño de la muestra en el que se especifica que el producto se va a dirigir desde menores de 6 meses a 99 años.

Determinación del tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de la población de la Provincia se empleó la fórmula siguiente:

$$\text{Fórmula: } n = \frac{N(p.q)}{(N-1)\left(\frac{e}{K}\right)^2 + p.q}$$

DATOS:

Tabla N° 3. Tamaño de la muestra

n =	Tamaño de la Muestra
(O)2 =	Valor de criterio correspondiente al nivel de confianza
P =	Probabilidad que utilice el producto o servicio 95%
Q =	Probabilidad de que no utilice el producto o servicio
e =	Error de la proporción de la muestra 5%
N =	Universo de la investigación
K =	2

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

$$n = \frac{308693(0,5.0,5)}{(308693-1)(0,05/2)^2 + 0,5.0,5} \quad n = \frac{308693(0,25)}{(308693-1)(0,000625) + 0,5.0,5}$$

$$= \frac{77173.25}{192.9325 + 0,25} \quad n = \frac{77173.25}{193.1825}$$

n = 399 personas a encuestar

2.8. Procedimiento y Procesamiento de la investigación

Este estudio empleó el siguiente esquema de investigación:

- El planteamiento del problema
- Recolección de la información bibliográfica
- Seleccionar el tema de investigación
- Elaborar el marco teórico
- Preparar documentación para la recolección de datos
- Aplicar la encuesta para recolectar la información.
- Análisis e interpretación de los resultados.
- Conclusiones y recomendaciones.
- Elaborar la propuesta

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1. FICHA DE OBSERVACIÓN

Ficha de observación			
Título: Plan asociativo para las microempresas dedicadas a la elaboración de conservas de zapallo en la Parroquia Atahualpa, Cantón Santa Elena			
Lugar: Parroquia Atahualpa			
Fecha: 20 Septiembre del 2012			
Tipo de observación: Campo			
Investigador: Mirla Crespo Arízaga			
No. De personas observadas: 24 personas			
Hora: 13:00 pm – 19 pm			
ASPECTOS DE LA OBSERVACIÓN			
	PUNTAJE		
	Bueno	Regular	Malo
Acerca de la asociación			
Muestra interés en formar la asociación	x		
Son creativas en la elaboración del producto	x		
Preparadas para trabajar en equipo		x	
Se diseña la estructura de la asociación (Directiva)		x	
Acerca de la capacitación			
Muestran interés en la capacitación para manejar la asociación	x		
Dispuestas a colaborar para sus beneficios	x		
Acerca de los beneficios			
Apoyo mutuo para reducir costos.	x		
Financiamiento oportuno	x		
Mejora en la producción y comercialización de sus productos	x		

Elaborador por: Mirla Crespo Arízaga

Las fichas de observación se usan especialmente para iniciarse el proceso de observación, la misma que puede estar acompañada de una entrevista para reforzar la información, se especifica el lugar, fecha o datos que el investigador considere importantes

Una ficha de observación es un documento que intenta obtener la mayor información de algo, (sujeto) observándolo.

- Según la ficha se pudo constatar que dentro de los aspectos acerca de la observación se obtuvo un buen repunte puesto que todas las microempresarias están de acuerdo en asociarse; mantienen un don en la elaboración de estos productos y esperan que las personas que estén al mando de la misma dirijan la asociación para bienestar de todas.
- Acerca de la capacitación; todas desean capacitarse para llevar a cabo este proyecto asociativo para obtener beneficios.
- Acerca de los beneficios que ellas tendrán implican financiamiento, la reducción de costos y la obtención de utilidades
- Mejorar la producción y comercialización de sus productos.

Se otorgó un puntaje de bueno, regular y malo en los aspectos de la observación en donde se concluye que ninguno de estos aspectos arrojó resultados negativos, todas las involucradas en el tema están de acuerdo e incluso cuentan con el apoyo del Presidente de la Junta parroquial el Sr Celso Soriano y el Vicepresidente Sr. Henry Muñoz Yagual.

3.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENTREVISTA AL PRESIDENTE DE LA JUNTA PARROQUIAL DE ATAHUALPA, SR. CELSO SORIANO.

Pregunta 1. ¿La comunidad conoce sobre lo que es asociatividad?

No, bajo este término de asociatividad, se la conoce como asociación o agrupación, que en este caso vendría a ser de microempresarias, pues son términos nuevos, los mismos que la población no se familiariza con ellos.

Pregunta 2. ¿Cómo dirigente de la Junta Parroquial, usted informa de las novedades que se dan en torno a los avances de desarrollo comunitario?

Es necesario e importante dar a conocer a la población en general de los avances en materia de desarrollo y más aún si tiene que ver con aspectos relacionados con el desarrollo integral de las microempresas, las cuales permiten integrar la economía de pequeños grupos familiares al contexto global de crecimiento, además que generan empleo y sostenibilidad al progreso de la población.

Pregunta 3. ¿Conoce cómo será la estructura organizacional de una asociación?

No se puede hablar de una estructura totalmente definida, pues en el desarrollo y cobertura de la misma se puede generar cambios sustanciales que cambiarán el organigrama funcional de una asociación, lo que permitirá ser más ágil y competitiva dentro del mercado empresarial peninsular.

Pregunta 4. ¿La asociatividad empresarial es un proceso que origina cambio?

Si, desde todo punto de vista, y más aún si quienes se reúnen bajo esta figura legal tienen a su haber productos de gran aceptación en el mercado alimenticio por lo que se hace necesario tener bases sólidas para enfrentar los cambios que este tipo de asociación genera a su alrededor.

Pregunta 5. ¿Considera necesario emprender acciones de emprendimiento que ayuden a fortalecer la asociatividad dentro de la Comunidad?

Si, toda acción que permita fortalecer las agrupaciones, siempre será bienvenida, pues ayudan al desarrollo sustentado de las asociaciones comunitarias y les permiten crecer económicamente.

Pregunta 6. ¿Por qué cree usted que el proyecto de creación de una asociación de microempresarias dedicadas a la elaboración de conservas, manjar, dulces de zapallo va a tener éxito dentro de la comunidad de Atahualpa?

Para que este producto elaborado a base de zapallo tenga la acogida necesaria y el éxito deseado no solo dentro de la comunidad y de la provincia debe tener una buena presentación, agradable textura y exquisito aroma, todo esto se cumple con el producto que elaboran las microempresarias dedicadas a la elaboración de conservas, manjar, dulces y demás productos elaborados con zapallo, por lo que la aceptación a nivel provincia está garantizada.

Pregunta 7. ¿Existen las condiciones favorables para el desarrollo productivo en este sector alimenticio?

Si, las condiciones se dan favorablemente para el desarrollo comercial de este producto elaborado a base de zapallos, el mismo que cumple con todas las normas de higiene y en cuanto a calidad y gusto del producto es excelente. Todo esto han obtenido gracias al aporte que realizó la ESPOL quien en un momento

dado capacitó y orientó a estas personas para que sean un aporte significativo tanto para sus familias como para la economía del país.

Pregunta 8. ¿La cooperación entre personas mejorará la gestión de los microempresarios?

Es indudable que todo proceso cooperativo tiende a mejorar las gestiones que se hagan en relación a un producto, mercadería, etc. Y más aún si todos los microempresarios son conocidos entre ellos, y otros que mantienen vínculos familiares, de allí su predisposición para mejorar las relaciones de trabajo.

Pregunta 9. ¿Existe en el mercado local los insumos necesarios para potenciar el desarrollo productivo de las conservas de zapallo?

Todos los insumos que se necesitan para la elaboración de los productos a base de zapallo se encuentran en el mercado local, a excepción de la glucosa que se la compra en la ciudad de Guayaquil, pero eso no es ningún problema, por lo que es necesario apoyar la gestión de las microempresarias de Atahualpa, quienes aspiran a lograr establecerse como entes productivo para beneficio propio y de sus familias, con lo que contribuirán al crecimiento sostenido de la región y así mismo como autoridades de la parroquia, estaremos prestos a ayudar a todas ellas a salir adelante.

Análisis:

Es evidente que en la Parroquia Atahualpa existen personas trabajadoras y con deseos de superación como es el caso de las microempresarias quienes trabajan elaborando conservas a base de zapallo como sustento y ayuda para sus hogares pero también cabe recalcar que dentro de esta comunidad existen autoridades que están dispuestas a ayudar en todo lo que este a su alcance como el Sr Celso Soriano que como presidente de esta parroquia y sin dudar está presto a colaborar con este grupo de microempresarias para el desarrollo económico de esta Parroquia.

Su influencia brinda un equilibrio que toda empresaria necesita e indudablemente quedarán agradecidas en caso de necesitar su ayuda

El Sr. Celso Soriano ha sido participe de varios proyectos y capacitaciones e incluso cuenta con el apoyo de varias autoridades de la Provincia quienes están poniendo su granito de arena para sacarlos adelante.

Conclusión:

Fue factible la entrevista realizada al Sr Celso Soriano pues se obtuvo certera información de la cual se hizo uso para fortalecer el trabajo investigativo.

Como mayor autoridad él define a la asociación como una oportunidad de trabajo para el bienestar de estas familias, aparte de eso expresó que es un medio de sustento económico para ayudar a sus esposos en los gastos del hogar.

Queda entendido que cada vez son más las mujeres que quieren desempeñar alguna actividad económica que les genere rentabilidad, y que les permita reducir costos; una buena opción sería crear la asociación, sentirse útiles y saber que no se valen de nadie y que ahora son otro pilar fundamental en los hogares les permite descubrir sus habilidades y destrezas como verdaderas microempresarias pues ellas han sido capacitadas para ejercer esta actividad que han tenido buena acogida dentro de esta comunidad.

Son generadoras de muchas ideas innovadoras y tienen el empuje suficiente para sacar adelante a sus familias.

Son madres, hijas, esposas y son mujeres inteligentes, jóvenes y profesionales que están emprendiendo negocios que están transformando el entorno, pues con la propuesta que se les brinde tendrán una mejor orientación para que puedan ejercer su actividad.

3.3. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS DIRIGIDAS A LAS MICROEMPRESARIAS DE LA PARROQUIA ATAHULAPA

1. Edad de las microempresarias.

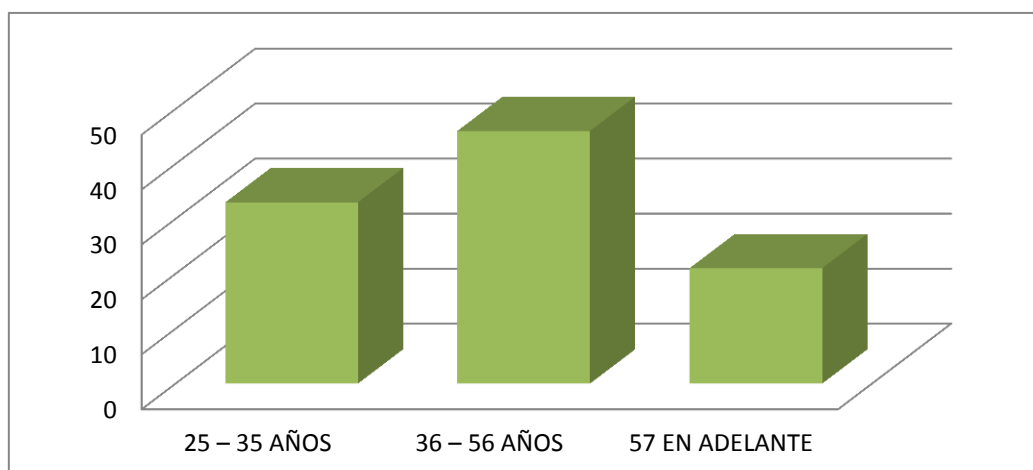
Tabla N° 4. Edad

ÍTEMS	VALORACIÓN	TABULACION	F. RELATIVA
1	25 – 35 AÑOS	8	33%
	36 – 56 AÑOS	11	46%
	57 EN ADELANTE	5	21%
	TOTAL	24	100 %

FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Gráfico N° 4. Edades de las microempresarias



FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta, el 33% tiene entre 25 a 35 años; el 46% está entre los 36 a 56 años de edad; apenas el 21% tiene de 57 años en adelante lo cual indica que el porcentaje más alto oscila entre las mujeres de 36 a 56 años que se dedican a la elaboración de estas conservas. Estos son los promedios de edades de las personas que formarán parte de la asociación mujeres que cuenta n con gran experiencia para impulsar el desarrollo de un producto de calidad, sano y nutritivo para la salud de quienes lo consuman.

2. Estado civil de las microempresarias.

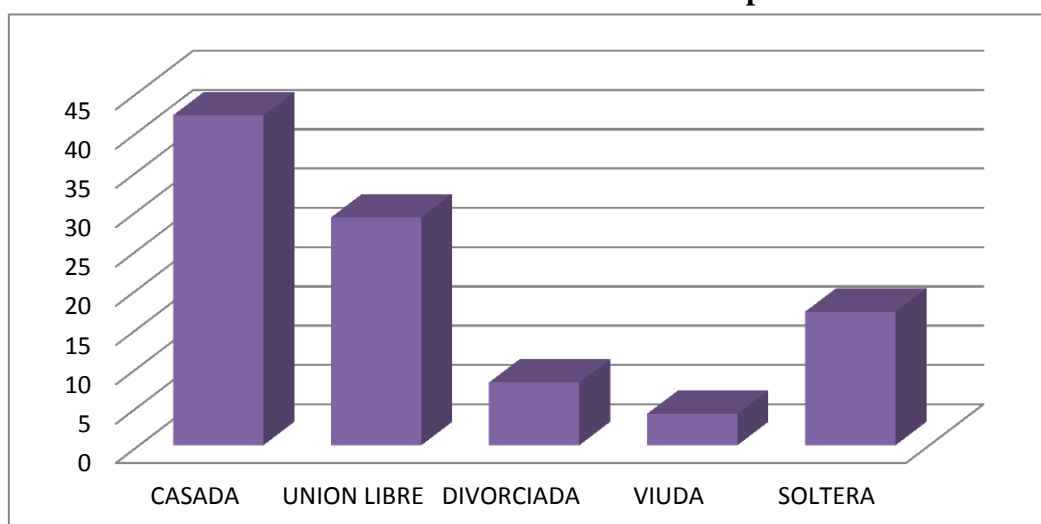
Tabla N° 5. Estado civil de las microempresarias

ÍTEMS	VALORACIÓN	TABULACION	F. RELATIVA
2	CASADA	10	42%
	UNION LIBRE	7	29%
	DIVORCIADA	2	8%
	VIUDA	1	4%
	SOLTERA	4	17%
	TOTAL	24	100 %

FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Gráfico N° 5. Estado civil de las microempresarias



FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Análisis:

Según la encuesta realizada el 42% de las encuestadas respondió estar casada, un 29% se encuentra en unión libre, un 8% divorciada, un 4% están viudas, y un 17% están aún solteras. El estado civil de cada una de las microempresarias es variado, lo cual indica que aun teniendo a sus esposos o no igual buscan salir adelante, ellas desean convertirse en un apoyo económico para sus familias, ayudar en sus gastos y ser generadoras de su propio dinero.

3. Nivel de educación de las microempresarias.

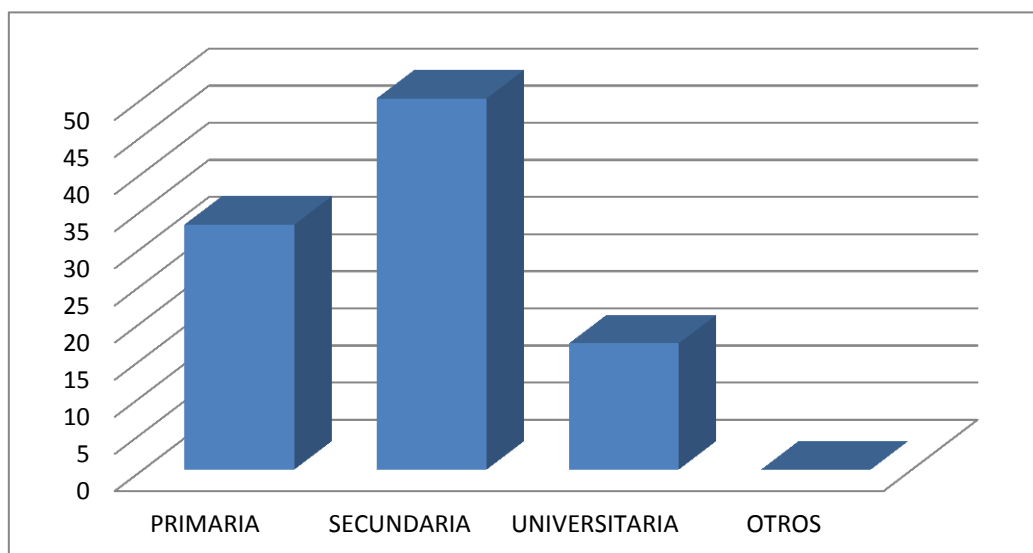
Tabla N° 6. Nivel de educación

ÍTEMS	VALORACIÓN	TABULACIÓN	F. RELATIVA
3	PRIMARIA	8	33%
	SECUNDARIA	12	50%
	UNIVERSITARIA	4	17%
	OTROS	0	0%
	TOTAL	24	100 %

FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Gráfico N° 6. Nivel de educación



FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Análisis:

Del total de las personas encuestadas el 50% dijo tener un nivel de educación secundaria, mientras que un 33% solo tiene primaria y por último un 17% es universitario o se encuentran estudiando alguna carrera. En esta interrogante cabe destacar que cada vez existen más jóvenes que se preparan para mejorar sus condiciones de vida.

4. Trabaja en la actualidad

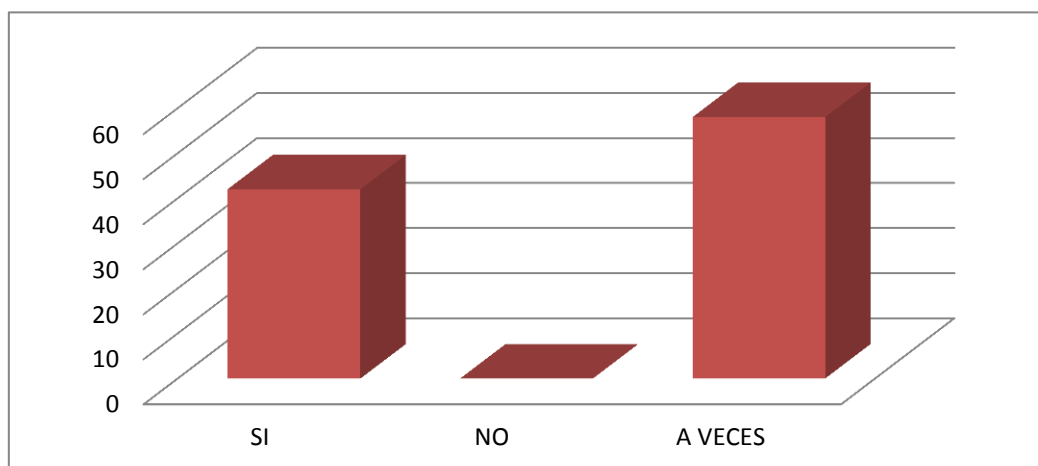
Tabla N° 7. Situación laboral

ÍTEMS	VALORACIÓN	TABULACIÓN	F. RELATIVA
4	SI	10	42%
	NO	0	0%
	A VECES	14	58%
	TOTAL	24	100%

FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Gráfico N° 7. Situación laboral



FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Análisis:

El 42% de las participantes encuestadas si se encuentran trabajando actualmente, mientras que el 58% de las participantes presentan una situación laboral inestable o llamado también trabajos eventuales puesto que manifestaron trabajar a veces en cualquier actividad o elaborando las conservas a base de zapallo.

De los resultados obtenidos se deduce que la mayoría de las personas encuestadas necesitan de algún trabajo estable que les ayude a solventar sus gastos o ayudar a sus esposos a mantener sus familias.

5. Ud. elabora conservas a base de zapallo?

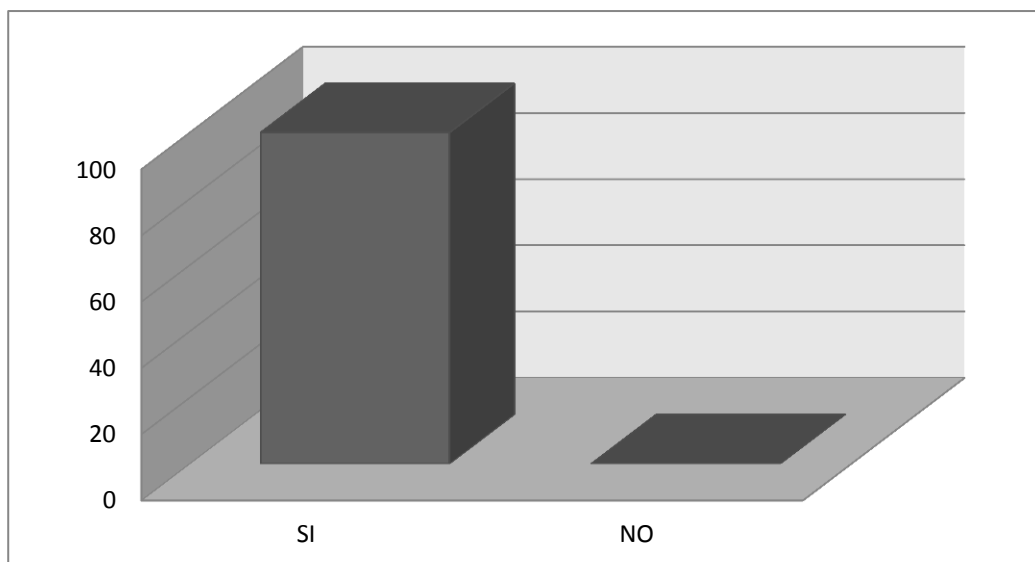
Tabla N° 8. Elaboran conservas a base de zapallo

ÍTEMS	VALORACIÓN	TABULACIÓN	F. RELATIVA
5	SI	24	100%
	NO	0	0%
	TOTAL	24	100%

FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Gráfico N° 8. Elaboran conservas a base de zapallo



FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Análisis:

La totalidad de las encuestadas manifestó que si elaboran conservas a base de zapallo pues lo hacen como una pequeña fuente de ingreso adicional para ayudar en los gastos de sus familias o ayudar a sus esposos. Esto las hace sentir útiles frente a una sociedad que día a día se enfrenta a situaciones difíciles con respecto a su economía.

6. ¿Cuántos años tiene de experiencia en la elaboración de conservas a base de zapallo?

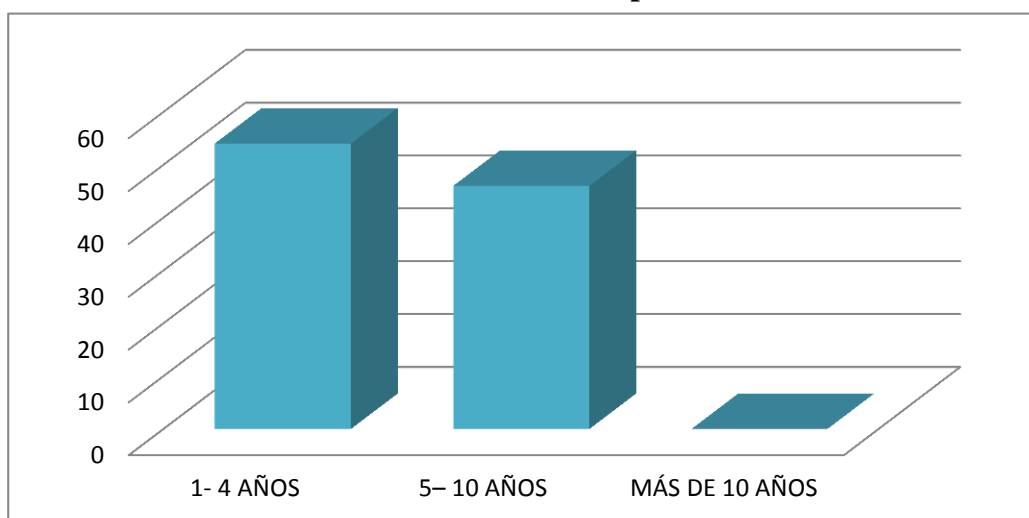
Tabla N° 9. Años de experiencia

ÍTEMS	VALORACIÓN	TABULACIÓN	F. RELATIVA
6	1- 4 AÑOS	13	51%
	5- 10 AÑOS	11	49%
	MÁS DE 10 AÑOS	0	0
	TOTAL	24	100 %

FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Gráfico N° 9. Años de experiencia



FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Análisis:

En cuanto a los años de experiencia de las encuestadas en la preparación de conservas de zapallo, se obtuvo que el 51 % tiene de 1 a 4 años; el 49 % expresó que tiene de 5 a 10 años. Se dice que la experiencia no es un accidente y que aquellas que tienen la capacidad y el conocimiento sobre la preparación de estos productos pueden capacitar al resto de las personas que quieran formar parte de esta futura asociación.

7. En sus años de experiencia en la fabricación de estas conservas con que otra hortaliza o fruta ha trabajado?

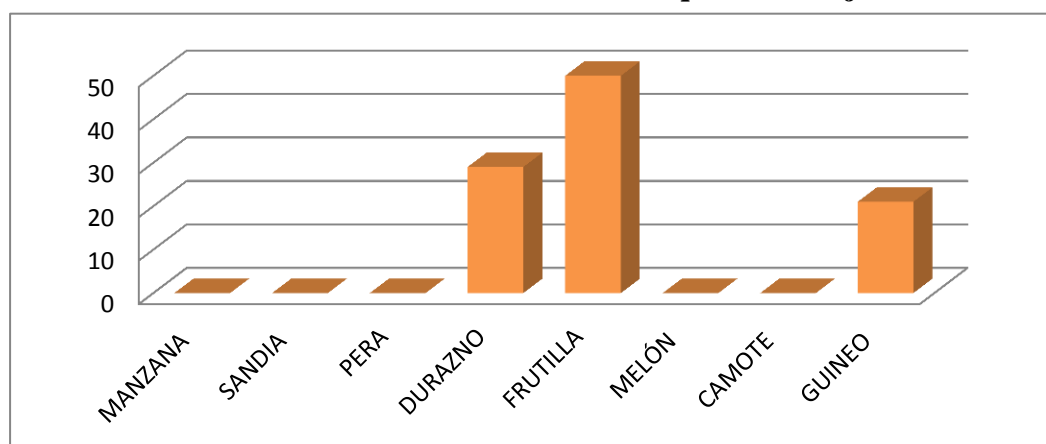
Tabla N° 10. Hortaliza o fruta con la que ha trabajado

ÍTEMS	VALORACIÓN	TABULACIÓN	F. RELATIVA
7	MANZANA	0	0%
	SANDIA	0	0%
	PERA	0	0%
	DURAZNO	7	29%
	FRUTILLA	12	50%
	MELÓN	0	0%
	CAMOTE	0	0%
	GUINEO	5	21%
	TOTAL	24	100 %

FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Gráfico N° 10. Hortaliza o fruta con la que ha trabajado



FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Análisis:

A criterio de las encuestadas, el 50 % ha utilizado más la frutilla para elaborar mermeladas caseras; con un 29% de durazno; y 21% guineo; en fin existe una variedad de frutas que pueden ser usados para la elaboración de mermeladas y dulces, pero lo que diferencia a estas microempresarias es que de una hortaliza preparan deliciosas conservas ofreciendo un alto valor nutritivo a las personas que lo consuman.

8. El producto que Ud. elabora es aceptado en la comunidad?

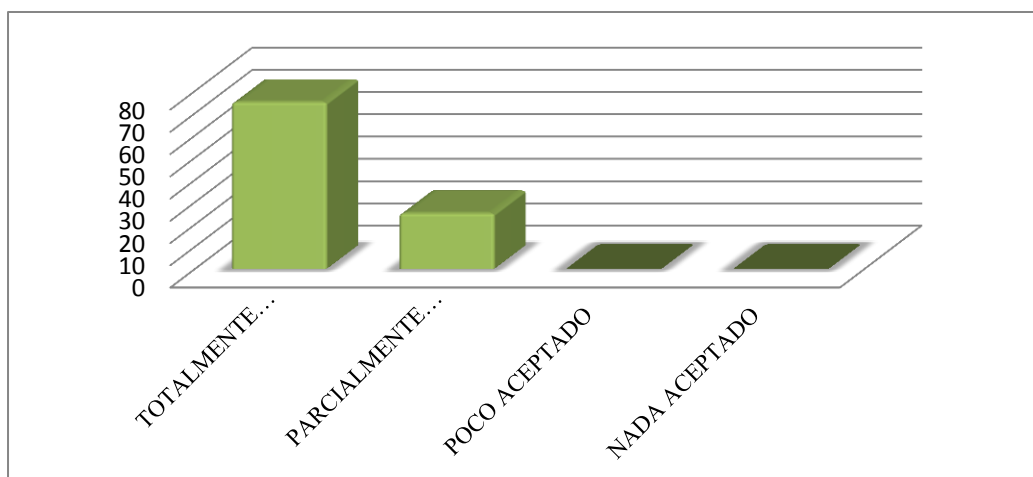
Tabla N° 11. Producto aceptado

ÍTEMS	VALORACIÓN	TABULACIÓN	F. RELATIVA
8	TOTALMENTE ACEPTADO	18	75%
	PARCIALMENTE ACEPTADO	6	25%
	POCO ACEPTADO	0	0%
	NADA ACEPTADO	0	0%
	TOTAL	24	100 %

FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Gráfico N° 11. Producto aceptado



FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Análisis:

De acuerdo a este ítem el 75% de las microempresarias encuestadas dijo que el producto que ofrecen es totalmente aceptado por la comunidad y solo un 25% es parcialmente aceptado siendo así un producto garantizado para los consumidores por su alto nivel de proteína, producto saludable y recomendado para la salud.

Como se puede ver, tiene aceptación no solo en la parroquia Atahualpa, sino también en otras partes de la Provincia, pues es necesario mencionar que para el 2 de noviembre se realiza la feria artesanal en Atahualpa y muchas personas acuden a ella motivadas por los productos que allí se expenden.

9. El producto que ustedes elaboran se lo conoce en:

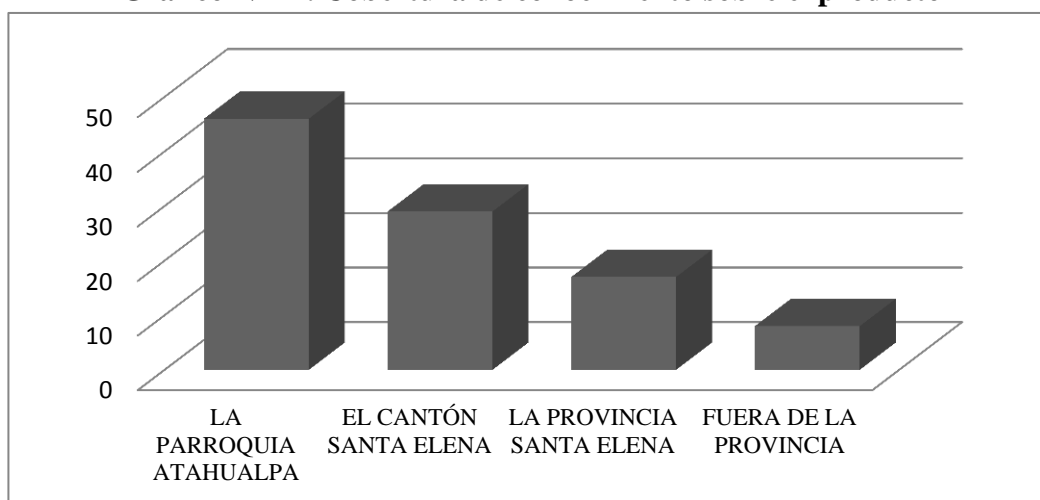
Tabla N° 12. Cobertura de conocimiento sobre el producto

ÍTEMS	VALORACIÓN	TABULACIÓN	F. RELATIVA
9	LA PARROQUIA ATAHUALPA	11	46%
	EL CANTÓN SANTA ELENA	7	29%
	LA PROVINCIA SANTA ELENA	4	17%
	FUERA DE LA PROVINCIA	2	8%
	TOTAL	24	100 %

FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Gráfico N° 12. Cobertura de conocimiento sobre el producto



FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Análisis:

De acuerdo con las encuestadas el 60 % de ellas respondió que el producto se lo conoce en la Parroquia Atahualpa; el 17 % en todo el cantón Santa Elena, el 9 % expresó que a nivel Provincia y un 14 % expresó que el producto elaborado a base de zapallo como materia prima se lo conoce en otras provincias, debido a que la Escuela Superior Politécnica del Litoral ha organizado ferias artesanales y ha invitado a las microempresarias de Atahualpa a que lleven sus productos, teniendo un gran éxito y una aceptación muy buena.

10. Cuenta con RUC

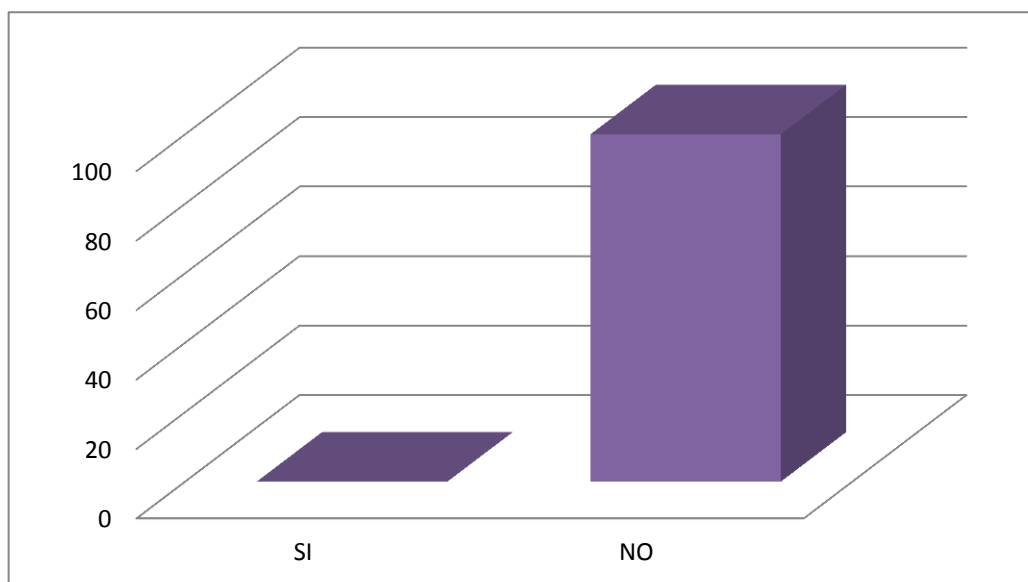
Tabla N° 13. Poseen RUC

ÍTEMS	VALORACIÓN	TABULACIÓN	F. RELATIVA
10	SI	0	0%
	NO	24	100%
	TOTAL	24	100%

FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Gráfico No. 13. Poseen RUC



FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Análisis:

Según esta pregunta ninguna de las microempresarias encuestadas cuenta con un Ruc sus razones son múltiples por lo que han preferido no involucrarse con el SRI y tampoco lo ven necesario ya que solo trabajan por eventos y sus pequeños negocios no están legalmente constituidos y además manifestaron que sus ventas son limitadas.

11. ¿Cuál ha sido el mayor obstáculo que ha tenido para asentarse legalmente como microempresaria?

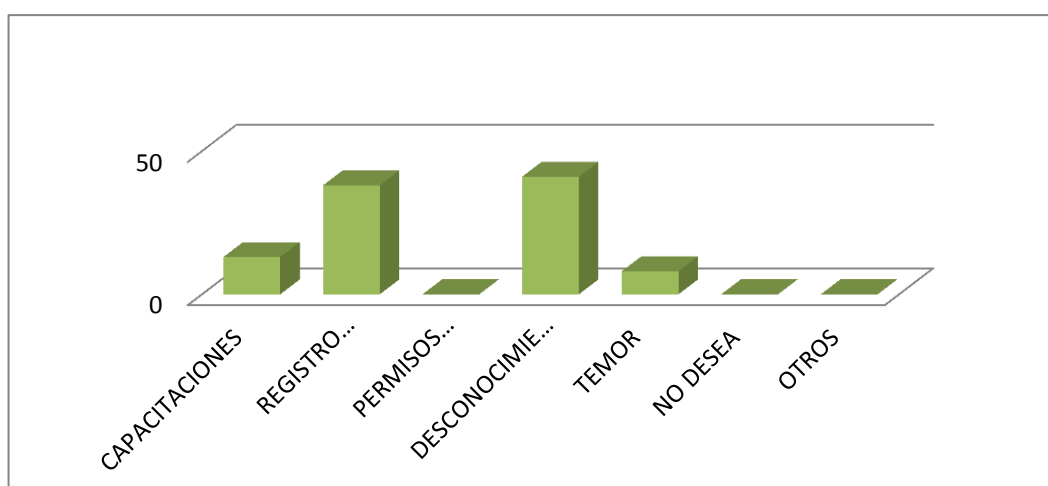
Tabla N° 14. Obstáculos de constitución

ÍTEMS	VALORACIÓN	TABULACIÓN	F. RELATIVA
11	CAPACITACIONES	3	13%
	REGISTRO SANITARIO	9	38%
	PERMISOS MUNICIPALES	0	0%
	DESCONOCIMIENTO TOTAL DE TRAMITES	10	41%
	TEMOR	2	8%
	NO DESEA	0	0%
	OTROS	0	0%
	TOTAL	24	100 %

FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Gráfico N° 14. Obstáculos de constitución



FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Análisis:

Los resultados de esta interrogante reflejan que uno de los mayores obstáculos es por desconocimiento de trámites con un porcentaje del 41%, seguido del registro sanitario con un 38%, luego por falta de capacitación con un 13%, finalmente un 8% refleja temor y por el desconocimiento que tienen en los trámites manifestaron que eso les demanda mucho tiempo y dinero.

12. ¿Estaría dispuesta a asociarse?

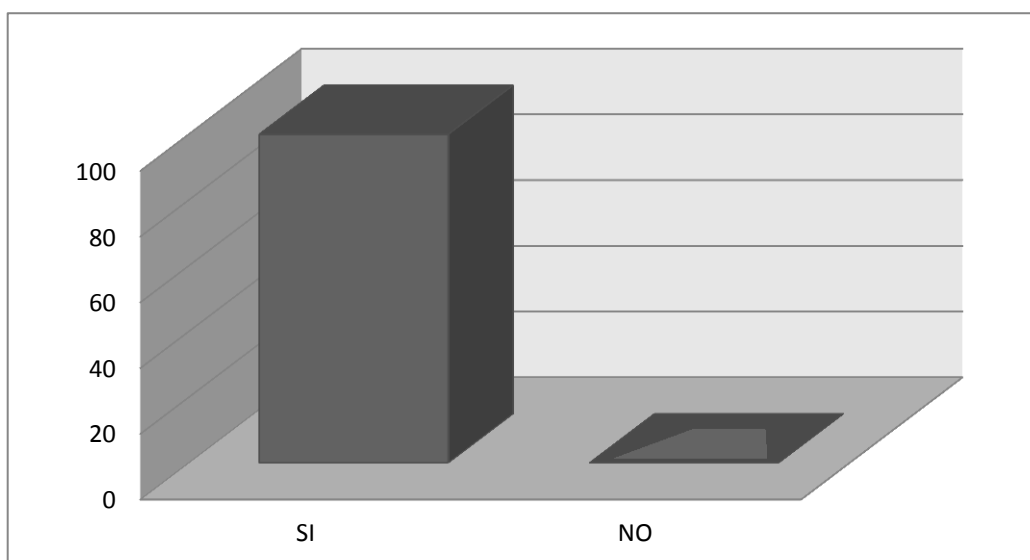
Tabla N° 15. Voluntad para asociarse

ÍTEMS	VALORACIÓN	TABULACIÓN	F. RELATIVA
12	SI	24	100
	NO	0	0
	TOTAL	24	100%

FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Gráfico N° 15. Voluntad para asociarse



FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Análisis:

El 100% de las microempresarias está de acuerdo en asociarse puesto que con ello obtendrán mayores beneficios o una buena rentabilidad económica. Piensan que formar parte de una asociación les podrá facilitar el expendio de sus productos, compartir ideas, adquirir materia prima en mayores cantidades, acceder a un crédito que les permita la adquisición de activos fijos para formar una asociación de acuerdo a las necesidades del entorno, pues sin esta idea les hacía difícil acceder a estos beneficios.

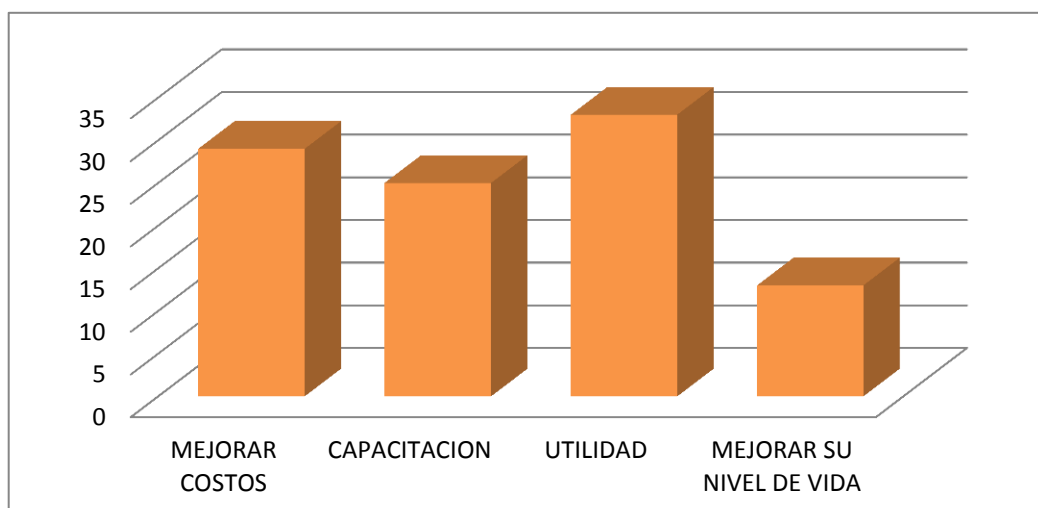
13. ¿Qué beneficios espera?

Tabla N° 16. Beneficios esperados

ÍTEMS	VALORACIÓN	TABULACIÓN	F. RELATIVA
13	MEJORAR COSTOS	7	29%
	CAPACITACION	6	25%
	UTILIDAD	8	33%
	MEJORAR SU NIVEL DE VIDA	3	13%
	TOTAL	24	100%

FUENTE: Datos de la investigación
ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Gráfico N° 16. Beneficios esperados



FUENTE: Datos de la investigación
ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Análisis:

Según los datos obtenidos el 29% lo representan mejorar costos, capacitación 25% utilidad 33%, así mismo un 13% de ellas espera mejorar su nivel de vida. Todas las microempresarias en algún momento esperan capacitarse para manejar la asociación, reducir costos al momento de elaborar el producto para así obtener más utilidades.

14. ¿Ud. estaría de acuerdo en pagar una cuota representativa por formar parte de esta asociación?

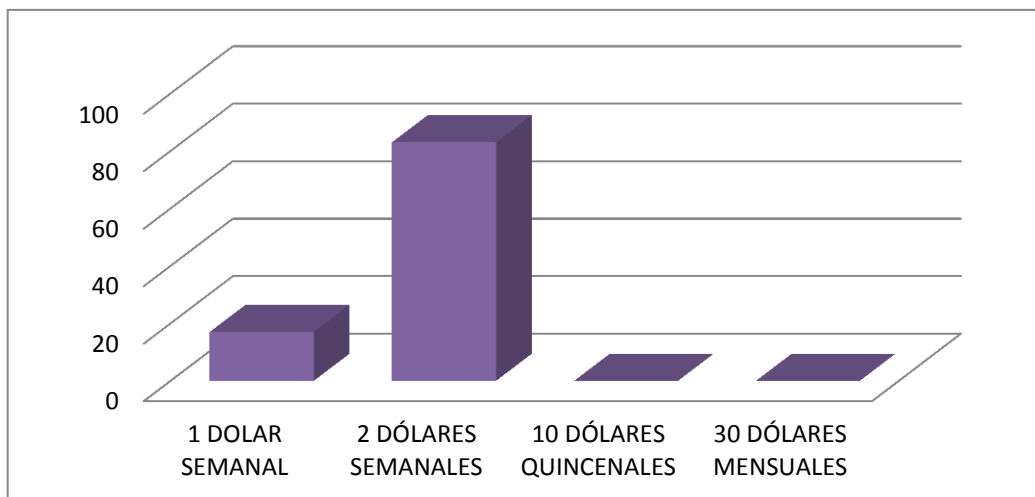
Tabla N° 17. Cuota representativa

ÍTEMS	VALORACIÓN	TABULACIÓN	F. RELATIVA
14	1 DOLAR SEMANAL	4	17%
	2 DÓLARES SEMANALES	20	83%
	10 DÓLARES QUINCENALES	0	0%
	30 DÓLARES MENSUALES	0	0%
	TOTAL	24	100%

FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Gráfico N° 17. Cuota representativa



FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Análisis:

El 83% de las microempresarias está de acuerdo en pagar una cuota de dos dólares semanales para cubrir ciertos gastos que se presentaran en la asociación, y otro grupo que representa un 17% está dispuesto a abonar solo un dólar semanal. Se tomara en cuenta la cuota que mayor porcentaje tenga o la que elija la directiva.

15. ¿Le gustaría ser parte de la directiva de la asociación?

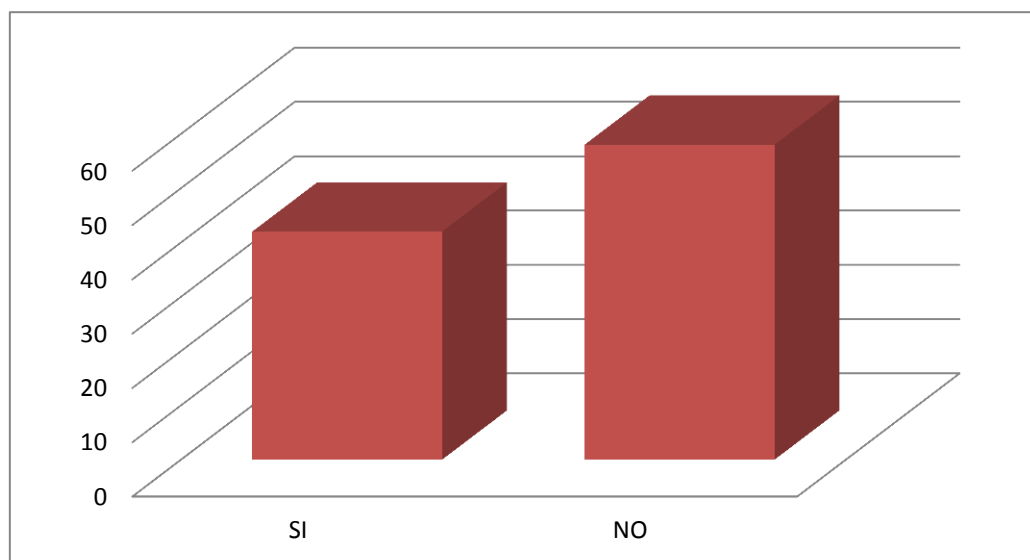
Tabla N° 18. Directiva de la dirección

ÍTEMS	VALORACIÓN	TABULACIÓN	F. RELATIVA
15	SI	10	42%
	NO	14	58%
	TOTAL	24	100%

FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Gráfico N° 18. Directiva de la dirección



FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Análisis:

Un 42% de las microempresarias dijo que si le gustaría ser parte de la directiva de la asociación y un 58% dijo que no le gustaría por cuestiones de tiempo u otras razones personales. Dirigir a un grupo de personas resulta en ocasiones un poco tedioso pero si se los orienta así el logro de un mismo objetivo que beneficie a la asociación en general los resultados esperados serán positivos.

16. ¿Está de acuerdo en abonar \$ 50 por cada socia para formar un capital social?

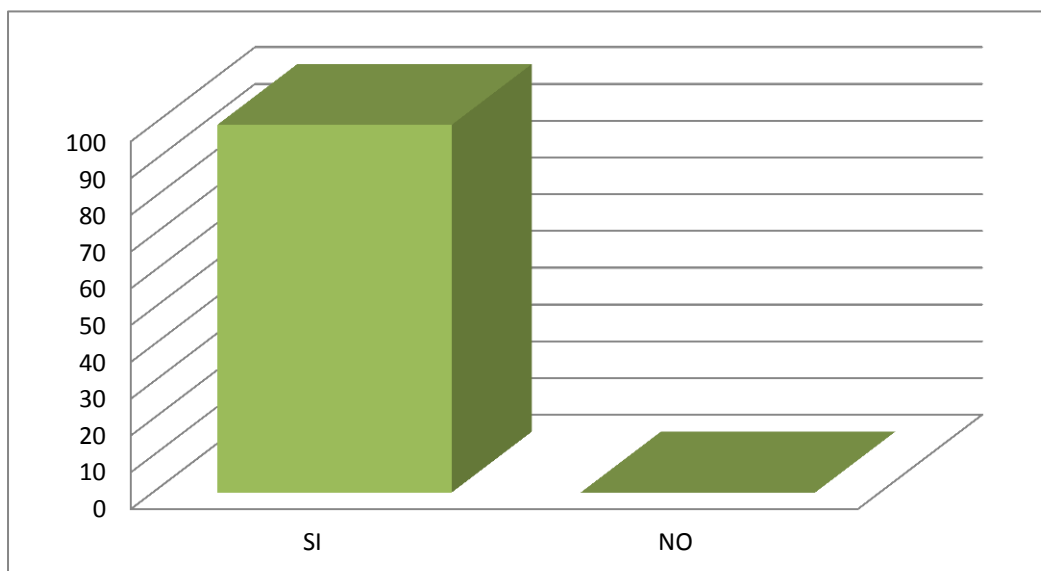
Tabla N° 19. Capital social

ÍTEMS	VALORACIÓN	TABULACIÓN	F. RELATIVA
16	SI	24	100%
	NO	0	0 %
	TOTAL	24	100%

FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Gráfico N° 19. Capital social



FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Análisis:

Según la última interrogante, todas las socias están de acuerdo en abonar \$ 50 para formar un capital que servirá para realizar trámites o gastos efectuados producto de la asociación. No es fácil conseguir dinero hoy en día pero cada una de ellas se sacrifica abonando esta cantidad porque saben que después de esto tendrán buenos beneficios.

17. ¿Está Ud. de acuerdo en que se contrate los servicios adicionales de un contador para que ejecute la parte financiera del plan asociativo?

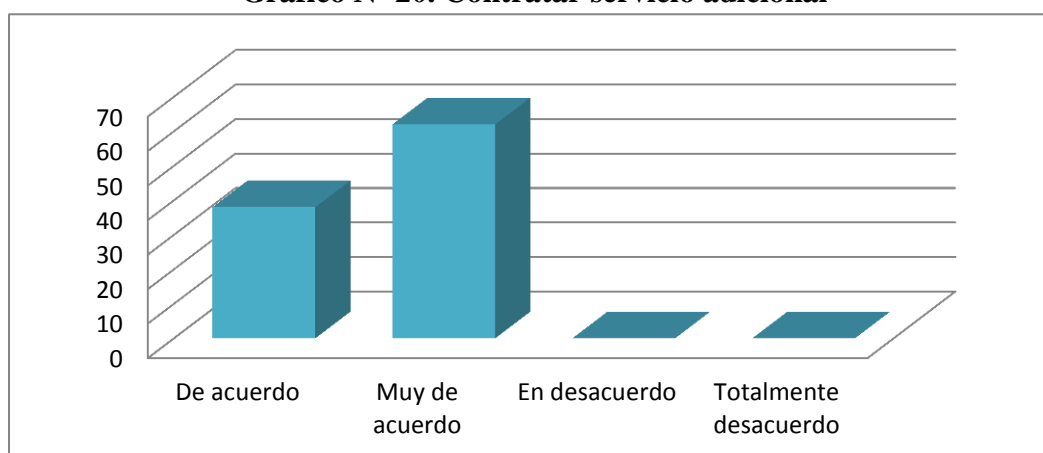
Tabla No. 20. Contratar servicio adicional

ÍTEMS	VALORACIÓN	TABULACIÓN	F. RELATIVA
17	DE ACUERDO	9	38%
	MUY DE ACUERDO	15	62%
	EN DESACUERDO	0	0
	TOTALMENTE EN DESACUERDO	0	0
	TOTAL	24	100%

FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Gráfico N° 20. Contratar servicio adicional



FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Análisis:

El 62% está muy de acuerdo y el 38% de acuerdo en que se contrate los servicios adicionales de una contadora para que ejecute la parte financiera del plan asociativo ya que ellas no se encuentran en capacidad de manejar la parte contable y necesitarán la ayuda de una persona que tenga conocimiento en el área. Todo esto se lo hace con la intención de llevar un control de todos los ingresos que se vayan generando, tomando en cuenta los costos generados por la producción de estas conservas.

3.3.1. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

3.3.1.1. Conclusiones de las microempresarias

Entre las conclusiones principales que se determinó con los resultados obtenidos, se determinan los siguientes:

- Según las encuestas realizadas a las microempresarias de la Parroquia Atahualpa se puede deducir que son mujeres totalmente emprendedoras y con deseos de superación por lo que están de acuerdo en asociarse para que sus productos sean reconocidos a nivel Provincial y no solo dentro de la comunidad de Atahualpa.
- Estas microempresarias esperan obtener beneficios al momento de trabajar en asociación, pues todas unidas formarán un equipo de trabajo que será capaz de mantener las buenas relaciones interpersonales para llegar al cliente y conocer sus exigencias.
- No poseen el conocimiento necesario para manejar una microempresa, desconocen de trámites legales, pero con la idea planteada de conformar la asociación esperan mejorar su nivel de vida y la de sus familias.
- Están dispuestas a recibir capacitación en cuanto al emprendimiento de las actividades a desarrollarse dentro de la asociación y en administración de negocios.
- La finalidad de este proyecto incentivador se lo realiza para generar empleo; con trabajo se aporta a la economía del país en general tomando en cuenta los agentes económicos como son: las familias, estado y empresas

3.3.1.2. Recomendaciones de las microempresarias.

De acuerdo a las encuestas realizadas a las microempresarias, las recomendaciones efectuadas para ellas fueron las siguientes:

- Se recomienda que dentro de la asociación se elija una directiva para delegar funciones, que guíen al resto de las microempresarias, la idea del negocio y la asociación es una sola ya que se asocian para poder vender sus productos.
- La cabeza principal de la asociación, en este caso la Presidenta que asuma el puesto deberá convertirse en una líder para que fomente el trabajo en equipo y pueda fluir la comunicación entre ellas.
- Las microempresarias deberán aprovechar las fortalezas y oportunidades que les presenten en el entorno ya que de un exhaustivo análisis depende el éxito de la asociación.
- Será necesaria la capacitación para que puedan manejar libremente la asociación.
- Es recomendable por ahora la contratación adicional de un contador ya que ellas no tienen experiencia en el área señalada lo que dificultaría el manejo real de la parte financiera de la asociación.

3.4. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS DIRIGIDAS A LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

1. ¿Sabe Ud. que la hortaliza más conocida en la población ecuatoriana es el zapallo?

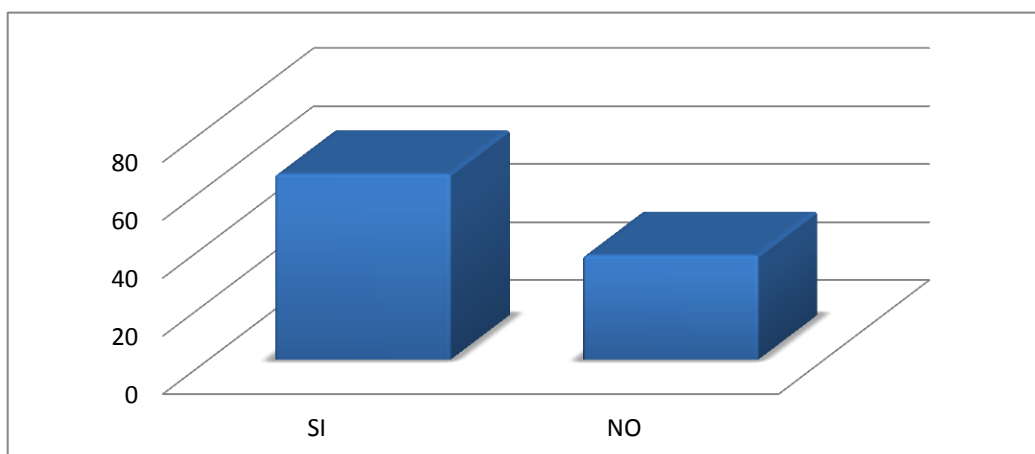
Tabla No. 21. Conocen el zapallo

ÍTEMS	VALORACIÓN	TABULACIÓN	F. RELATIVA
1	SI	256	64%
	NO	143	36%
	TOTAL	399	100%

FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Gráfico No. 21. Conocen el zapallo



FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Análisis:

De acuerdo a la encuesta realizada en la Provincia de Santa Elena el 64% sabe que la hortaliza más conocida en la población es el zapallo, mientras que un 36% dijo desconocer. Muchas personas no conocen mucho de las hortalizas y peor de sus nutrientes. Las personas que nombran al zapallo manifiestan que no les agrada mucho pero ya con esta nueva idea de producto muchas serán las que deseen comprarlo, y se hará más importante si se les da a conocer las bondades que posee esta hortaliza.

2. ¿ Con que otro nombre identifica al zapallo

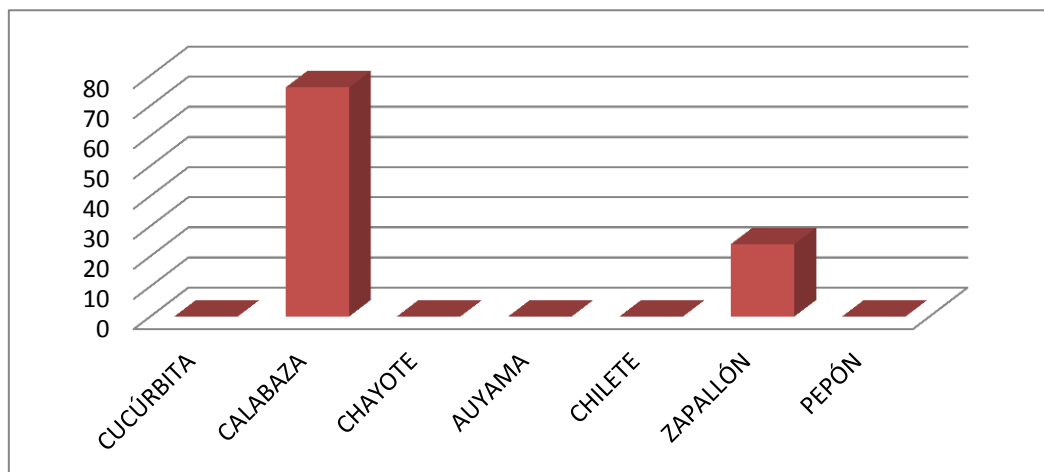
Tabla No. 22. Nombres genéricos del zapallo

ÍTEMS	ALTERNATIVAS	TABULACIÓN	F. RELATIVA
2	CUCÚRBITA	0	0%
	CALABAZA	302	76%
	CHAYOTE	0	0%
	AUYAMA	0	0%
	CHILETE	0	0%
	ZAPALLÓN	97	24%
	PEPÓN	0	0%
	TOTAL	399	100%

FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Gráfico No. 22. Nombres genéricos del zapallo



FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Análisis:

El zapallo es una hortaliza que tiene algunos nombres por lo que la población encuestada no sabe o desconoce los otros nombres con el que se puede identificarla. Dentro de la Provincia de Santa Elena el 76% dijo conocer más al zapallo como calabaza y un 24% como zapallón. Existen diferentes variedades de zapallo pero su valor nutritivo siempre cubrirá la misma necesidad.

3. ¿Conoce las propiedades que contiene esta hortaliza?

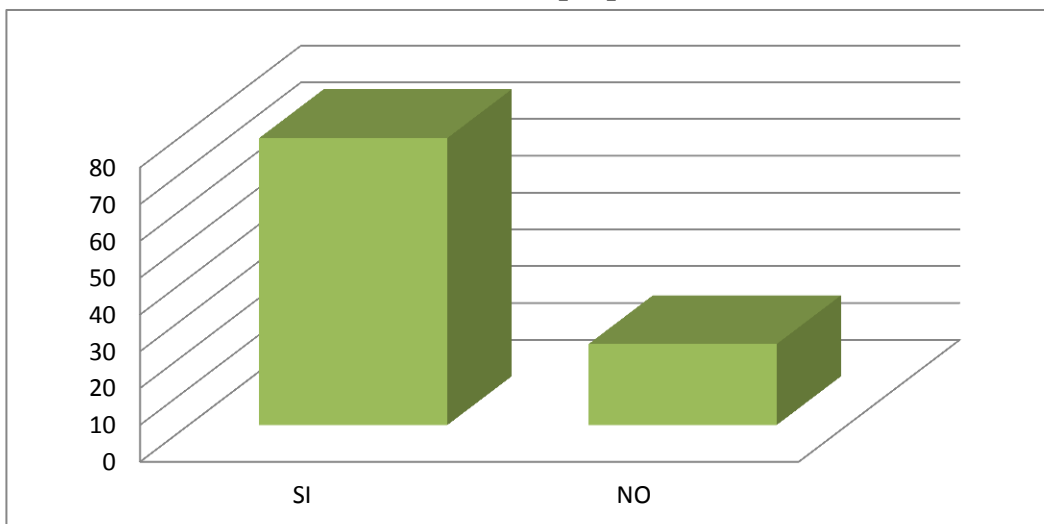
Tabla No.23. Conocen de las propiedades de la hortaliza

ÍTEMS	ALTERNATIVAS	TABULACIÓN	F. RELATIVA
3	SI	313	78%
	NO	86	22%
	TOTAL	399	100%

FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Gráfico No. 23. Conocen de las propiedades de la hortaliza



FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Análisis:

El 78% si conoce cuales son las propiedades que contiene esta hortaliza, su notable valor nutritivo se debe a su composición, obteniendo buenos resultados para quienes lo consuman y finalmente un 22% dijo desconocer sobre la composición del zapallo, este último porcentaje es en el que se debe trabajar ya que si el producto es a base de zapallo se debe dar a conocer las propiedades que contiene para garantizar su efectividad de consumo.

4. Considere la siguiente afirmación y responda acorde con su criterio:
 ¿El zapallo es excelente alimento para el crecimiento y desarrollo de sus hijos?

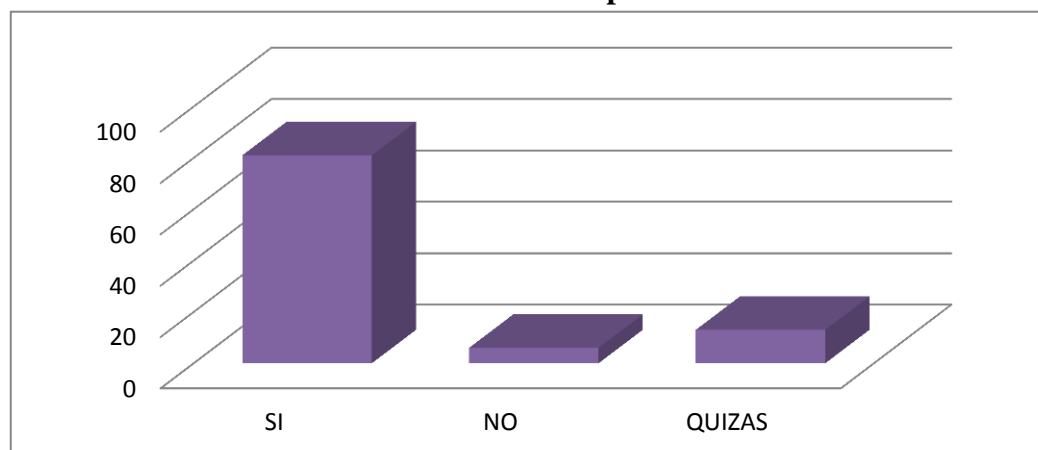
Tabla No. 24. Alimento para los niños

ÍTEMS	ALTERNATIVAS	TABULACIÓN	F. RELATIVA
4	SI	324	81%
	NO	25	6%
	QUIZÁS	50	13%
	TOTAL	399	100%

FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Gráfico No. 24. Alimento para los niños



FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Análisis:

Según los resultados obtenidos en esta interrogante más de la tercera parte representada por el 81% dijo que el zapallo es un excelente alimento para el crecimiento y desarrollo de sus hijos, otro 6% por desconocimiento dijo que no o simplemente no les gusta, y por último un 13% dijo que quizás puede ser un buen alimento. Con estos resultados se observa el alto conocimiento que tienen los padres de familia al momento de alimentar a sus hijos.

5. ¿Sabías que el zapallo previene enfermedades como la hipertensión arterial, afecciones coronarias y arteriosclerosis, afecciones del estómago y prevención del cáncer?

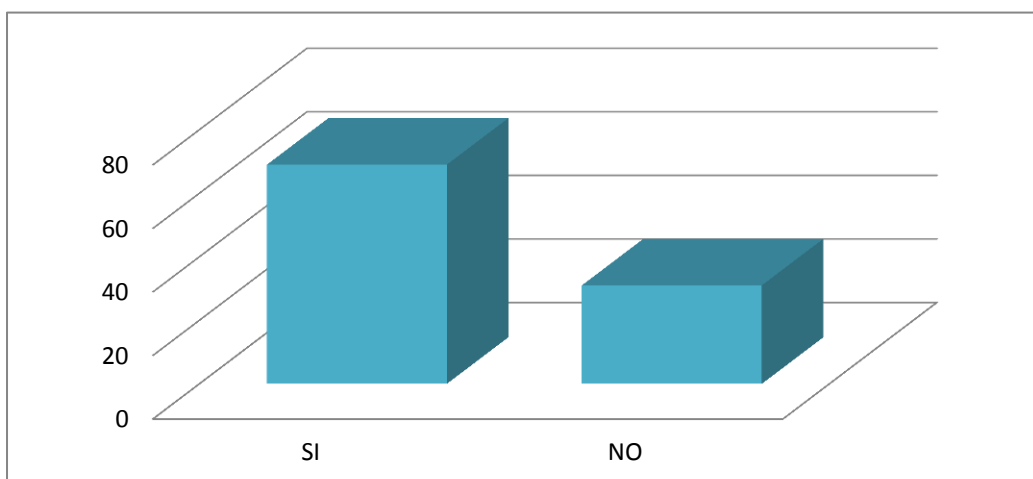
Tabla No. 25. Conocen que el zapallo previene enfermedades

ÍTEMS	ALTERNATIVAS	TABULACIÓN	F. RELATIVA
5	SI	276	69%
	NO	123	31%
	TOTAL	399	100%

FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Gráfico No. 25. Conocen que el zapallo previene enfermedades



FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Análisis:

Más de la mitad respondió que sí sabe que el zapallo previene enfermedades como la hipertensión arterial, afecciones coronarias y arteriosclerosis, afecciones del estómago y prevención del cáncer y un 31% no sabe por lo que se recomienda que se debe concienciar a este pequeño porcentaje de la población sobre contenido nutritivo del zapallo.

6. ¿Compraría usted, mermelada y dulce de zapallo si estuviera en el mercado?

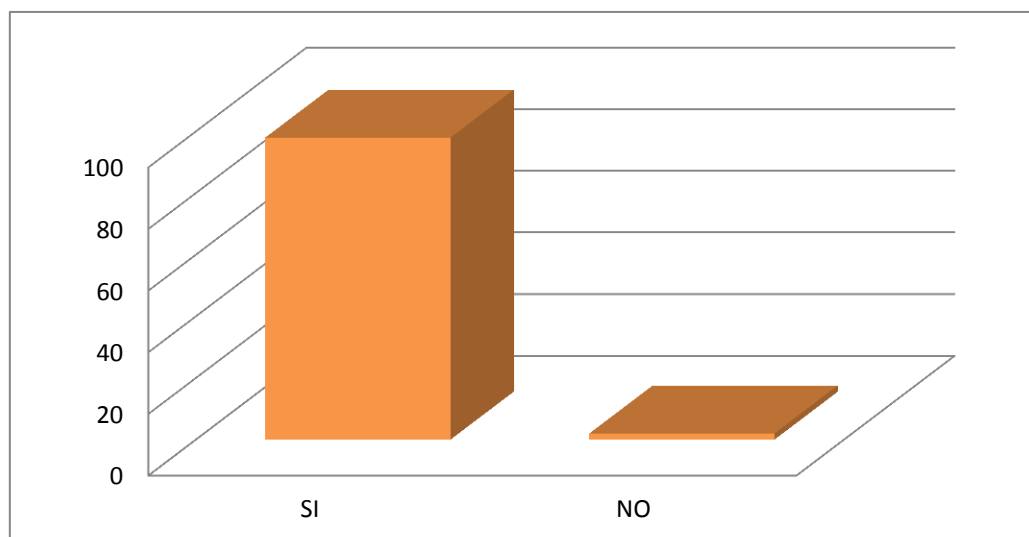
Tabla No. 26. Compraría mermelada y dulce de zapallo

ÍTEMS	ALTERNATIVAS	TABULACIÓN	F. RELATIVA
6	SI	392	98%
	NO	7	2%
	TOTAL	399	100%

FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Gráfico No. 26. Compraría mermelada y dulce de zapallo



FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Análisis:

Después de dar a degustar el producto y de dar a conocer su composición fue afirmativa la respuesta de casi todos los encuestados, comprobaron que el producto es muy bueno y si estarían dispuestos a comprarlo. No obstante un 2% no quiso degustar el producto ya que no les gusta el zapallo, lo cual indica que el producto tendrá una buena participación en el mercado.

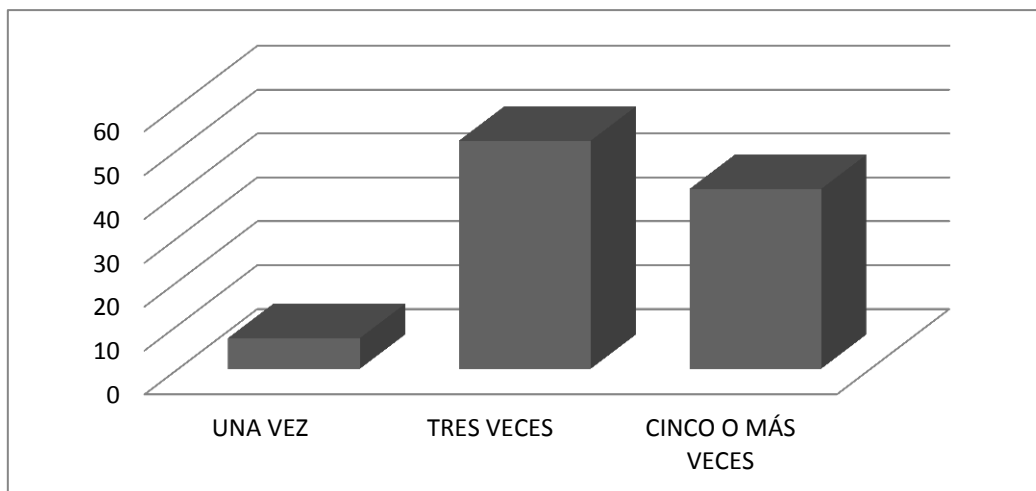
7. En el caso de ser de su agrado el producto, con qué frecuencia lo consumiría (Escala por semana)

Tabla No. 27. Frecuencia de consumo

ÍTEMS	ALTERNATIVAS	TABULACIÓN	F. RELATIVA
7	UNA VEZ	25	7%
	TRES VECES	209	52%
	CINCO O MÁS VECES	165	41%
	TOTAL	399	100%

FUENTE: Datos de la investigación
 ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Gráfico No. 27. Frecuencia de consumo



FUENTE: Datos de la investigación
 ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Análisis:

Por ser un producto nuevo rico y nutritivo en su composición el 52% expresó que estaría dispuesto a comprarlo tres veces, otro 41% cinco veces por semana, por lo que nos indica que este producto si tendrá acogida en el mercado.

8. ¿Cuál de los dos productos elaborados a base de zapallo estaría dispuesto a consumir más?

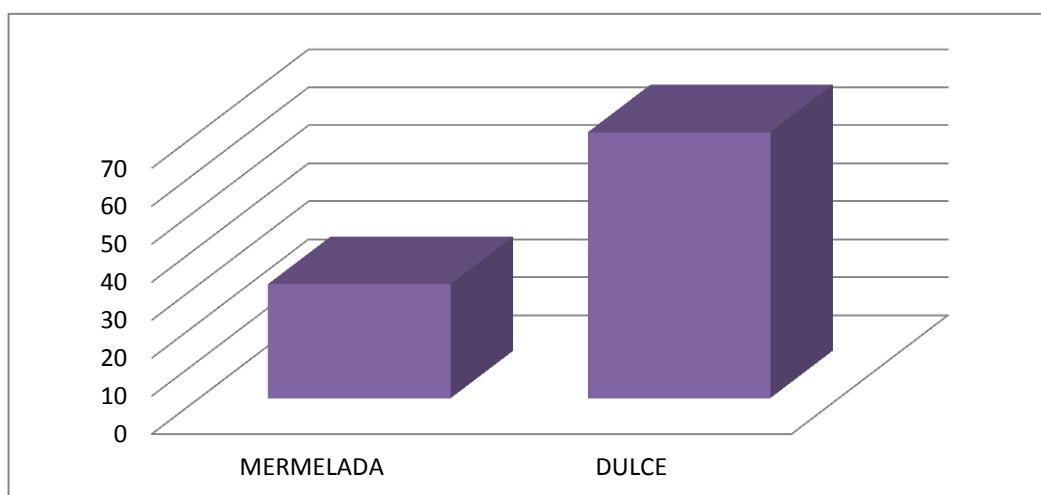
Tabla No. 28. Decisión de compra entre mermelada y dulce

ÍTEMS	ALTERNATIVAS	TABULACIÓN	F. RELATIVA
8	MERMELADA	121	30%
	DULCE	278	70%
	TOTAL	399	100%

FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Gráfico No. 28. Decisión de compra entre mermelada y dulce



FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Análisis:

De acuerdo a la degustación del producto y del paladar de cada persona se pudo constatar que de los dos productos el que tuvo más interés fue el dulce con un 70% y 30% para la mermelada, lo cual no significa que la asociación se vaya a dedicar solo al dulce pues las dos conservas saldrán a la venta, lo que si hay que tomar en cuenta es que hubieron personas que dijeron que son alérgicos a la leche.

9. ¿Las mermeladas y dulces que usted más compra son elaborados con que fruta?

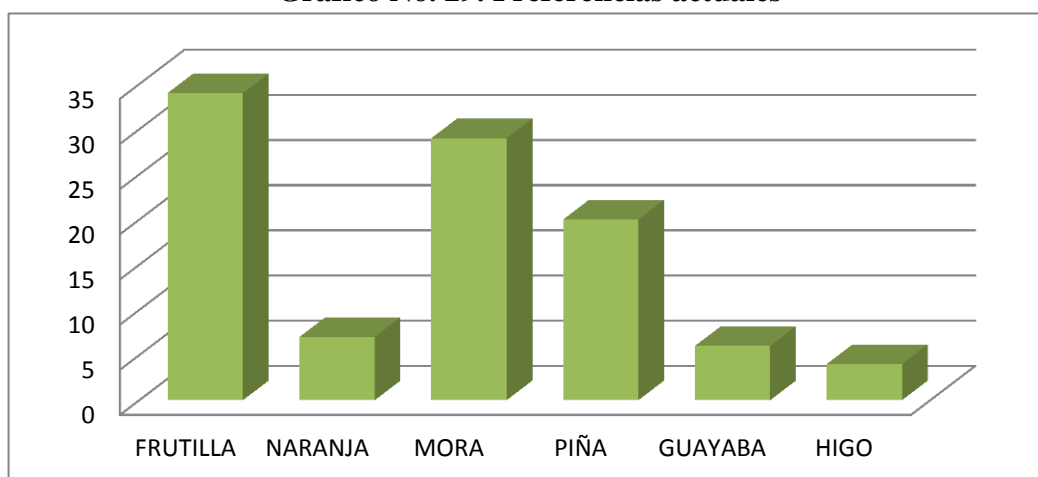
Tabla No. 29. Preferencias actuales

ÍTEMS	ALTERNATIVAS	TABULACIÓN	F. RELATIVA
9	FRUTILLA	137	34%
	NARANJA	26	7%
	MORA	114	29%
	PIÑA	80	20%
	GUAYABA	25	6%
	HIGO	17	4%
	TOTAL	399	100%

FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Gráfico No. 29. Preferencias actuales



FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Análisis:

Dentro de la Provincia de Santa Elena existen más mermeladas y dulces que se elaboran con fruta y de acuerdo a la encuesta el 34% fue para la frutilla, el 7% naranja, 29% mora, 20% piña, 6% guayaba y por ultimo 4% higo. Lo cual indica que si existe competencia en el mercado, por lo que será necesario aplicar todos los conocimientos adquiridos para la elaboración del mismo y si es posible dar un valor agregado que los diferencia de la competencia.

10. ¿Cuánto estará dispuesto a pagar por estas conservas a base de zapallo?

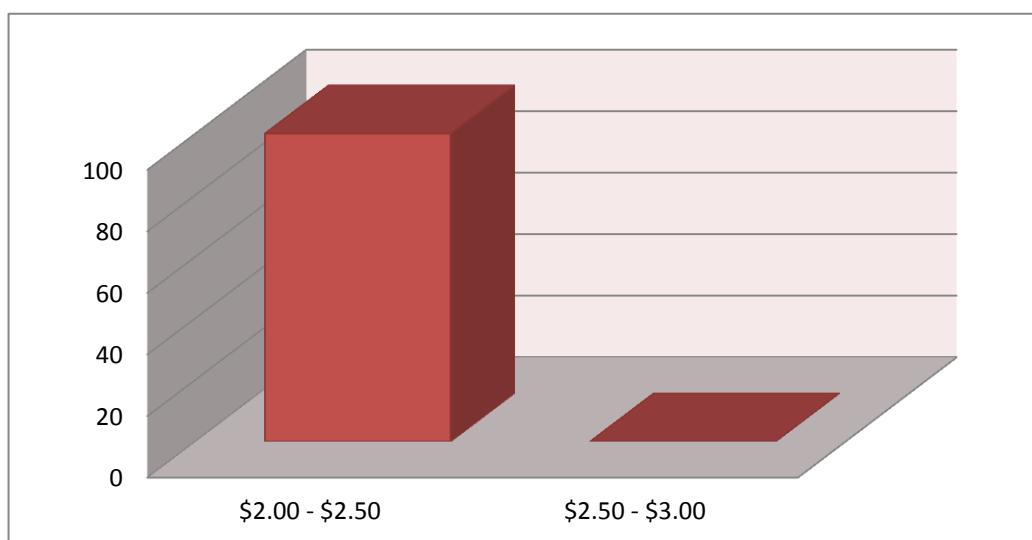
Tabla No. 30. Poder adquisitivo

ÍTEMS	ALTERNATIVAS	TABULACIÓN	F. RELATIVA
10	\$2.00 - \$2.50	399	100%
	\$2.50 - \$3.00	0	0%
	TOTAL	399	100%

FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Gráfico No. 30. Poder adquisitivo



FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Análisis:

Según las condiciones económicas de cada hogar el consumidor solo está dispuesto a pagar de \$2.00 – 2.50 por cada frasco, en la cual se llegó a la conclusión de que cada frasco costará \$2.00, el mismo que si permite cubrir los costos de producción por lo que sí es aceptable el precio establecido.

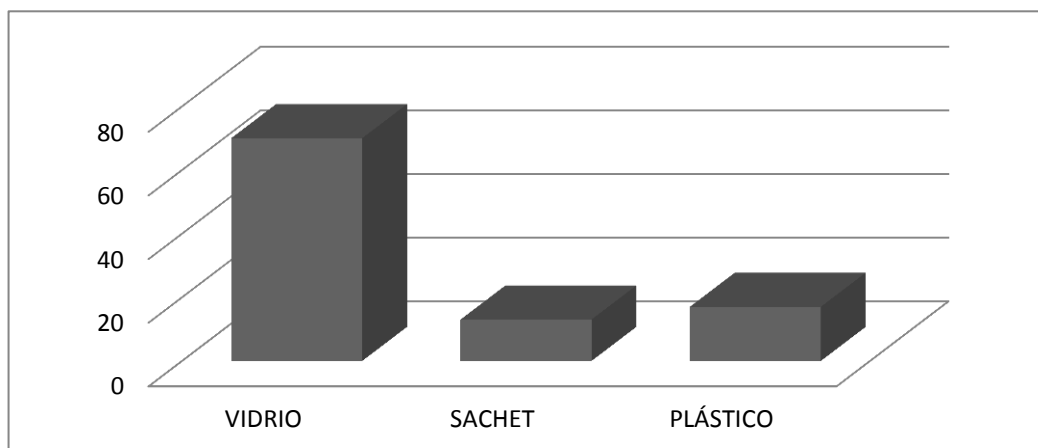
11. ¿Deseas que el producto tenga otro tipo de empaque para su mejor conservación?

Tabla No. 31. Preferencias por el tipo de envase

ÍTEMS	ALTERNATIVAS	TABULACIÓN	F. RELATIVA
11	VIDRIO	281	70%
	SACHET	51	13%
	PLÁSTICO	67	17%
	TOTAL	399	100%

FUENTE: Datos de la investigación
ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Gráfico No. 31. Preferencias por el tipo de envase



FUENTE: Datos de la investigación
ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Análisis:

El 70% de los encuestados prefiere que la conserva sea vendida en frasco de vidrio ya que se mantiene en mejores condiciones, sachet 13%, y plástico 17%. Se determinó que de acuerdo al envasado es mejor realizarlo en estos frascos ya que después de su esterilización quedan herméticamente sellados y su tiempo de duración es de 2 a 3 meses o más, siempre y cuando no se los abra y de serlo así se los debe mantener en refrigeración.

12. ¿Crees que este tipo de producto tendrá la acogida necesaria en la Provincia de Santa Elena?

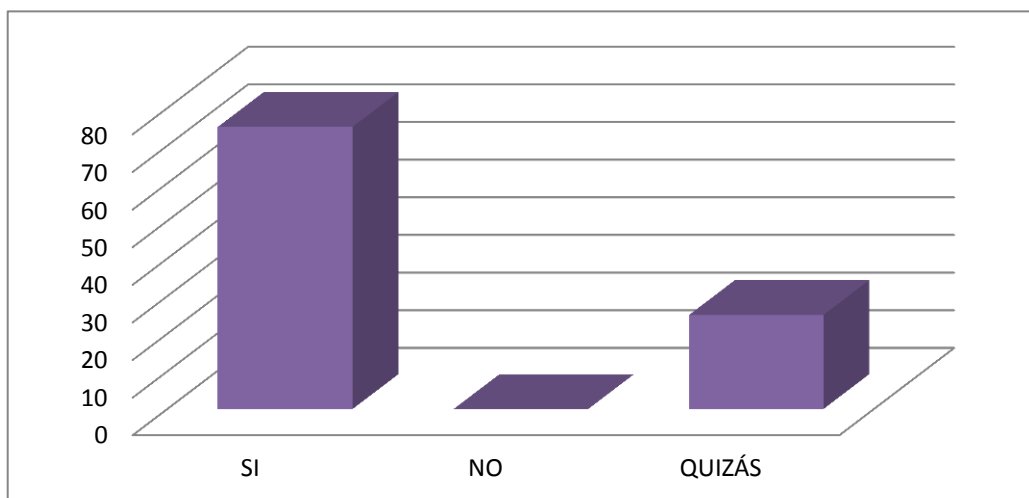
Tabla No. 32. Nivel de aceptación en la Provincia de Santa Elena

ÍTEMS	ALTERNATIVAS	TABULACIÓN	F. RELATIVA
12	SI	299	75%
	NO	0	0%
	QUIZÁS	100	25%
	TOTAL	399	100%

FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Gráfico No. 32. Nivel de aceptación



FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Análisis:

Las tres cuartas partes de los encuestados (75%) dijo que este producto si va a tener acogida en la Provincia de Santa Elena, pues el producto es artesanal y contiene alto grado nutritivo, y un 25% dijo que quizás por lo que existe competencia en el mercado.

13. Le gustaría que este tipo de producto a base de zapallo esté a la venta en los lugares más estratégicos como

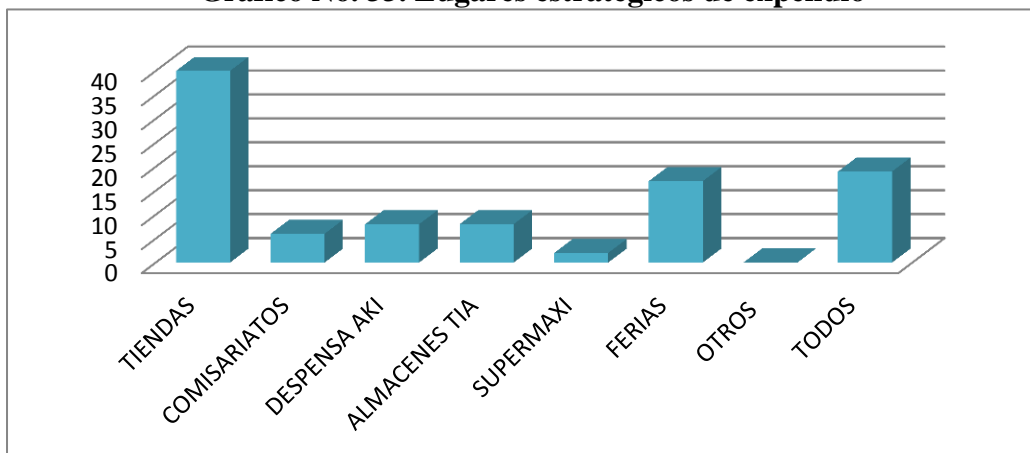
Tabla No. 33. Lugares estratégicos de expendio

ÍTEMS	ALTERNATIVAS	TABULACIÓN	F. RELATIVA
13	TIENDAS	159	40%
	COMISARIATOS	23	6%
	DESPENSA AKI	31	8%
	ALMACENES TIA	35	8%
	SUPERMAXI	11	2%
	FERIAS	66	17%
	OTROS	0	0%
	TODOS	74	19%
	TOTAL	399	

FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Gráfico No. 33. Lugares estratégicos de expendio



FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Análisis:

Los porcentajes en esta encuesta son variados, algunos lo prefieren de acuerdo al lugar en donde se encuentran viviendo, por lo general esperan obtenerlo en alguna tienda que este cerca de sus hogares (40%) de ahí el producto puede ser expendido en cual lugar comercial.

14. ¿Es importante que este producto nuevo a base de zapallo posea Marca y Registro Sanitario?

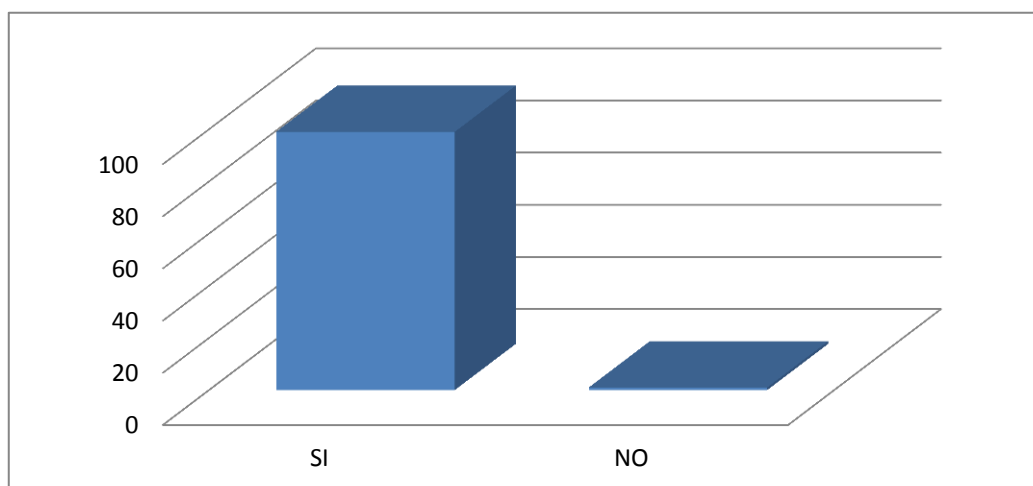
Tabla No. 34. Marca y registro sanitario

ÍTEMS	ALTERNATIVAS	TABULACIÓN	F. RELATIVA
14	SI	396	99%
	NO	3	1%
	TOTAL	399	100%

FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Gráfico No. 34. Marca y registro sanitario



FUENTE: Datos de la investigación

ELABORADO POR: Mirla Crespo Arízaga

Análisis:

En este ítem la mayoría manifestó que es muy importante que el producto tenga la marca y el registro sanitario para brindar seguridad al consumidor, y sólo el 1% dijo que no era importante ya que el producto es muy bueno y se lo consume de inmediato. Al formar la asociación si se debe tomar en cuenta estos puntos o requisitos necesarios para expender el producto puesto que de otra manera el cliente podría dudar de su elaboración.

3.4.1. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

3.4.1.1. Conclusiones de la Provincia de Santa Elena

Las encuestas realizadas a la población de la Provincia de Santa arrojó las siguientes conclusiones:

- Según los resultados en base a la demanda o acogida del producto a base de zapallo por parte de la Provincia se determinó que si tendrá acogida pues el zapallo contiene vitaminas que ayudarán a prevenir enfermedades.
- En las investigaciones realizadas se llegó a la conclusión de que el producto si mantiene competencia pero su rico sabor lo diferencia de los demás productos.
- La población estará dispuesto a adquirirlo a un precio económico, pues esto depende de su nivel de ingreso.
- Deberán conocer todos los trámites legales para obtener el registro sanitario y la marca del producto, y muy aparte los trámites que permitirán la legalización de la asociación.
- Entre la mermelada y el dulce de zapallo las personas que degustaron el producto dijeron que el dulce es su preferido, pues el sabor, color y textura son agradables.
- Se llegó a la conclusión de que el producto se mantiene en excelentes condiciones en envases de vidrio.

3.4.1.2. Recomendaciones de la Provincia de Santa Elena

Finalmente se efectúan las siguientes recomendaciones sobre el producto tras culminar el análisis de las encuestas.

- Se recomienda que el producto obtenga la marca y el registro sanitario para que el comprador no dude de su elaboración.
- Que el producto se expendan en los lugares más concurridos de la Provincia para aumentar las ventas.
- Escuchar las recomendaciones o exigencias de los posibles compradores sea por cuestiones de precio o calidad del producto.
- Es recomendable que dentro del plan asociativo se den todos los pasos o requisitos a seguir para legalizar el producto.
- Deben conocer cantidades exactas para no dañar el producto, ya que esto ocasionaría una reducción de clientes.
- Para garantizar el producto que estará en reserva es preferible utilizar frascos de vidrio, así se mantiene en óptimas condiciones.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

“PLAN ASOCIATIVO PARA LAS MICROEMPRESAS DEDICADAS A LA ELABORACIÓN DE CONSERVAS DE ZAPALLO, EN LA PARROQUIA ATAHUALPA, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2012”

4.1. PRESENTACIÓN

Actualmente la economía del país no permite que muchas personas tengan ingresos satisfactorios para cubrir sus gastos por lo que se ven en la necesidad de buscar alternativas de solución para ayudar a sus familias. Una de las posibilidades de expansión de las microempresas está constituida por la capacidad de asociarse que presenten características similares, y así sacar provecho con el fin de lograr los objetivos trazados como es el caso de las microempresas de la Parroquia Atahualpa quienes optaron por elaborar productos a base de zapallo de manera informal e individual formándose así una red de microempresas que solo venden este producto en pocas cantidades.

En vista de ello el plan asociativo resulta ser una excelente opción para promover empleo en esta zona de la Provincia. Es importante este tipo de planes, pues con ello se busca el bienestar de toda una sociedad. El éxito de la aplicación de este plan depende del compromiso de las personas que la integren pues este permite a su vez obtener beneficios en cuanto a los costos de producción, capacitación y financiamiento. A continuación se presenta el plan asociativo para las microempresas de la Parroquia Atahualpa en el que se desarrollaran los objetivos planteados.

4.2. OBJETIVOS

4.2.1. Objetivo general

- Integrar a todas las microempresas dedicadas a la elaboración de conservas de zapallo hacia la producción y comercialización a través del plan asociativo para mejorar sus ingresos.

4.2.2. Objetivos específicos:

- Delegar funciones, destacando las aptitudes y actitudes de cada elemento de la asociación para elegir de manera correcta a los miembros de la directiva que representen a la organización dejando conformada la estructura organizacional.
- Capacitar a todos los miembros de la organización en términos de asociatividad, convocando a reuniones para explicar los pasos necesarios que se requieren al conformar legalmente la asociación.
- Determinar las compras conjuntas por medio de un análisis comparativo de costos de producción con y sin asociatividad para conocer los beneficios y ahorros que conlleva el asociarse.
- Buscar financiamiento por medio de un crédito otorgado por el Banco Nacional de Fomento para que puedan invertir en sus activos fijos.
- Determinar las ventas a través de canales de distribución y estrategias para pronosticar la demanda del producto.
- Determinar por medio de un estudio financiero la viabilidad de la propuesta planteada para llevar a cabo la ejecución del plan asociativo.

4.3. CONTENIDO

4.3.1. Plan asociativo

Este plan asociativo incluye un modelo de microempresa empresarial el mismo que cuenta con todos los requisitos necesarios para montar la misma, de igual forma se cuenta con los trámites pertinentes para obtener la marca y registro sanitario del producto que van a elaborar y posteriormente a ofrecer, posee también posee un pequeño estudio de mercado, análisis comparativo en compras conjuntas, financiamiento, estructura administrativa- operativa, y capacitación para todas las que integren la asociación.

4.3.2. Visión

Ser una organización sólida, con mano de obra capacitada y comprometida con los intereses de la microempresa dedicada a la elaboración de conservas de zapallo, empleando normas de calidad internacional y ecuatorianas, que certifiquen el producto para garantizar el bienestar de los consumidores locales y nacionales.

4.3.3. Misión

Experimentar la satisfacción del cliente, elaborando un producto de calidad, a bajo costo, incorporando el bienestar de la salud de los consumidores.

4.3.4. Filosofía

El esfuerzo, perseverancia y el orden disciplinario es el éxito de la asociación que se esfuerza cada día para brindar a los clientes un excelente producto capaz de cubrir sus necesidades dentro del parámetro en el que se desenvuelve la asociación para cumplir con los objetivos planteados.

4.3.5. Políticas

- Mantener una buena imagen de la asociación
- Ofrecer un producto de calidad aplicando las normas ISO 9000
- Todas las integrantes de la asociación deberán mantener un comportamiento ético.
- Ninguna socia podrá negarse a cumplir una actividad para la que esté debidamente capacitada.
- Mantener una reunión mensual, a fin de mantenerse actualizadas en las exigencias del producto (para la satisfacción del cliente)
- Considerar programas de capacitación y plantear soluciones.

4.3.6. Principios

- **Trabajo en equipo:** Fortalecer la colaboración en el trabajo, el compañerismo y el compromiso asociativo para lograr cumplir los objetivos planteados.
- **Disciplina:** Cumplir y obedecer todos los planes de trabajo planteados por las socias.
- **Liderazgo y responsabilidad:** Mantener una actitud de dignidad y respeto mutuo y esperar que todos los socios contribuyan a fomentar el sentido de la responsabilidad personal.

4.3.7. Ventajas competitivas

Dentro de las ventajas competitivas que se encuentran en estas microempresas

Se mencionan las siguientes:

- Se cuenta con mujeres totalmente emprendedoras, capacitadas para elaborar un producto excelente.

- Producto netamente artesanal con alto valor nutritivo para la salud del consumidor.
- Materia prima de bajo costo lo cual resulta factible ya que el precio se mantendría.

4.3.8. Beneficios para los asociados

- Además de beneficios económicos, se les brindará un programa de capacitación, en lo que respecta a los temas de la mejora continua, habilidades de comunicación, motivación micro-empresarial, orientación para negociar las conservas.
- Mayor utilidad para las integrantes puesto que al aumentar la producción como una sola asociación, el consumo de materias primas es mucho mayor, lo que coadyuva a adquirir mayores cantidades de materiales y obtener mayores descuentos de los mismos por compras al por mayor.
- Al asociarse tendrá mejores oportunidades de crédito para invertir en materiales, muebles y equipos.

4.3.9. Requisitos para formar parte de la asociación.

Para que estas microempresarias formen parte activa de la asociación y puedan acceder a sus beneficios deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- Ser mayores de dieciocho años.
- Tener o conocer algún arte u oficio que sea afín a la asociación.
- No haber sido sancionado legalmente.

Luego de esto ellas tendrán los mismos derechos y obligaciones en cuanto a su gestión y reparto de utilidades, otorgando así el rescate de un modo de empleo para el bienestar de sus familias.

Los requisitos no son complicados y solo se necesita la libre voluntad de ellas en que quieran tener un trabajo que les genere ingresos para sus gastos.

4.3.10. Requerimientos generales del producto

Una vez verificados los datos anteriormente descritos, lo siguiente que deben hacer las microempresarias o la persona delegada por los socios es normalizar la distribución del producto; este debe contar con algunas características físico-químicas, tanto del envase, como el contenido neto del mismo. El organismo encargado de normalizar los productos de consumo alimenticio en Ecuador es el INEM (Instituto Ecuatoriano de Normalización). A continuación se detalla el procedimiento a seguir para obtener algunos permisos que posibiliten su libre expendio.

Para que las conservas sean comercializadas sin inconvenientes deberán cumplir con algunas normativas en términos de calidad, es decir estar bien empacado y herméticamente sellado, adicionalmente debe poseer una etiqueta la misma que debe contener los siguientes parámetros inscritos:

- Nombre de la asociación.
- Dirección de la asociación.
- Teléfono.
- Nombre del producto.
- Tiempo de duración del producto (fecha de expedición y caducidad).
- Ingredientes utilizados.
- Información nutricional.
- Número de registro sanitario.

4.3.11. Como obtener el registro sanitario

Para que la asociación pueda legalizar su venta o distribución de sus conservas deberá obtener el registro sanitario para garantizar la seguridad del mismo, caso contrario provocaría desconfianza en el cliente.

Entre los primeros pasos para obtener el registro están:

- Presentar una solicitud dirigida al director del Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical, Leopoldo Inquieta Pérez.
- Información del fabricante (RUC, número de cédula)
- Descripción del producto (nombre, marca comercial, fórmula, número de código de lote, fecha de elaboración, entre otros).
- Certificado de control de calidad del producto.
- Informe técnico relacionado con el proceso productivo del producto.
- Incluir una certificación de las especificaciones químicas del material utilizado en la manufactura del envase.
- Un documento indicando el proyecto de etiqueta que irá en el envase.
- También la fórmula cualitativa y cuantitativa de todos los ingredientes.

Finalmente estos requisitos:

- Permisos de funcionamientos respectivos de las instalaciones en donde se van a elaborar los productos.
- Comprobante de pago del registro sanitario
- Copia de la cédula de identidad del representante técnico y legal de la empresa
- RUC, título profesional del representante técnico
- Certificado de constitución de la empresa, interpretación del código de lote.

4.3.12. Requisitos para obtener la marca del producto

Las microempresarias deberán otorgar una marca específica que les permita diferenciar sus productos de las demás que se encuentran en el mercado.

Existen unos requisitos específicos, que hay que tener en cuenta cuando se desea registrar una marca en Ecuador y para ello se necesita:

- Identificación completa del peticionario:
 - ✓ Nombre o denominación social completa,
 - ✓ Dirección completa,
 - ✓ Domicilio (ciudad y país)
 - ✓ Número de teléfono y fax,
 - ✓ Dirección de correo electrónico.
 - ✓ Si el solicitante es una sociedad, se requiere la misma información también del representante legal

- Documento de prioridad otorgado por la autoridad competente, de ser el caso
- El notario debe certificar que la sociedad existe
- Los logos deben corresponder exactamente al signo que desean proteger e incluir la denominación que se solicita si es una marca mixta.
- Si desea proteger las marcas en diferentes clases se deberá presentar una solicitud aparte para cada una.

4.3.13. Aspectos legales para constituir la asociación

Para que la asociación se legalice deberán cumplirse con los trámites siguientes:

- Solicitud de aprobación del Estatuto, dirigida al Ministro de Bienestar Social y Director Nacional de asociaciones firmado por el Presidente Provisional y Abogado Patrocinador.
- Copia certificada del Acta Constitutiva de Asamblea General en la que se haya resuelto la creación de la asociación y designado al Directorio Provisional. Deberá constar en la misma la nómina de sus miembros, y

deberá estar firmada por todos los aspirantes socios fundadores de la asociación

- Al final del Estatuto deberá firmar el Secretario, indicando las fechas de las tres sesiones en que fue discutido y aprobado.
- Al final de la lista, certificación de la Autoridad Competente con la indicación de que los miembros de la asociación en creación la firmaron en su presencia
- Plan inicial de trabajo y financiamiento de la asociación, en este plan se hará constar:
 - ✓ Tipo de actividad que va a desarrollar la asociación.
 - ✓ El capital inicial que se requiere para realizar tales actividades indicando los costos de operación, el rendimiento posible de la asociación en el lapso de un año; la manera como se incrementará el capital, a base de cuotas, préstamos o capitalización de intereses o beneficios; las ventajas sociales, culturales y de cualquier otra índole, que obtendrán los socios, y las proyecciones futuras de la asociación, después del lapso indicado.
- Certificación del técnico, difusor o promotor asociativo que haya asesorado a los aspirantes a socios de la asociación.
- Tres ejemplares del Estatuto que contendrá las siguientes especificaciones:
 - ✓ Nombre, domicilio y responsabilidad de la asociación.
 - ✓ Finalidad y ámbito de acción.
 - ✓ Derechos y obligaciones de los socios.
 - ✓ Estructura y organización interna.
 - ✓ Medidas de control y vigilancia.
 - ✓ Forma de constituir, pagar o incrementar el capital social,
 - ✓ Principio y el término del año económico.
 - ✓ Uso y distribución de los excedentes.
 - ✓ Causas de disolución y liquidación de la asociación.

- ✓ Procedimiento para reformar el estatuto; y,
 - ✓ Las demás disposiciones que se considere necesarias para el buen funcionamiento de la asociación.
- Tres listas de los socios fundadores, con las siguientes especificaciones: Nombres y apellidos, número de cédula de identidad, domicilio, estado civil, ocupación, nacionalidad, número y valor de los certificados de aportación que suscribe y que paga de contado y la firma.
 - Comprobante del depósito bancario, por lo menos el 50% del valor de los certificados de aportación que hayan suscrito los socios.
 - Dos respaldos en medio magnéticos conteniendo información del Estatuto y lista de socios fundadores.

Procedimiento:

- Solicitud dirigida al Director Nacional de asociaciones adjuntando los requisitos.
- Revisión y análisis de la documentación.
- Acuerdo Ministerial.

4.3.14. Carnet de salud

El Carnet de Salud consta de una revisión médica, odontológica y de análisis de laboratorio que deberán hacerse cada una de las interesadas que formarán parte de la asociación autorizado por el MSP. A continuación se presentan los siguientes requisitos:

- Foto Carné
- Cédula de Identidad
- Muestra de orina del día
- Ayuno de 4 horas

- Vacuna Antitetánica vigente (en caso de necesidad se administra sin costo)
- Menores de hasta 14 años no necesitan análisis de sangre ni orina
- Las mujeres, obligatorio presentar:
- ✓ Informe de Papanicolaou (PAP) entre los 21 y 65 años con vigencia de hasta 30 meses.
- Informe de Mamografía, entre 40 y 59 años con vigencia de hasta 18 meses
- De no aportar estos requisitos se otorga un provisorio por 6 meses

4.3.15. Obtención del registro único de contribuyentes (RUC)

Para obtener el RUC de la asociación deberán acercarse al Servicio de Rentas Internas (SRI) con la siguiente documentación:

- Original y copia de Cédula de Ciudadanía y papeleta de votación
- Original y copia de un servicio básico, en la que conste la dirección donde va a ser instalada la asociación

4.3.16. Requisitos para obtener la patente municipal

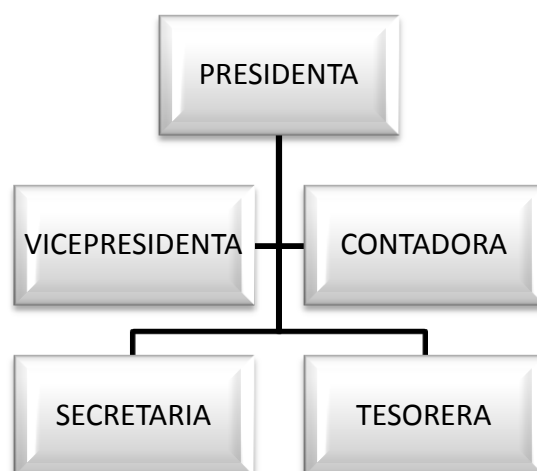
- Certificado provisional o definitivo emitido por el Benemérito Cuerpo de Bomberos
- La última actualización del Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.). Este requisito no será necesario en el caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica solicitante. Sólo en el caso de inicio de actividades, las personas jurídicas deberán presentar la Escritura de Constitución correspondiente, así como el nombramiento del representante legal (vigente) y la cédula de identidad y certificado de votación del mismo.

- Las personas naturales deberán presentar copia de la cédula de identidad y certificado de votación del mismo.
- Declaración del Impuesto a la Renta, y a las personas no obligadas a declarar este impuesto, las declaraciones del impuesto al Valor Agregado, del último ejercicio económico exigible. Este requisito no será necesario en el caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica.
- Formulario “Solicitud para Registro de Patente Municipal”
- Sólo en el caso de que la persona natural o jurídica ejerza el comercio en varios cantones, deberá presentar el desglose de ingresos por cantón firmado por un contador.
- Si la persona que realiza el trámite no es el titular del negocio, deberá presentar su copia de cédula y certificado de votación junto con una carta de autorización del titular del negocio, debidamente notariada.

4.4. ORGANIZACIÓN DE LA ASOCIACIÓN

4.4.1. Estructura administrativa-operativa de la asociación

Gráfico No. 35. Organigrama



Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

Como se puede apreciar, se trata de una estructura horizontal, de tal manera que las jerarquías asignadas no implican jefaturas, sino más bien son solo las representantes o cabezas de la organización frente a la comunidad, lo cual significa que todas colaboran en todas las actividades de la organización. El recurso humano estará conformado por las socias interesadas en formar parte de la misma y el perfil que deben cumplir se detalla en los ítems siguientes.

4.4.2. Descripción de puestos

4.4.2.1. *Presidenta*

Descripción del puesto:

Encargada de planificar, programar, dirigir, coordinar y controlar las actividades dentro de la asociación

Funciones:

- Se encargará de ejecutar las respectivas reuniones,
- Delegar funciones y,
- Será la persona que esté al tanto de todas las actividades de las socias involucradas.

Características:

Deberá poseer espíritu emprendedor, motivador, que promueva a todo el grupo hacia un mismo objetivo.

4.4.2.2. *Vicepresidenta*

Descripción del puesto:

Se encargará de planificar, programar, dirigir, coordinar y controlar las actividades dentro de la asociación

Funciones:

- Realizará similares tareas que la presidenta en caso de que ella no esté presente.

Características:

Dinámica, tener habilidad para trabajar en equipo.

4.4.2.3. Contadora**Descripción del puesto:**

Dirigir el proceso contable de la asociación, de tal forma que se cuente con información veraz y confiable. Elaboración y análisis de los estados financieros básicos y ajustes correspondientes. Responde por la elaboración y análisis de los estudios de costos de producción.

Funciones:

- Cálculo y análisis de costos de producción
- Plan de cuentas
- Balances
- Estados financieros
- Flujos de efectivo.

Características:

Deberá poseer habilidad tecnológica para manejar programas del sistema office: Word, Excel, rigor profesional y orientación al logro de objetivos.

4.4.2.4. Secretaria**Descripción de puesto:**

Se encargará de evidenciar, documentar y archivar las gestiones de la asociación.

Funciones:

- Detallar en forma escrita todas las actividades, en conjunto con todas las operarias para controlar las acciones en forma diaria.

Características:

Ser hábil para comunicarse con todas las asociadas.

4.4.2.5. Tesorera**Descripción del puesto:**

Almacenar los fondos económicos recogidos de la asociación.

Funciones:

- Documentar la cantidad de dinero recibido
- Evidenciar las salidas de dinero por concepto de compra de materia prima.

Características:

Ser hábil para manejar cantidades.

4.5. DESARROLLO DEL PERSONAL DE LA ASOCIACIÓN

Cabe recalcar que dentro de esta rama existen ministerios que brindan capacitaciones a gente emprendedora que se dedican a alguna actividad productiva, también existen herramientas de apoyo que están preparadas para fortalecer al sector empresarial como por ejemplo el “Programa de capacitaciones gratuitas a artesanos a través del Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP)”.

Objetivo general del (SECAP)

Aunar capacidades interinstitucionales con la finalidad de fortalecer el talento humano de las personas, a través de la capacitación y formación profesional en las distintas áreas del sector industrial y productivo del país.

Requisitos:

Para todos los grupos en general:

- a) Copia de la cédula.
- b) Formulario de solicitud para capacitación y formación profesional del SECAP.
- c) Ser artesano.

Entidades que participan en el programa:

- Ministerio de Industrias y Productividad (Subsecretaría de MIPYMES y Artesanías, Dirección de Desarrollo de Artesanías).
- Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP).
- Junta Nacional de Defensa del Artesano.

Dentro de este programa existen ofertas de capacitación y formalización las mismas que están divididas en tres grupos que se presentan a continuación:

- Por provincia
- Por área académica
- Oferta de cursos

Este último punto llamado oferta de curso contiene diseños curriculares con enfoque por competencias laborales con tiempo de duración corta, media y larga en el cual se encuentran varios módulos de acuerdo a las necesidades de cada emprendedor, el SECAP ofrece varios módulos que van acorde a lo que estas emprendedoras necesitan como por ejemplo el “Emprendedor de pequeños negocios”, el mismo que contiene dos módulos.

Información del perfil

Competencia general:

Crear y administrar pequeños negocios, para la producción, comercialización y generación de recursos propios, aplicando procedimientos, normas de seguridad e higiene industrial, considerando criterios de calidad y protección del medio ambiente.

Cuadro No. 4 Malla curricular

MÓDULO	DESCRIPCIÓN	HORAS PEDAGÓGICAS
1	Creación de pequeños negocios	60
2	Administración de pequeños negocios	60
	TOTAL	120

Fuente: SECAP

Módulo 1

4.5.1. CREACIÓN DE PEQUEÑOS NEGOCIOS

Unidad de competencia

Determinar la factibilidad de la creación de un pequeño negocio, de acuerdo a su actividad o línea de producción o comercialización, considerando aspectos legales y financieros para el buen manejo del establecimiento, considerando calidad y protección del medio ambiente.

Contenidos generales

- Emprendimiento

- Pequeños negocios
- Empresas
- Fuentes de financiamiento
- Inversión, costos e ingresos
- Proyecto

Resultado de aprendizaje

Emprender un pequeño negocio en función de la actividad a crearse, mejorando sus ingresos familiares, con responsabilidad, calidad y seguridad, lo que le permitirá su inserción en el mercado laboral.

Capacidades y criterio de evaluación

- Analizar sus capacidades emprendedoras para la creación de pequeños negocios.
- Evalúa la posibilidad de creación de un pequeño negocio, en función de su actividad, volumen, objetivos, investigación de mercado.
- Determina las causas que pueden afectar o poner en riesgo el pequeño negocio.
- Determina las características de la empresa, de acuerdo a su actividad.
- Preparar los documentos para la creación de un pequeño negocio.
- Considera los aspectos legales para constituir la empresa
- Determina las formas de contratación o de asociatividad, en función del tamaño, actividad económica y equipos a utilizarse.

Módulo 2

4.5.2. ADMINISTRACIÓN DE PEQUEÑOS NEGOCIOS

Unidad de competencia

Administrar pequeños negocios, para la comercialización y generación de recursos propios, aplicando normas técnicas, cuidando el medio ambiente, salud y la seguridad.

Contenidos generales

- Administrador de pequeños negocios
- Gestión administrativa
- Documentación administrativa y laboral
- Leyes, reglamentos y ordenanzas
- Documentos contables
- Contabilidad
- Análisis de mercado
- Gestión comercial
- Atención al cliente

Resultado de aprendizaje

Aplicar el ciclo de Deming, determinando el funcionamiento del negocio en función de su estructura organizacional en base a las leyes para el cumplimiento de las obligaciones.

Capacidades y criterios de evaluación

- Administrar pequeños negocios aplicando el proceso administrativo para su funcionamiento.

- Analiza sus capacidades para la administración de pequeños negocios.
- Aplica las fases del proceso administrativo como planificación, organización, dirección, ejecución y control en el negocio.
- Identifica la estructura organizacional de un pequeño negocio para su funcionamiento.
- Identificar los diferentes tipos de documentos administrativos y legales para el cumplimiento de las obligaciones.
- Elabora y analiza la documentación administrativa y laboral para la gestión del pequeño negocio.
- Identifica leyes, reglamentos, ordenanzas y demás aspectos legales para el cumplimiento de las obligaciones.

4.6. PROGRAMA PARA LA FORMACIÓN DEL RECURSO HUMANO DE LA ASOCIACIÓN

Conforme a la necesidad de formar la asociación se presenta a continuación un programa de adiestramiento muy aparte de los módulos gratuitos, el mismo que contiene dos temas específicos en base al desarrollo de personal, determinando el tiempo estipulado para cada tema, el cual se efectuará en el mes de marzo con un costo de \$ 160.00

4.6.1. Programa de adiestramiento

Cuadro No. 5. PROGRAMA

PROGRAMA PARA LA FORMACIÓN DEL RECURSO HUMANO DE LA ASOCIACIÓN				
GRUPO ASOCIATIVO	PROGRAMAS	OBJETIVOS	HERRAMIENTAS TÉCNICAS	TIEMPO
Asociadas	<p>TEMA 1</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aplicación de la mejora continua a la calidad y excelencia en el desempeño de cada función 	Identificar los detalles que se deben mejorar y promover soluciones al mismo para el éxito de la asociación	Cuadernos Hojas Plumas Lápices	1 horas x semana
Asociadas	<p>TEMA 2</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Desarrollo de habilidades para mejorar la comunicación con el cliente al momento de pactar la compra 	Promover la comunicación, entre todos los miembros de la asociación para mejorar el trato al cliente	Cuadernos Hojas Plumas Lápices	1 horas x semana

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

4.6.2. Cronograma de actividades por día-semana

Cuadro No. 6.Cronograma de actividades

ACTIVIDADES (marzo)	L 4 8: 10 am V 8 2:16 pm	Mar 12 10:12 pm J 14 15:17 pm	Miérc 20 16: 18 pm V 22 8:10am	L 25 10:12pm J 28 9:11 am
SEMANAS	1era	2da	3era	4ta
<p>TEMA 1</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aplicación de la mejora continua a la calidad y excelencia en el desempeño de cada función 	X	X		
<p>TEMA 2</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mejora de habilidades de comunicación e interrelación entre todos los miembros del grupo. 			X	X

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

4.6.3. Presupuesto/ costo

Cuadro No. 7. Presupuesto

ACTIVIDADES	COSTO POR HORA	TOTAL HORAS	TOTAL
TEMA 1 • Aplicación de la mejora continua a la calidad y excelencia en el desempeño de cada función	\$20.00	4	\$ 80.00
TEMA 2 • Desarrollo de habilidades para mejorar la comunicación con el cliente al momento de pactar la compra	\$20.00	4	\$ 80.00
TOTAL			\$160.00

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

4.6.4. PROGRAMA PARA LA FORMACIÓN DEL RECURSO HUMANO DE LA ASOCIACIÓN

4.6.4.1. PRIMER PROGRAMA

Aplicación de la mejora continua a la calidad y excelencia en el desempeño de cada función.

Objetivo 1:

Identificar los detalles que se deben mejorar y promover soluciones al mismo para el éxito de la asociación

Proyecto 1:

Crear una política de calidad que pueda definir con precisión lo esperado de las microempresarias, así como también de los productos.

Política:

La política de calidad se manifiesta mediante el firme compromiso con los clientes, impulsando una cultura de calidad basada en principios de honestidad, liderazgo, desarrollo del recurso humano, compromiso de mejora en las actividades.

La implantación de esta política se convierte en la base del éxito del proceso de mejoramiento, así mismo se pretende conocer el proceso de cada actividad con el fin de controlar, coordinar y mejorar las áreas que lo necesiten.

Actividades:

- Dar a conocer a todas las integrantes del grupo la política por la cual se deben identificar en la futura asociación.
- Fortalecer al grupo para que formen un equipo de trabajo a fin de que fluya la comunicación entre todas ellas.
- Orientar a las futuras socias hacia el logro de los ob

Objetivo 2:

Controlar los procesos de producción a través del personal capacitado para garantizar buenos resultados.

Proyecto 2:**Procesos para asegurar resultados libres de error.**

Se pretende la integración de un sistema de producción con personal adecuadamente hábil, apto y capacitado, deberán recibir cursos periódicos de actualización, el cual abarca todo lo elemental a la producción e inspección que necesita el proceso de manera general.

Actividades:

- Selección de los parámetros a controlarse entre el cliente y el operador.
- Desarrollar técnicas de motivación para ejecutar un buen trabajo.

4.6.4.2. SEGUNDO PROGRAMA**Desarrollo de habilidades para mejorar la comunicación con el cliente al momento de pactar la venta.****Objetivo 3:**

Promover la comunicación entre todos los miembros de la asociación para mejorar el trato al cliente.

Proyecto 3:**Elaborar técnicas de incentivos para motivar a las microempresarias hacia un mismo objetivo.**

Con la ejecución de estos incentivos se espera obtener mejores resultados en las actividades que se presenten dentro de la asociación, las cuales serán evaluadas para analizar el nivel operativo de cada una, pues este pretende beneficiar a las

futuras socias y a la asociación. Entre los principales incentivos están los pagos, capacitaciones con gastos incluidos.

El proyecto pretende inculcar en la mente de estas personas lo importante que son para la asociación ya que esto las hará involucrarse en el medio creando un sentido de pertenencia hacia la misma.

Actividades:

- Motivar a las microempresarias a ser lo más productivas posible.
- Atraer el mejor recurso humano disponible en el mercado.
- Promover el aumento de la productividad del recurso humano.

Objetivo 4:

Determinar qué tipo de soluciones son las adecuadas para promover las habilidades de comunicación

Proyecto 4:

Presentar soluciones para mejorar las habilidades de comunicación con el cliente.

Buscar soluciones que promuevan las habilidades de comunicación de cada integrante, proponer varias soluciones para tener el conocimiento previo de cómo se tiene que actuar y comunicar con un cliente.

El proyecto propone algunas soluciones como:

- Evitar interrumpir a la gente
- Realizar buenas preguntas para lograr buena información.
- Para resolver un conflicto, deberán comunicarse cara a cara.
- Sonreír y utilizar el contacto visual.
- Saber cuándo hablar y cuándo callar.
- Fijar toda la atención en la persona con la que está hablando.

Actividades

- Realizar una lista de soluciones que vayan acorde al proyecto y a las necesidades que cada una requiera.
- Evaluar y analizar las soluciones escogidas para que tengan una visión más clara de lo que se quiere conseguir.

4.7 COSTO DE PRODUCCIÓN

4.7.1. Cálculo de costos sin asociatividad

4.7.1.1. Producción de la mermelada de zapallo

En la primera fase del cálculo, se realizó la respectiva cotización de los precios de los insumos que forman parte constitutiva de las conservas de zapallo. Los precios están vigentes en el mercado local.

Tabla No. 35. Costo de producción

INSUMOS	PRECIO EN DOLARES
Zapallo	2.10
Naranjas por unidad	1.00
Leche de litro	0.80
Sorbato de potasio	0.10
Azúcar de libra	0.50
Canela por cada 10 gramos	0.15
Espesante por cada 1000 gramos	12
Etiqueta por unidad	0.10
Envase por unidad	0.15

Precios de insumos en el mercado del Cantón La Libertad de la Provincia de Santa Elena

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

A continuación se toma como referencia las siglas de las palabras para establecer una fórmula matemática sencilla y de esta manera obtener el costo total para producirlos y al final obtener el costo unitario de la mermelada de zapallo sin asociatividad. Los cálculos efectuados para las cantidades requeridas para su elaboración tanto de materia prima costos indirectos de fabricación y mano de obra están en el anexo No. 5

Tabla No. 36. Costo para producir 12 envases de mermelada sin asociatividad

Insumos	Cantidad de producto cotizada (CPC)	Precio del producto cotizado en \$ (PPC)	Cantidad requerida para doce envases	Costo total=(PPC/CPC) *CR
Zapallo	7 kg	2.10	3 kg	0.90
Naranja	25 U	1.00	12 U	0.48
Sorbato de potasio	1 gramo	0.10	3 gramo	0.30
Azúcar	1 libra	0.50	3 libra	1.50
Canela	10 gramos	0.15	12 gramos	0.18
Espesante	1000 gramos	12	3 gramo	0.04
MATERIALES				
Etiqueta	1 unidad	0.10	3 etiqueta *	0.30
Envase (Cridesa)	1 unidad	0.15	12 envase	1.80
COSTO TOTAL DE MATERIA PRIMA				5.50
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION				
Energía eléctrica	15 minutos	0.083	11/4 Kw/h	0.02
Gas				0.15
COSTO DE MANO DE OBRA				
Mano de obra		0.60	12 envases	7.20
COSTO TOTAL DE PRODUCCION				12.87
COSTO UNITARIO DE CADA ENVASE DE PRODUCTO TERMINADO		CU= 12.87/12		1.07
UTILIDAD		\$ 24.00- 12.87		11.13

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

El costo de este producto por unidad está en \$1.07 obteniendo una utilidad de \$0.93 pero está sujeto a cambio debido al precio inestable de los productos de temporada, en este caso se trata de la naranja cuyo precio en épocas de escases llega a costar hasta 20 centavos la unidad. En ese caso el precio del producto por unidad se iguala al precio del dulce.

4.7.1.2. Producción del dulce de zapallo

La producción del dulce de zapallo es similar a la mermelada, En la tabla No. 37 se muestran los cálculos para producir dulce de zapallo, con la única variante que es la leche En vista de que la única variante es la leche, los demás cálculos son iguales.

Tabla No. 37. Costo para producir 12 envases de dulce sin asociatividad

Insumos	Cantidad de producto cotizada (CPC)	Precio del producto cotizado en \$ (PPC)	Cantidad requerida para doce envases	Costo total=(PP C/CPC) *CR
Zapallo	7 kg	2.10	3 kg	0.90
Leche	1 litro	0.80	3 litro	2.40
Sorbato de potasio	1 gramo	0.10	3 gramo	0.30
Azúcar	1 libra	0.50	3 libra	1.50
Canela	10 gramos	0.15	12 gramos	0.18
Espesante	1000 gramos	12	3 gramo	0.04
MATERIALES				
Etiqueta	1 unidad	0.10	3 etiqueta *	0.30
Envase (Cridesa)	1 unidad	0.15	12 envase	1.80
COSTO TOTAL DE MATERIA PRIMA				7.42
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION				
Energía eléctrica	15 minutos	0.083	11/4 Kw/h	0.02
Gas				0.15
COSTO DE MANO DE OBRA				
Mano de obra		0.60	12 envases	7.20
COSTO TOTAL DE PRODUCCION				14.79
COSTO UNITARIO DE CADA ENVASE DE PRODUCTO TERMINADO		CU= 14.79/12		1.23
UTILIDAD		\$ 24.00 -14.79		9.21

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

Nota: *Se considera como una sola impresión para los cuatro frascos en vista que de una hoja tamaño A4 se imprimen las cuatro etiquetas.

4.7.2. Cálculo de costos con asociatividad

4.7.2.1. Producción de la mermelada de zapallo

Luego de conocer los costos de producción de cada producto y por docena sin asociatividad se presenta a continuación la propuesta trabajando en asociatividad para observar la diferencia y los resultados que se dan al asociarse en cuanto a costos, obteniendo una utilidad rentable para quienes conformen la asociación.

Tabla No. 38. Costo para producir 12 envases de mermelada con asociatividad

Insumos	Cantidad de producto cotizada (CPC)	Precio del producto cotizado en \$ (PPC)	Cantidad requerida para 12 envases	Costo total=(PPC/CPC)*CR
Zapallo	7 kg	1.70	3 kg	0.72
Naranja	25 U	0.50	12 U	0.24
Sorbato de potasio	1 gramo	0.08	3 gramo	0.24
Azúcar	1 libra	0.42	3 libra	1.20
Canela	10 gramos	0.10	12 gramos	0.12
Espesante	1000 gramos	10	3 gramos	0.12
MATERIALES				
Etiqueta	1 unidad	0.07	3 etiquetas *	0.84
Envase (Cridesa)	1 unidad	0.10	12 envase	1.20
COSTO TOTAL DE MATERIA PRIMA				
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION				
Energía eléctrica	1 minutos	0.083	11/4 Kw/h	0.02
Gas				0.12
COSTO DE MANO DE OBRA				
Mano de obra		0.40	12 envases	4.80
COSTO TOTAL DE PRODUCCION				9.62
COSTO UNITARIO DE CADA ENVASE DE PRODUCTO TERMINADO		CU= 9.62/12		0.80
UTILIDAD		\$ 24.00-9.62		14.38

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

4.7.2.2. Producción del dulce de zapallo

En esta última tabla se demuestra los costos de producción del dulce de zapallo los mismos que están estipulados por docena. Los precios reflejados en los cuadros con asociación fueron investigados en el mercado de La Libertad tomando en cuenta a los proveedores de estos productos que venden al por mayor considerando que por compras grandes se reciben descuentos de acuerdo a las cantidades adquiridas.

Tabla No. 39. Costo para producir 12 envases de dulce con asociatividad

Insumos	Cantidad de producto cotizada (CPC)	Precio del producto cotizado en \$ (PPC)	Cantidad requerida para doce envases	Costo total=(PPC/CPC) *CR
Zapallo	7 kg	1.70	3 kg	0.72
Leche	1 Ltr	0.60	3 Ltr	1.8
Sorbato de potasio	1 gramo	0.08	3 gramo	0.24
Azúcar	1 libra	0.42	3 libra	1.26
Canela	10 gramos	1.20	12 gramos	1.44
Espesante	1000 gramos	12	3 gramos	0.03
MATERIALES				
Etiqueta	1 unidad	0.07	3 etiqueta *	0.21
Envase (Cridesa)	1 unidad	10	12 envase	1.20
COSTO TOTAL DE MATERIA PRIMA				
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION				
Energía eléctrica	15 minutos	0.083	11/4 Kw/h	0.02
Gas				0.12
COSTO DE MANO DE OBRA				
Mano de obra		0.40	12 envases	4.80
COSTO TOTAL DE PRODUCCION				11.84
COSTO UNITARIO DE CADA ENVASE DE PRODUCTO TERMINADO		CU= 11.84/12		0.98

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

Como se puede apreciar en las tablas anteriores la producción de la mermelada resulta ser más económica que el dulce, y en asociatividad les es más factible la propuesta

4.7.3. Beneficios

Se analizará el beneficio que obtendrán las personas emprendedoras al asociarse. Este beneficio se mide a partir de los costos de la materia prima adquirida en forma conjunta.

4.7.4. Ahorro por concepto del producto terminado

En esta sección se recogieron los costos de producción y se procedió a comparar y analizar los pro o contra de asociarse. En la tabla mostrada abajo se ven los siguientes resultados generados por docena de mermeladas y dulces de zapallo.

Tabla No 40. Ahorro por concepto del producto terminado

	Sin asociatividad ANTES	Con asociatividad DESPUÉS	% de ahorro al asociarse
	12 ENVASES		
MERMELADA (COSTO)	\$ 12.87	\$ 9.62	25.25%
DULCE (COSTO)	\$ 14.79	\$ 11.84	19.94%

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

Para obtener el porcentaje de ahorro se aplica la formula siguiente:

$$\% \text{ de ahorro} = \frac{(ANTES - DESPUÉS)}{ANTES} \times 100$$

Tabla No. 41. Utilidad con y sin Asociatividad

	Sin asociatividad ANTES	Con asociatividad DESPUÉS	% de ahorro al asociarse
	12 ENVASES		
Mermelada (utilidad)	\$ 11.13	\$ 14.38	-29.20%
Dulce (utilidad)	\$ 9.21	\$ 12.16	-32.03%

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

4.7.5. Resumen de los beneficios

- ✓ Más facilidad para distribuir y vender el producto diariamente.
- ✓ Menor inversión de efectivo diario por parte de cada asociada.
- ✓ Menor riesgo de pérdida de dinero por cuestión de inversión.
- ✓ Ahorro del 25.25 % para elaborar mermelada de zapallo
- ✓ Ahorro del 19.94 % para elaborar dulce de zapallo

4.8. FINANCIAMIENTO

4.8.1. Aporte de las futuras socias para la asociación

La asociación estará conformada por 24 socias que aportarán con la suma de \$50.00 cada una, sumando una totalidad de \$1200 en efectivo, cantidad que servirá para realizar los respectivos trámites que demanda la asociación.

4.8.2. Crédito

El crédito para el financiamiento será otorgado por el Banco Nacional de Fomento para utilizarlos en la compra de activos fijos con una tasa de interés del 11% y un período de 2 años plazo. Se prestará al banco la cantidad de \$10.000. Una vez que se haya elegido la directiva, esta será la encargada de la comisión que ejecutará los trámites correspondientes para solicitar el crédito que necesiten y para ello se les hará llenar formularios en los que consten sus respectivas firmas de respaldo

en donde se acredita la seguridad y compromiso de cada una de las integrantes tanto para la asociación y para el Banco el mismo que a su vez para otorgar el crédito deberá analizar el proyecto para que notifiquen si es o no factible acceder al mismo.

4.8.2.1. Requisitos:

- Copia blanco/negro o a color de la cedula de ciudadanía vigente y certificado de votación del cliente, garante y sus respectivos cónyuges según sea el caso.
- Copia a color del certificado de votación del solicitante, garante y cónyuges (si son casados) (último proceso electoral)
- Copia del comprobante de luz, agua teléfono del cliente y garante según sea el caso (con una antigüedad no mayor a 60 días)
- Para compra de activos fijos: cotización o proforma de los bienes a adquirir.
- Copia legible del Registro Único de Contribuyentes RUC o Régimen impositivo Simplificado Ecuatoriano RISE del solicitante.
- Copia legible del título de propiedad o pago del impuesto predial o contrato de arrendamiento del lugar de la inversión, o certificado actualizado de posesión o del trámite de adquisición contenido por el organismo competente.

Garantía:

El BNF para asegurar su crédito y más aún si son clientes nuevos para el Banco pide garantías de tipo:

- Quirografaria (personal),
- Prendaria
- Hipotecaria

De acuerdo a las exigencias o políticas del Banco las socias en una reunión efectuada el día 2 de octubre del 2012 decidieron dar como garantía un terreno de aproximadamente 4 hectáreas perteneciente a la Sra. Juana Medina Soriano, ubicado en el barrio Otto Arosemena del Cantón Santa Elena.

A continuación se presenta la tabla de amortización del capital financiado con el préstamo otorgada por el BNF.

Tabla No. 42. Tabla de amortización otorgada por el BNF

Periodo 2 años	Capital 10.000	Interés 11%	Plazo meses 24	
PERIODO	INTERÉS	CAPITAL	PAGO MENSUAL	CAPITAL REDUCIDO
0	0,00	0	0	10.000
1	26,67	403,34	430,00	9.596,66
2	25,59	404,41	430,00	9.192,25
3	24,51	405,49	430,00	8.786,76
4	23,43	406,57	430,00	8.380,18
5	22,35	407,66	430,00	7.972,53
6	21,26	408,74	430,00	7.563,78
7	20,17	409,83	430,00	7.153,95
8	19,08	410,93	430,00	6.743,02
9	17,98	412,02	430,00	6.331,00
10	16,88	413,12	430,00	5.917,87
11	15,78	414,22	430,00	5.503,65
12	14,68	415,33	430,00	5.088,32
13	13,57	416,44	430,00	4.671,89
14	12,46	417,55	430,00	4.254,34
15	11,34	418,66	430,00	3.835,68
16	10,23	419,78	430,00	3.415,90
17	9,11	420,90	430,00	2.995,01
18	7,99	422,02	430,00	2.572,99
19	6,86	423,14	430,00	2.149,85
20	5,73	424,27	430,00	1.725,58
21	4,60	425,40	430,00	1.300,17
22	3,47	426,54	430,00	873,64
23	2,33	427,67	430,00	445,96
24	1,19	428,82	430,00	17,15
	337,26	9982,85	10.320,11	

4.9. ESTUDIO DE MERCADO

Para asegurar la inversión y evitar el fracaso de la asociación se efectuó un minucioso estudio que permitió tener una visión clara del segmento que se va a abarcar dando como resultado que el producto va dirigido a consumidores de 6 meses de edad a 99 años, la recopilación de estos datos permitió analizar la posible demanda que puede tener el producto en el mercado y la viabilidad del mismo.

4.9.1. Definición del producto

Dentro del grupo de las conservas están las mermeladas y dulce a base de zapallo y se clasifican de acuerdo a los componentes agregados. Contiene un alto valor nutritivo. Debido a la naturaleza de producto el empaque debe mantener la frescura original hasta llegar a los hogares de los consumidores. Con este propósito los envases serán de vidrio, ya que los mismos no permitirán un rápido deterioro y contaminación del producto.

Continuando con las ideas de este proyecto el plan asociativo también propone otro tipo de técnicas para que el producto sea comercializado, el mismo que se presenta a continuación

4.9.2. Canales de distribución, estrategias de ventas y promoción.

La asociación empleará los canales de distribución más adecuados que ayudarán a efectuar la venta de este producto. Uno de estos canales es el llamado **venta directa o al público** por parte de las integrantes en la Parroquia Atahualpa, así mismo deberán aprovechar las estrategias de ventas buscando ferias y eventos que se lleven a cabo durante todo el año en la Provincia para ofrecer promociones como muestras gratis y regalos en la compra del producto como por ejemplo por la compra de un par de conservas lleve otro gratis. Se formarán también grupos de trabajo para que lleven el producto a las tiendas y finalmente grupos que se

ubiquen en los sectores más concurridos como son el mercado de víveres “Jorge Cepeda Jácome”, Centro Comercial “Buenaventura Moreno”

4.9.3. Publicidad

Para fortalecer la imagen de la asociación y a su vez el producto será necesario llamar o captar la atención de los posibles clientes, esto a su vez representa un costo adicional a la asociación que a continuación se presenta:

- Medios radiales
- Prensa escrita
- Hojas volantes
- Tarjetas de presentación del producto
- Eslogan “*Las mejores conservas de zapallo*”

Tabla No. 43. Publicidad a realizar

PUBLICIDAD A REALIZAR		
MEDIOS	MENSUAL	ANUAL
Radiales	15,00	180,00
Prensa escrita	20,00	120,00
Hojas volantes	5,00	
Tarjetas de presentación	10,00	120,00
Eslogan	20,00	240,00
TOTAL	70,00	660,00

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

4.10. PLAN DE ACCIÓN

Para llevar a cabo el proyecto se debe desarrollar un plan de acción de tal manera que cada objetivo planificado se lo pueda concretar sistemáticamente y en forma ordenada para finalmente cumplir el propósito inicialmente planteado por la asociación. El plan de acción arranca estableciendo el principal problema al que se

enfrenta la Asociación, en este caso el bajo nivel productivo ya que antes de iniciarse como grupo, cada integrante producía y comercializaba cantidades pequeñas de conservas de zapallo.

4.10.1. Plan

Cuadro No. 8. Plan de acción

Problema Principal. Baja producción y comercialización de conservas a base de zapallo.				
Programas		Objetivos	Proyectos	Actividades
Fin del proyecto. Consolidar la producción y comercialización de las conservas de zapallo en el mercado Local de la Provincia de Santa Elena		Indicadores. Encuestas Periódicas a clientes		
Propósito del proyecto. La aspiración de la asociación es posesionarse del mercado Local de la Provincia de Santa Elena en lo que respecta a las conservas de zapallo. Obtener beneficios y ahorros para mejorar sus niveles de vida.		Indicador. Cantidad de personas que prefieran el producto por su calidad entre la cantidad de personas que prefieren producto de la competencia		
Aplicación de la mejora continua a la calidad y excelencia en el desempeño de cada función.		Identificar los detalles que se deben mejorar y promover soluciones al mismo para el éxito de la asociación	Crear una política de calidad que pueda definir con precisión lo esperado de las microempresarias así como también de los productos. Política: La política de calidad se manifiesta mediante el firme compromiso con los clientes, impulsando una cultura de calidad basada en principios de honestidad, liderazgo, desarrollo del recurso humano, compromiso de mejora en las actividades. La implantación de esta política se convierte en la base del éxito del proceso de mejoramiento, así mismo se pretende conocer el proceso de cada actividad con el fin de controlar, coordinar y mejorar las áreas que lo necesiten.	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer a todas las integrantes del grupo la política por la cual se deben identificar en la futura asociación. • Fortalecer al grupo para que formen un equipo de trabajo a fin de que fluya la comunicación entre todas ellas. • Orientar a las futuras socias hacia el logro de los objetivos
		Controlar los procesos de producción a través del personal capacitado para	Procesos para asegurar resultados libres de error. Se pretende la	<ul style="list-style-type: none"> • Selección de los parámetros a controlarse entre el cliente y el operador.

	<p>garantizar buenos resultados.</p>	<p>integración de un sistema de producción con personal adecuadamente hábil, apto y capacitado, deberán recibir cursos periódicos de actualización, el cual abarca todo lo elemental a la producción e inspección que necesita el proceso de manera general.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar técnicas de motivación para ejecutar un buen trabajo.
<p>Desarrollo de habilidades para mejorar la comunicación con el cliente al momento de pactar la venta.</p>	<p>Promover la comunicación entre todos los miembros de la asociación para mejorar el trato al cliente.</p>	<p>Elaborar técnicas de incentivos para motivar a las microempresarias hacia un mismo objetivo.</p> <p>Con la ejecución de estos incentivos se espera obtener mejores resultados en las actividades que se presenten dentro de la asociación, las cuales serán evaluadas para analizar el nivel operativo de cada una, pues este pretende beneficiar a las futuras socias y a la asociación. Entre los principales incentivos están los pagos, capacitaciones con gastos incluidos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Motivar a las microempresarias a ser lo más productivas posible. • Atraer el mejor recurso humano disponible en el mercado. • Promover el aumento de la productividad del recurso humano.
	<p>Determinar qué tipo de soluciones son las adecuadas para promover las habilidades de comunicación</p>	<p>Presentar soluciones para mejorar las habilidades de comunicación con el cliente.</p> <p>Buscar soluciones que promuevan las habilidades de comunicación de cada integrante, proponer varias soluciones para tener el conocimiento previo de cómo se tiene que actuar y comunicar con un cliente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar una lista de soluciones que vayan acorde al proyecto y a las necesidades que cada una requiera. • Evaluar y analizar las soluciones escogidas para que tengan una visión más clara de lo que se quiere conseguir.

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

4.11. ANÁLISIS FODA

Para que la asociación pueda incursionar en el mercado provincial deberá realizarse un estudio y análisis de los ambientes internos (Fortalezas y Debilidades) y externos (Oportunidades y Amenazas), con esto se ayudará a observar cuales eran los principales factores que impedían el desarrollo de estas microempresas y a su vez darles a conocer las oportunidades que al asociarse se dan.

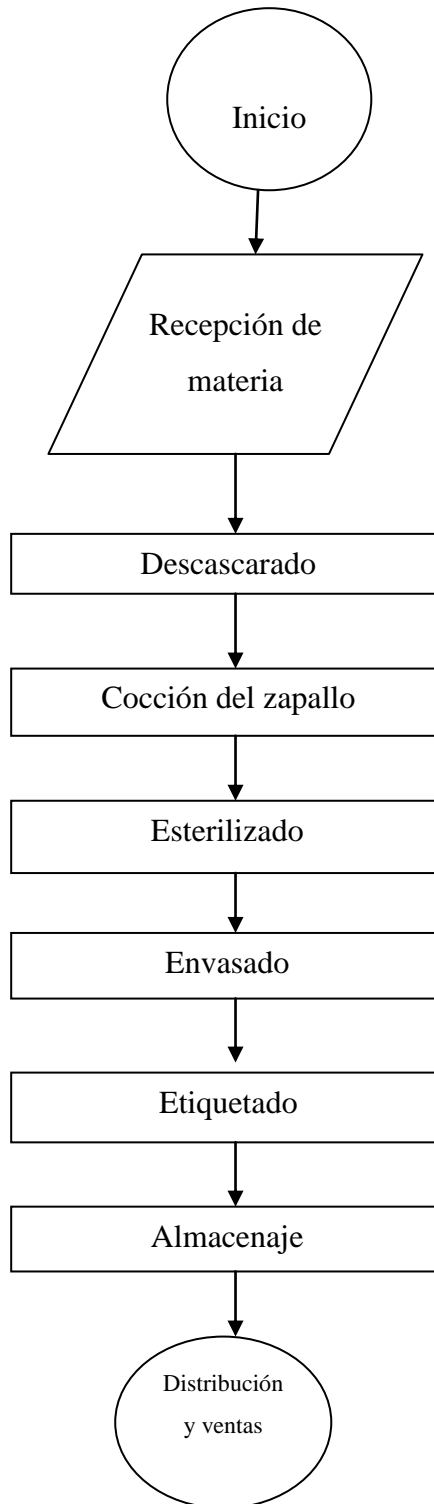
Cuadro No. 9. FODA

FACTORES	FORTALEZAS	DEBILIDADES
INTERNOS	Producto sano y natural	Falta de confianza del personal por no saber trabajar en equipo
	Personal capacitado	Poco conocimiento sobre proyectos de inversión.
	Bajo costo de materia prima	Insuficiente conocimiento sobre normas de calidad para elaborar el producto
	Ubicación estratégica de la asociación	Deficiente comunicación
	Expansión de la línea de productos a ofrecer como dulce, mermelada, colada, bocaditos, budín, etc.	Publicidad ineficiente
FACTORES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
EXTERNOS	Disponibilidad de la materia prima en grandes cantidades	Microempresas con productos similares
	Aumento de la producción por crecimiento de la demanda	Políticas económicas en constante cambio
	Nuevos clientes	Incremento de precios en la materia prima
	Crecimiento poblacional	Pérdida de clientes por participación de nuevas empresas en el mercado

Elaborado Por: Mirla Crespo Arízaga.

4.12. DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS

Gráfico No. 36. Diagrama de flujo



4.13. DESCRIPCIÓN DE PROCESOS PARA ELABORAR MERMELADA DE ZAPALLO

Para llevar a cabo la producción se deberán ejecutar los siguientes procesos que se detallan a continuación:

4.13.1. Recepción de materia prima

Una vez recibida la materia prima deberá ser clasificada, seleccionada y almacenada en un lugar fresco para su posterior uso.

Figura No. 3. Zapallo



4.13.2. Descascarado del zapallo

Luego de haber almacenado la materia prima, se inicia el proceso con la primera corrida de producción, se colocan en las mesas de trabajo para ser peladas, luego se retiran las semillas de la pulpa y se las corta en trozos.

Figura No. 4. Descascarado del zapallo



4.13.3. Cocción del zapallo

Cortados los zapallos se licua, luego se los coloca en una cacerola se les adiciona jugo naranja en las cantidades especificadas por las fabricantes y se les deja hervir a fuego lento (la hora depende de la cantidad que se esté preparando) Durante su cocción se debe revolver la mezcla continuamente con una paleta de madera, plástico o metal (acero inoxidable) hasta deshacer la calabacita y obtener una consistencia homogénea (sin grumos). Casi al término de la cocción se agrega azúcar, espesante, sorbato de potasio y se continúa moviendo la mezcla por unos minutos más.

Figura No. 5. Cocción



4.13.4. Esterilizado

Antes de envasar se debe esterilizar los envases y tapas a baño maría, colocándolos en una cacerola que contiene agua hirviendo por alrededor de 15 minutos.

Figura No 6. Estelirilizado en baño maria



4.13.5. Envasado de la mermelada

Luego cocida la mermelada se procede a colocarla en los recipientes del tamaño elegido, se los llena hasta el borde de la tapa en caliente, se coloca la tapa aplicando cierto ajuste para evitar el ingreso de oxígeno al contenido del frasco, y lograr así el vacío del mismo. Y se procede nuevamente al baño de maría para sellar las tapas.

Figura No. 7. Envasado



4.13.6. Etiquetado del producto y embalaje

Finalmente se retira el producto terminado del esterilizador, se los deja enfriar para colocar las respectivas etiquetas de identificación y marca de la conserva. Deben ser embalados en diferentes presentaciones, tales como sixpack, por 12 y por 24 unidades.

Figura No 8. Etiquetado



4.13.7. Almacenaje y cuarentena

Los embalajes de producto terminado, estarán a temperatura ambiente en condiciones adecuadas de luz y ventilación (Humedad Relativa de entre 80-90%), durante 15 días para verificar la calidad del producto frente a la posible manifestación de defectos de fabricación como abombamiento, filtración de oxígeno por mal sellado.

Figura No 9. Almacenaje y cuarentena



4.13.8. Distribución y ventas

Después de los 15 días de prueba y verificado el producto se realiza la venta al consumidor.

4.14. ELABORACIÓN DEL DULCE DE ZAPALLO

El proceso es similar al anterior, la diferencia escrita en el proceso de cocción, por lo cual se detalla a continuación:

4.14.1. Cocción del zapallo

Cortados los zapallos se colocan en una cacerola, se les adiciona leche, en las cantidades especificadas por las fabricantes y se les deja hervir a fuego lento por alrededor de 1 hora dependiendo la cantidad que se vaya a preparar en cocinas

industriales. Durante su cocción se debe revolver la mezcla continuamente con una paleta de madera, plástico o metal (acero inoxidable) hasta deshacer la calabacita y obtener una consistencia homogénea (sin grumos). Casi al término de la cocción se agrega azúcar, espesante, sorbato de potasio y se continúa moviendo la mezcla por unos minutos más hasta que esta espese y finalmente se licua y se envasa.

Figura No 10. Cocción del zapallo



Figura No 11. Licuado del zapallo



Figura No 12. Esterilizado



Figura No 13. Envasado del dulce o mermelada



Figura No 14. Etiquetado del producto



Figura No 15. Almacenaje y cuarentena



4.15. UBICACIÓN DE LA ASOCIACIÓN

La asociación tendrá su sede en el hogar de una de las socias, ubicada en la Parroquia Atahualpa en el barrio 5 de junio, calles Wilfrido Vera y 15 de marzo, la cual posee un terreno bastante grande y acondicionado para colocar todos los equipos a emplear durante el proceso de fabricación de la mermelada y dulce. Por iniciativa de la dueña de casa y el deseo de ayudarse mutuamente, este terreno

servirá hasta que la asociación crezca y pueda tener utilidades que le permitan adquirir un local propio.

A petición de todas las socias la asociación llevará el nombre de “ALIPEN”.

4.16. ANÁLISIS DE FUERZAS COMPETITIVAS

Además de los dos objetivos principales motivo de la investigación, la propuesta también propone dentro de este plan asociativo la implantación de un sistema de fuerzas competitivas para hacer más específica sus actividades.

4.16.1. Amenaza de competidores potenciales

De acuerdo a la evaluación de las encuestas se deduce que el producto que va a ofrecer la asociación tiene competencia actualmente en el mercado como por ejemplo las mermeladas preparadas con diferentes clases de frutas como frutilla, mora, piña, guayaba, etc.

4.16.2. Poder de negociación de los proveedores

Es importante recalcar que la asociación buscará las mejores ofertas de los proveedores para mejorar la utilidad y porvenir de la misma, serán las mismas microempresarias que tendrán contacto directo con el proveedor a fin de evitar los intermediarios. La asociación tendrá el abastecimiento de materia prima directamente de un proveedor localizado en la hacienda “Tierra Fértil” ubicada en el Recinto El Azúcar, la misma q tendrá descuentos especiales del 20 % por venta mayorista.

Dentro de la planificación de la asociación, se ha creado una estrategia de negociación con el proveedor, el mismo q consiste en convencerlo a q vendan la materia prima pero que se encarguen de su transporte hasta la sede de tal manera

que posibilite el ahorro del rubro por concepto de transporte. Otro importante ahorro a los costos generales de producción, y en caso de aumentar la producción a corto plazo se renegociará con el proveedor para nuevos descuentos.

La asociación tendrá el abastecimiento de materia prima directamente de un proveedor localizado en la hacienda “Tierra Fértil” ubicada en el Recinto El Azúcar, la misma q tendrá descuentos especiales del 20 % por venta mayorista.

4.16.3. Poder de negociación de los compradores

Para llegar a negociar con los posibles compradores es indispensable que las personas que vayan a formar parte de la asociación reciban el debido asesoramiento para negociar, es decir demostrar al cliente las bondades y beneficios que otorga el producto

4.16.4. Amenaza de productos sustitutos

Básicamente en el mercado se encuentra gran variedad de mermeladas y dulces que pueden reemplazar al producto nuevo; al igual que los competidores potenciales estos son fabricados con cualquier fruta que puede llegar a suplir esa necesidad del cliente, pero no se debe olvidar que el contenido nutritivo del zapallo es diferente al de las demás frutas, quizás se cubra una parte de ella pero su valor nutritivo es eficaz para la salud de quienes lo consuman.

4.16.5. Rivalidad de empresas competidoras

La asociación se enfrentará con varias empresas rivales puesto que ellas ya tienen posesionado su producto en el mercado, pues si les resulta un poco difícil el entrar al mercado porque no cuentan con la ayuda necesaria para competir pero la idea de la asociación es brindarles todas las pautas necesarias para que el negocio no decline.

4.17. ESTUDIO FINANCIERO

4.17.1. INVERSIONES REQUERIDAS

Estos son los activos que se necesitarán para el funcionamiento de la asociación, lo cual constituye una parte importante para su funcionamiento, entre están los siguientes.

Tabla No. 44. Equipos de cómputo

EQUIPO DE COMPUTO			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	SUB TOTAL
Computadoras Dell 500 gb disco duro duro 2gb de Ram con tarjeta de video de 64 bits de 64 bits	3	\$ 610,00	\$ 1.830,00
Impresoras multifunción Samsung	2	\$ 120,00	\$ 240,00
Impresora de etiqueta	2	\$ 1.000,00	\$ 2.000,00
TOTAL			\$ 4.070,00

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

Tabla No. 45. Equipo de oficina

EQUIPO DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	SUB TOTAL
Ventilador	3	\$ 40,00	\$ 120,00
Teléfonos	3	\$ 30,00	\$ 90,00
Aire acondicionado	1	\$ 855	\$ 855
TOTAL			\$ 1.065,00

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

Tabla No. 46. Muebles de oficina

MUEBLES DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	SUB TOTAL
Escritorios	3	\$ 120,00	\$ 360,00
sillas giratoria	3	\$ 50,00	\$ 150,00
sillas plásticas	15	\$ 6,00	\$ 90,00
archivador	3	\$ 30,00	\$ 90,00
pizarra	1	\$ 25,00	\$ 25,00
TOTAL			\$ 715,00

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

Tabla No. 47. Maquinaria

MAQUINARIA			
DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Cocina industrial de doble quemador	1	\$ 75,00	\$ 75
cocina industrial de tres quemadores	1	\$ 90	\$ 90
ollas industriales	4	\$ 105	\$ 420
licuadoras	4	\$ 95	\$ 380
exprimidor de jugo	2	\$ 65	\$ 130
mesas de acero inoxidable	6	\$ 100	\$ 600
TOTAL			\$ 1.695

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

Tabla No. 48. Herramientas

HERRAMIENTAS			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
paletas	4	\$ 5	\$ 20
cuchillos	10	\$ 5	\$ 50
coladeras	5	\$ 5	\$ 25
guantes quirúrgicos	70	\$ 0,7	\$ 10
gorros de cocina	35	\$ 3	\$ 105
escobas	5	\$ 3	\$ 15
trapeadores	3	\$ 10	\$ 30
TOTAL			\$ 255

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

4.17.2. INVERSIÓN FIJA

La inversión fija está compuesta de la siguiente manera:

Tabla No. 49. Inversión fija

DESCRIPCIÓN	Valor	Porcentaje
Equipo de computación	\$ 4.070,00	54%
Equipo de oficina	\$ 1.065,00	14%
Muebles de oficina	\$ 715,00	7%
Maquinaria	\$ 1.695,00	23%
Costos operativos	\$ 255,00	2%
TOTAL	\$ 7.545,00	92%

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

Dentro de la inversión fija se tienen activos fijos necesarios para la producción de las conservas, el 54% corresponde a los equipos de computación con un valor de \$ 4.070, luego siguen las maquinarias con un porcentaje del 23% con un valor de \$ 1.695, el 14% corresponde para los equipos de oficina con \$ 1.065 seguido del 7% para los muebles de oficina con un valor de \$ 715, y finalmente un 2% que corresponde a los costos operativos con una suma de \$ 255.

4.17.3. ACTIVO DIFERIDO

Tabla No. 50. Activo diferido

DESCRIPCIÓN	valor	porcentaje
Gastos de instalación	\$ 1.000,00	100%
TOTAL	\$ 1.000,00	100%

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

Son todas las erogaciones que se hacen para acondicionar las instalaciones de acuerdo a las necesidades de operación de la asociación, así como para darle cierta comodidad y presentación.

4.17.4. CAPITAL DE TRABAJO

Tabla No. 51. Capital de trabajo

DESCRIPCIÓN	valor	porcentaje
Costo de producción	\$ 9.003,00	52%
Gastos administrativos	\$ 2.471,09	38%
Gastos generales	\$ 390,00	7%
Gastos de arriendo	\$ 180,00	3%
TOTAL	\$ 12.044,09	100%

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

El capital es el conjunto de recursos necesarios, para cancelar el primer desembolso de los insumos de operación, ya que este es para el primer mes de trabajo del año 1.

4.17.5. RESUMEN DE INVERSIONES

Tabla No. 52. Resumen de inversiones

DESCRIPCIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Inversiones fijas	\$ 7.545,00	36,65%
Diferidas	\$ 1.000,00	4,86%
Capital de trabajo	\$ 12.044,09	58,50%
TOTAL	\$ 20.589,09	100,00%
FINANCIAMIENTO		
DESCRIPCIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Recursos propios	\$ 10.589,09	51,43%
Préstamo	\$ 10.000,00	48,57%
	\$ 20.589,09	100,00%

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

La inversión total para ejecutar este proyecto asciende a \$ 20.161,09, asignando el 57,62% al capital de trabajo con un valor de \$11.616,09; luego el 37,42% de inversiones fijas con un valor de \$ 7.545y por último el 4,96% diferidas con un valor de \$ 1.000.

Para la ejecución de la propuesta, el 49,60% de la inversión total provendrá del financiamiento a través de un crédito solicitado a una entidad financiera, y el 50,40% proviene de la aportación de los socios.

4.17.6. BALANCE GENERAL

A continuación se reflejan los activos y pasivos de la asociación, balance inicial con el que contará para el inicio de sus actividades.

Tabla No. 53. Balance general

ACTIVO CIRCULANTE		\$	12.044,09	PASIVO		\$	10.000,00
CIRCULANTE							
Caja	\$	12.044,09		Préstamo	\$	10.000,00	
ACTIVO FIJOS		\$	7.545,00				
Equipo de computación	\$	4.070,00		CAPITAL			
Equipo de oficina	\$	1.065,00					
Muebles de oficina	\$	715,00		Capital social	\$	10.589,09	
Maquinaria	\$	1.695					
ACTIVO DIFERIDOS		\$	1.000,00				
Gastos de instalación	\$	1.000,00					
TOTAL ACTIVO		\$	20.589,09	TOTAL PASIVO + CAPITAL		\$	20.589,09

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

4.17.7. PRESUPUESTO DE INGRESOS

Luego de conocer las oportunidades del mercado y la evaluación del nivel de ventas se determina el presupuesto para los primeros cinco años, luego para el segundo año el aumento del 10% en la producción y el 3% en el precio.

Tabla No. 54. Presupuesto de ventas de conservas

No.	CONSERVAS	CANTIDAD	P.V.P.	AÑO 1
1	Mermelada	\$ 31200	\$ 2,00	\$ 62.400
2	Dulce	\$ 31200	\$ 2,00	\$ 62.400
TOTAL				\$ 124.800

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

Tabla No. 55. Segundo año de operación

		10%	3%	
N°	PRODUCTOS	CANTIDAD	P.V.P	AÑO 2
1	MERMELADA	\$ 34.320	\$ 2,1	\$ 70.699,2
2	DULCE	\$ 34.320	\$ 2,1	\$ 70.699,2
		TOTAL		\$ 141.398,4

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

Tabla No. 56. Tercer año de operación

		10%	3%	
N°	PRODUCTOS	CANTIDAD	P.V.P	AÑO 3
1	Mermelada	\$ 37.752	\$ 2,12	\$ 80.102,19
2	Dulce	\$ 37.752	\$ 2,12	\$ 80.102,19
		TOTAL		\$ 160.204,39

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

Tabla No. 57. Cuarto año de operación

		10%	3%	
N°	SERVICIOS PRESTADOS	CANTIDAD	P.V.P	AÑO 4
1	Mermelada	\$ 41.527	\$ 2,19	\$ 90.755,79
2	Dulce	\$ 41.527	\$ 2,19	\$ 90.755,79
		TOTAL		\$ 181.511,57

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

Tabla No. 58. Quinto año de operación

		10%	3%	
N°	PRODUCTOS	CANTIDAD	P.V.P	AÑO 5
1	Mermelada	\$45.680	\$2,25	\$ 102.826,30
2	Dulce	\$45.680	\$2,25	\$ 102.826,30
		TOTAL		\$ 205.652,61

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

4.17.8. RESUMEN PRESUPUESTO DE VENTAS

Tabla No. 59. Presupuesto de ventas

N°	PRODUCTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Mermelada	\$ 62.400	\$ 70.699,2	\$ 80.102,19	\$ 90.755,79	\$ 102.826,30
2	Dulce	\$ 62.400	\$ 70.699,2	\$ 80.102,19	\$ 90.755,79	\$ 102.826,30
		\$ 124.800	\$ 141.398,4	\$ 160.204,39	\$ 181.511,57	\$ 205.652,61

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

4.17.9. COSTO DE PRODUCCIÓN

Tabla No. 60. Costo de producción

DESCRIPCION	MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
MATERIALES DIRECTOS	\$ 2.803	\$ 2.548,00	\$ 2.624,44	\$ 2.703,17	\$ 2.784,27	\$ 2.867,80	
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 6.200	\$ 74.400,00	\$ 78.120,00	\$ 82.026,00	\$ 86.127,30	\$ 90.433,67	5%
TOTAL	\$ 9.003,00	\$ 76.948,00	\$ 80.744,44	\$ 84.729,17	\$ 88.911,57	\$ 93.301,46	

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

4.17.10. ROL DE PAGOS

Tabla No. 61. Rol

DENOMINACION	SALARIO	SALARIO	13 SUELDO	14 SUELDO O	APORTE	TOTAL
	MENSUAL	ANUAL	BONO NAVIDEÑO	BONO ESCOLAR	PATRONAL 12,15%	ANUAL
Presidenta	\$ 400	\$ 4.800	\$ 400	\$ 292	\$ 583,2	\$ 6.075
Vicepresidenta	\$ 400	\$ 4.800	\$ 400	\$ 292	\$ 583,2	\$ 6.075
Secretaria	\$ 350	\$ 4.200	\$ 350	\$ 292	\$ 510,3	\$ 5.352
Tesorera	\$ 350	\$ 4.200	\$ 350	\$ 292	\$ 510,3	\$ 5.352
Contador	\$ 450	\$ 5.400	\$ 450	\$ 292	\$ 656,1	\$ 6.798
TOTAL	\$ 1.950	\$ 23.400	\$ 1.950	\$ 1.460	\$ 2843,1	\$ 29.653

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

Salario mensual que se establecerá a la parte administrativa de la asociación, mientras que la parte operaria tendrá un salario de \$310.00

4.17.11. PRESUPUESTO GASTOS ADMINISTRATIVOS

Tabla No. 62. Gastos administrativos

DESCRIPCION	VALOR	VALOR
	MENSUAL	ANUAL
Sueldos	\$ 1.950	\$ 23.400
Beneficios sociales	\$ 284,17	\$ 3.410
Aportes patronales	\$ 237	\$ 2.843
	\$ 2.471	\$ 29.653

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

4.17.12. GASTOS GENERALES

Tabla No. 63. Gastos generales

DESCRIPCION	VALOR	VALOR
	MENSUAL	ANUAL
Útiles de oficina	\$ 270,00	\$ 3.240,00
Servicios básicos	\$ 120,00	\$ 1.440,00
	\$ 390,00	\$ 4.680,00

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

4.17.13. GASTOS DE OPERACIÓN

Tabla No. 64. Gastos de operación

				3%			
	DESCRIPCIÓN	MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
5%	Gastos administrativos	\$ 2.471,00	\$ 29.653,00	\$ 31.136,00	\$ 32.693,00	\$ 34.327,00	\$ 36.044,00
	Gastos publicitario	\$ 55,00	\$ 660,00	\$ 660,00	\$ 660,00	\$ 660,00	\$ 660,00
	Gastos generales	\$ 390,00	\$ 4.680,00	\$ 4.820,40	\$ 4.965,01	\$ 5.113,96	\$ 5.267,38
	Gastos de capacitación	\$ 13,33	\$ 160,00	\$ 164,80	\$ 169,74	\$ 174,84	\$ 180,08
	Gastos de arriendo	\$ 180,00	\$ 2.160,00	\$ 2.224,80	\$ 2.291,54	\$ 2.360,29	\$ 2.431,10
	Depreciación	\$ 130,01	\$ 1.560,17	\$ 1.560,17	\$ 1.560,17	\$ 203,50	\$ 203,50
	TOTAL	\$ 3.239,44	\$ 38.873,27	\$ 40.565,92	\$ 42.339,01	\$ 42.839,76	\$ 44.785,59

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

4.17.14. DEPRECIACIÓN

Tabla No. 65. Depreciación

DESCRIPCIÓN	VALOR	VIDA UTIL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Equipo de computación	\$ 4.070,00	3	\$ 1.356,67	\$ 1.356,67	\$ 1.356,67		
Equipo de oficina	\$ 1.065,00	10	\$ 106,50	\$ 106,50	\$ 106,50	\$ 106,50	\$ 106,50
Muebles de oficina	\$ 715,00	10	\$ 71,50	\$ 71,50	\$ 71,50	\$ 71,50	\$ 71,50
Equipos de cocina	\$ 255,00	10	\$ 25,50	\$ 25,50	\$ 25,50	\$ 25,50	\$ 25,50
TOTAL			\$ 1.560,17	\$ 1.560,17	\$ 1.560,17	\$ 203,50	\$ 203,50

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

4.17.15. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Tabla No. 66. Estado de pérdidas y ganancias

		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	VENTAS	\$ 124.800,00	\$ 141.398,40	\$ 160.204,39	\$ 181.511,57	\$ 205.652,61
	(-) Costo de producción	\$ 76.948,00	\$ 80.744,44	\$ 84.729,17	\$ 88.911,57	\$ 93.301,46
	UTILIDAD BRUTA EN VENTA	\$ 47.852,00	\$ 60.653,96	\$ 75.475,21	\$ 92.600,00	\$ 112.351,15
	(-) Gastos operativo	\$ 38.873,27	\$ 40.565,92	\$ 42.339,01	\$ 42.839,76	\$ 44.785,59
	Gastos administrativos	\$29.653,00				
	Gastos generales	\$ 4.680,00				
	Gastos de capacitación	\$ 160,00				
	Gastos publicitario	\$ 660,00				
	Gastos de arriendo	\$ 2.160,00				
	Depreciación	\$ 1.560,17				
	UTILIDAD OPERATIVA	\$ 8.978,73	\$ 20.088,04	\$ 33.136,20	\$ 49.760,24	\$ 67.565,56
	(-) Gastos financieros	\$ 168,628	\$ 168,62			
	UTILIDAD ANTES 15% TRABAJADORES	\$ 8.810,105	\$ 19.919,41	\$ 33.136,20	\$ 49.760,24	\$ 67.565,56
15%	(-) participación de trabajadores	\$ 1.321,516	\$ 2.987,91	\$ 4.970,43	\$ 7.464,04	\$ 10.134,83
	UTILIDAD ANTES IMP. RENTA	\$ 8.810,11	\$ 19.919,41	\$ 33.136,20	\$ 49.760,24	\$ 67.565,56
25%	(-) Impuesto a la renta	\$ 2.202,53	4.979,85	\$ 8.284,05	\$ 12.440,06	\$ 16.891,39
	UTILIDAD NETA	\$ 6.607,58	\$ 14.939,56	\$ 24.852,15	\$ 37.320,18	\$ 50.674,17

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

4.17.16. FLUJO DE CAJA

Tabla No. 67. Flujo de caja

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos		\$ 124.800,00	\$ 141.398,40	\$ 160.204,39	\$ 181.511,57	\$ 205.652,61
TOTAL DE INGRESOS		\$ 124.800,00	\$ 141.398,40	\$ 160.204,39	\$ 181.511,57	\$ 205.652,61
(-) COSTOS Y GASTOS						
Costos de producción		\$ 76.948,00	\$ 80.744,44	\$ 84.729,17	\$ 88.911,57	\$ 93.301,46
Gastos operativos		\$ 38.873,27	\$ 40.565,92	\$ 42.339,01	\$ 42.839,76	\$ 44.785,59
Gastos financieros		\$ 168,63	\$ 168,63			
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 8.810,11	\$ 19.919,41	\$ 33.136,20	\$ 49.760,24	\$ 67.565,56
(-) Reparto de utilidad (15%)		\$ 1.321,52	\$ 2.987,91	\$ 4.970,43	\$ 7.464,04	\$ 10.134,83
(-) Impuesto a la renta (25%)		\$ 2.202,53	\$ 4.979,85	\$ 8.284,05	\$ 12.440,06	\$ 16.891,39
UTILIDAD NETA		\$ 5.286,06	\$ 11.951,65	\$ 19.881,72	\$ 29.856,15	\$ 40.539,33
(+) Depreciación		\$ 1.560,17	\$ 1.560,17	\$ 1.560,17	\$ 203,50	\$ 203,50
UTILIDAD + DEPRECIACION		\$ 5.286,06	\$ 13.511,81	\$ 21.441,89	\$ 30.059,65	\$ 40.742,83
INVERSION						
Inversión fija	-7545,00					
Activos diferidos	-1000,00					
Capital de trabajo	-12044,09					
(-) préstamo		\$ 4.991,43	\$ 4.991,43			
FLUJO NETO DEL EFECTIVO	-20589,09	\$ 294,64	\$ 8.520,39	\$ 21.441,89	\$ 30.059,65	\$ 40.742,83
		TIR	52%		VAN	\$ 37.651,23

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

La situación de solvencia y liquidez de la asociación se la puede determinar a través del flujo de caja. Como se puede observar en este proyecto se obtendría un flujo de caja positivo desde el primer año del período analizado, lo cual indica que dentro de su proceso financiero no presentará dificultades para cubrir sus compromisos, tanto gastos y costos de producción serán controlados para no salirse del esquema financiero propuesto.

4.17.17. PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla No. 68. Punto de equilibrio

DESCRIPCION	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
MATERIALES DIRECTOS		\$ 2.548,00	\$ 2.548
MANO DE OBRA DIRECTA		\$ 74.400,00	\$ 74.400
Gastos publicitario	\$ 660,00		\$ 660
Gastos generales	\$ 4.680,00		\$ 4.680
Gastos de arriendo	\$ 2.160,00		\$ 2.160
Depreciación	\$ 1.560,17		\$ 1.560,17
	\$ 9.060,17	\$ 76.948,00	\$ 86.008,17

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

Tabla No. 69. P.E

P.E =		Costos fijos
	1	Costos variables
		Ventas
P.E =		9060,17
	1	76948,00
		124.800,00
P.E =		9060,17
	1	0,616570513
P.E =		9060,17
		0,383429487
P.E =		23.629,29

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

El punto de equilibrio establece cuantas unidades monetarias o físicas se requieren para obtener utilidades igual a cero, lo cual indica que el proyecto no tiene pérdida y establece buena rentabilidad para cumplir con sus obligaciones.

4.17.18. RESUMEN

Tabla No. 70. Escenario proyectado

FACTOR	VAN	TIR	DECISION
Valor original	37651,23	52%	Se acepta
Disminuir el precio			
Disminuir el precio a \$ 1,76	-278,5	15%	Se rechaza
Disminuir el precio a \$ 1,77	1301,91	16%	Se acepta
Disminuir la producción anual en 2280	-273,19	15%	Se rechaza
Disminuir la producción anual en 2285	319,38	15%	Se acepta
Si se aumentan los gastos de operación en un 45%	100,92	15%	Se acepta
Si se aumentan los gastos de operación en un 46%	-733,53	14%	Se rechaza
Si se aumentan los costos de producción en un 22%	572,52	16%	Se acepta
Si se aumentan los costos de producción en un 23%	-1112,87	14%	Se rechaza

Elaborado por: Mirla Crespo Arízaga

El proyecto es muy sensible a las variaciones de precio cuando disminuye por lo tanto no se puede bajar el PVP de \$ 2.00 a \$ 1.76, pero si puede llegar a bajar hasta \$ 1.77

Cuando se disminuye la producción anual de 2600 a 2285 unidades es aceptable el proyecto, mas no es aceptable con una reducción de 2280 unidades.

En cuanto a los gastos de operación el análisis efectuado permite observar que los gastos de operación pueden ser aumentados hasta en un 45% y más de eso ya no es aceptable.

Finalmente los costos de producción se pueden aumentar hasta un 22%.

CONCLUSIONES

- ✓ Dentro de la asociación se deben delegar responsabilidades de acuerdo al perfil que tengan las socias, pues las personas que estén al mando deberán poseer sentido de pertenencia hacia la asociación que se considere líder y no jefe para que guíe al grupo con el que trabajará.
- ✓ Para que el manejo de las actividades dentro de la asociación sean efectivas será indispensable capacitar a todos los miembros con el fin de que se formen legalmente y ofrezcan un producto de buena calidad, lo cual permitirá una buena imagen a la asociación.
- ✓ Se determinó y se comparó que por medio de las compras conjuntas y el financiamiento se favorece económicamente a este grupo de microempresarias que solo desean trabajar para su fortalecimiento personal y empresarial.
- ✓ El BNF brindó todos los requisitos necesarios para que estas microempresarias puedan acceder al crédito, y con esto hacer fácil la adquisición de sus activos fijos.
- ✓ Se concluyó que el canal de distribución más efectivo es el llamado venta directa o al público, empleando a su vez estrategias para su venta.
- ✓ Finalmente se pudo establecer que el proyecto es viable con un VAN de 32.439.76y un TIR del 51%, lo cual indica que manteniendo los costos de producción actuales y los gastos administrativos se podrá recuperar la inversión desde el primer año.

De acuerdo a este proyecto se espera que el plan asociativo logre optimizar recursos a todas las microempresarias que formarán parte de la asociación,

aprovechar oportunidades como las compras conjuntas de materia prima con descuentos especiales y acceder a un financiamiento.

Según las encuestas y los análisis efectuados a través del FODA se pudo conocer los obstáculos que no permitirán a que estas microempresas salgan adelante. Con el planteamiento de este proyecto emprendedor se espera mejorar sus niveles de vida, el plan promueve a que las microempresas se levanten y ocupen un lugar en el mercado globalizado, deberán estar preparadas para competir brindando productos de excelente calidad generándoles valor agregado o algo que los distinga de la competencia en general, para esto deberán recibir capacitación de personas y ministerios que conocen el medio empresarial.

RECOMENDACIONES

- ✓ Realizar reuniones periódicas con la finalidad de que el grupo de personas designadas o que estén al mando de la asociación este ejecutando bien su trabajo
- ✓ Es recomendable que las socias reciban capacitación de acuerdo a las necesidades que se vayan presentando en la asociación, las mismas que pueden relacionarse con el producto, cliente, proveedor, y la comunicación entre ellas.
- ✓ Se recomienda aplicar el plan asociativo puesto que se concluyó que trabajar en asociatividad genera una rentabilidad satisfactoria para los socios
- ✓ Aprovechar las oportunidades que ofrece el BNF, pero a su vez no fallar con las cuotas otorgadas por el banco mensualmente para tener la posibilidad de acceder a un nuevo crédito.

- ✓ Si las ventas se efectúan de una manera directa, ésta se convertirá en una ventaja competitiva, puesto que si no existen intermediarios el precio se mantendrá. Lo cual resulta excelente para la asociación.
- ✓ Finalmente se recomienda analizar periódicamente los gastos y costos de producción con el fin de mantener el mismo precio.

Una vez conformada la asociación se espera la colaboración de todas las participantes, promover el trabajo en equipo, crear un ambiente propicio para que se sientan relajadas y que los resultados que se obtengan sean beneficios para todas.

La consecución de objetivos comunes provoca a que las futuras socias deberán participar activamente y desarrollar habilidades por lo que se recomienda que dentro de ella exista un flujo de información o comunicación para evitar problemas entre las mismas.

BIBLIOGRAFÍA

Fuentes de consultas (libros)

- ROSALES. Mecanismos de cooperación 2005. Pág. 13
- VEGAS R.J. Redes Empresariales 2005. Pág. 6
- MTPE-PEEL Ministerio de trabajo y promoción de empleo. Pág. 20.
- GARCÍA. En su libro La productividad 2009. Pág. 17
- HERNÁNDEZ E. En su libro la competitividad de las empresas. Pág. 22
- KOTLER P. Introducción al proceso de comercialización. Pág. 58
- FISCHER L. ESPEJO J, autores del libro “Mercadotécnica”. Pág. 5
- HAIR y MC D. En su libro “Marketing” 2007. Pág. 1
- ALLAN L. Reid, autor del libro "Las Técnicas Modernas de Venta y sus Aplicaciones “pág. # 500
- HARRINGTON. Mercadotecnia. Pág. 44.
- Constitución de la república de Ecuador 2008. Pág. 151
- ARGUELLO S.A. 2011. Investigador del Observatorio de la PYMES de la Universidad Andina Simón Bolívar, autor del libro PYMES

- KERLINGER Fred. Libro investigación de campo 2008. Pág. 37
- Dr. PAMPLONA Roger. Libro, “El poder medicinal de los alimentos” 2004
Pág. 254
- PINEDA Carlos. Como organizar empresas solidarias eficientes,
Ediciones Antropodos, Bogotá Colombia
- MERLIN María. Micro emprendimientos y redes sociales.
Pág. 84
- SINGER, Raúl “Economía Solidaria: un modo de producción
y distribución”. Pág. 289
- PORTER Michael, “La Ventaja Competitiva de las Naciones”
(1990), el llamado diamante de la
competitividad. Pág. # 14
- Chiavenato Idabelto. Gestión de Talento Humano. Editorial Mc Graw-
Hill Interamericana Editores, Tercera Edición,
México, 2009
- VALENCIA R. MUÑOZ P. (Compiladores) 2005. Asociatividad empresarial
en Colombia. Cámara de Comercio DE Bogotá.
Pág. 257

LINK:

1. La reducción en los costos de comunicación e imagen)
<http://www.evoit.com.ar/>
2. Seminario sobre la Economía de Solidaridad. Disponible en
<http://www.luisrazeto.net>
3. Economía popular y movimientos populares
4. http://www.riless.org/investigadores_desarrollo.shtml?x=24601.
5. Dependencia a la autogestión laboral
6. <http://www.flacso.org.ar/publicaciones.php>
7. Documento Fundacional y Programa <http://www.cta.org.ar/base/article1935.html>
8. “La sostenibilidad de los emprendimientos de la economía social y solidaria”
www.riless.org/otraeconomia
9. www.zapallo.cultivo//acp.pais.com
10. www.cienciasnaturales//donbosco.com
11. www.atahualpa//desarrollocomunitario.com
12. <http://es.scribd.com/doc/17688042/Caracteristicas-de-la-Asociatividad>

GLOSARIO

Producción: Hace referencia a la acción de generar (entendido como sinónimo de producir), al objeto producido, al modo en que se llevó a cabo el proceso o a la suma de los productos del suelo o de la industria.

Comercialización: Conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean.

Competitividad: ES la capacidad de una empresa u organización de cualquier tipo para desarrollar y mantener unas ventajas comparativas que le permiten disfrutar y sostener una posición destacada en el entorno socio económico en que actúan.

Productividad: Es la capacidad o el nivel de producción por unidad de superficies de tierras cultivadas, de trabajo o de equipos industriales.

Marketing: Analiza la gestión comercial de las empresas con el objetivo de captar, retener y fidelizar a los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades.

Rentabilidad: Es un índice que mide la relación entre la utilidad o la ganancia obtenida, y la inversión o los recursos que se utilizaron para obtenerla.

Distribución: Es el proceso que consiste en hacer llegar físicamente el producto al consumidor. Para que la distribución sea exitosa, el producto debe estar a disposición del potencial comprador en el momento y en el lugar indicado.

Autonomía: proceso en el cual la organización interna de un sistema, generalmente de tipo abierto, aumentará de complejidad sin la necesidad de ser guiado por ningún agente externo.

Endógeno: Es utilizado por distintas disciplinas para hacer referencia a algo que es originado dentro de una cosa, en contraposición a exógeno. Según la RAE, endógeno hace referencia a algo que se origina o nace en el interior (fuerza que viene del interior de la D.T.E Tierra), o que se origina en virtud de causas internas.

Revendedor: Quien revende por lucro y ocasionalmente, aun cuando el término alcanza en general a todos los comerciantes.

Patrocinador: Dícese de la persona o entidad que, con fines generalmente publicitarios, sufraga los gastos de una competición, programa o empresa.

Costos: Costo o coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del costo más el beneficio).

Mercadotecnia: La mercadotecnia implica el análisis de la gestión comercial de las empresas. Su intención es retener y fidelizar a los clientes actuales que tiene una organización, mientras que intenta sumar nuevos compradores.

Rentabilidad: Es una relación entre los recursos necesarios y el beneficio económico que deriva de ellos.

Asociatividad: La asociatividad debe ser una herramienta utilizada por la pequeña y mediana empresa para enfrentar la globalización.

Hipoteca: Una hipoteca es un contrato mediante el cual se toma como garantía de un crédito a un bien que generalmente lo constituye un inmueble. El bien permanece en manos del propietario mientras este cumpla con sus obligaciones; en caso contrario, el acreedor puede realizar la venta del bien para cobrar el dinero que prestó.

ABREVIATURAS

MTPE: Ministerio de trabajo y promoción

PYMES: Pequeñas y medianas empresas

ESPOL: Escuela Superior Politécnica del Litoral

INEM: Instituto Ecuatoriano de normalización

RUC: Registro Único de contribuyentes

SRI: Servicios de Rentas Internas

RISE: Régimen impositivo simplificado Ecuatoriano

SECAP: Servicio Ecuatoriano de capacitación profesional

BNF: Banco Nacional de Fomento

ANGLOS



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

**ANEXO No. 1. ENCUESTA DIRIGIDA A LAS MICROEMPRESARIAS DE
LA PARROQUIA ATAHUALPA**

Para llenar la encuesta lea con atención cada una de las preguntas del cuestionario, y marque con una x y escoja la alternativa que considere correcta. De su respuesta depende el éxito de esta investigación.

Objetivo: Determinar cuál es el grado de aceptación que pueda tener la asociación

1. Edad

25-35 años 36-56 57 en adelante

2. Estado civil

Casada Unión libre Divorciada

Viuda Soltera

3. Nivel de educación

Primaria Secundaria
Universitaria Otros

4. Trabaja en la actualidad

Si No A veces

5. ¿Ud. elabora conservas a base de zapallo?

Si No A veces

6. ¿Cuántos años tiene de experiencia en la elaboración de manjares, dulces, tortas, colada a base de zapallo?

1-5 6-10años Más de 10 años

7. En sus años de experiencia en la fabricación de estas conservas con que otra hortaliza o fruta ha trabajado?

Manzana	<input type="checkbox"/>	zapallo	<input type="checkbox"/>	camote	<input type="checkbox"/>
Sandía	<input type="checkbox"/>	uvas	<input type="checkbox"/>	guineo	<input type="checkbox"/>
Pera	<input type="checkbox"/>	melón	<input type="checkbox"/>		

8. ¿El producto que Ud. elabora es aceptado en la comunidad?

Totalmente aceptado	<input type="checkbox"/>	Parcialmente aceptado	<input type="checkbox"/>
Poco aceptado	<input type="checkbox"/>	Nada aceptado	<input type="checkbox"/>

9. El producto que Ud. elaboran se lo conoce en:

La Parroquia Atahualpa	<input type="checkbox"/>	Cantón Santa Elena	<input type="checkbox"/>
Provincia de Santa Elena	<input type="checkbox"/>	Fuera de la Provincia	<input type="checkbox"/>

10. Cuenta con RUC

Sí No

Si su respuesta es NO pase a la pregunta No. 11

11. ¿Cuál ha sido el mayor obstáculo que ha tenido para asentarse legalmente como empresaria?

Capacitaciones municipales Registro sanitario Permisos

Desconocimiento total de tramites
No desea Temor
Otros

12. ¿Estaría dispuesta a asociarse?

Sí No

Si su respuesta es NO se le agradece su atención

13. ¿Qué beneficios espera?

Mejorar costos Capacitación Oportunidades de crédito

14. ¿Ud. estaría de acuerdo en pagar una cuota representativa por formar parte de esta asociación?

1 dólar semanal 2 dólares semanales
10 dólares quincenales 20 dólares mensuales

15. ¿Le gustaría ser parte de la directiva de la asociación?

Sí No

16. ¿Está de acuerdo en abonar \$50 por cada socia para formar un capital?

Sí No

17. ¿Está Ud. de acuerdo en que se contrate los servicios adicionales de un contador para que ejecute la parte financiera del plan asociativo?

De acuerdo En desacuerdo
Muy de acuerdo Totalmente en desacuerdo

Gracias por su colaboración



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

**ANEXO No. 2. ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE LA
PROVINCIA DE SANTA ELENA**

Objetivo: Determinar cuál es el grado de aceptación que pueda tener el producto elaborado a base de zapallo

Sexo: M___ F___

Edad: _____ años

Estado Civil: Soltero(a) _____

- Casado(a) _____
- Unión libre _____
- Divorciado(a) _____
- Viudo(a) _____

Ocupación _____

Lugar de residencia: _____

1. ¿Conoce usted, la hortaliza más conocida entre la población ecuatoriana como zapallo?

Si

No

2. ¿Con que otro nombre identifica al zapallo?

Cucúrbita

auyama

pepón

Calabaza

chilete

Chayote

zapallón

3. ¿Conoce las propiedades que contiene está hortaliza?

Si

No

4. Considere la siguiente afirmación y responda acorde con su criterio: ¿El zapallo es un excelente alimento para el crecimiento y desarrollo de sus hijos?

Si No Quizás

5. ¿Sabías que el zapallo previene enfermedades como la hipertensión arterial, afecciones coronarias y arteriosclerosis, afecciones del estómago y prevención del cáncer?

Si No

6. ¿Compraría usted, mermelada y dulce de zapallo si estuviera en el mercado?

Si No

7. En el caso de ser de su agrado el producto, con qué frecuencia lo consumiría? (Escala por semana)

Una vez Tres veces Cinco o más veces

8. ¿Cuál de los dos productos elaborados a base de zapallo estaría dispuesto a consumir más?

Mermelada dulce

9. ¿Las mermeladas y dulces que usted más compra son elaborados con que fruta?

Frutilla mora guayaba
Naranja piña higo

10. ¿Cuánto estará dispuesto a pagar por estas conservas a base de zapallo?

\$ 2.00 – \$ 2.50 \$ 2.50 - \$3.00

11. Deseas que el producto tenga otro tipo de empaque para su mejor conservación?

Vidrio
Sachet Plástico

12. ¿Crees que este tipo de producto tendrá la acogida necesaria en la Provincia de Santa Elena?

Si No Quizás

13. Le gustaría que este tipo de productos a base de zapallo estén a la venta en:

Tiendas	<input type="checkbox"/>	Comisariatos	<input type="checkbox"/>	Dispensa Akí	<input type="checkbox"/>
Ferias	<input type="checkbox"/>	Almacenes TIA	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>
Todos	<input type="checkbox"/>	Superrmaxi	<input type="checkbox"/>	todos	<input type="checkbox"/>

14. ¿Es importante que este producto nuevo a base de zapallo posea Marca y Registro Sanitario?

Si No

Gracias por su colaboración



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

**ANEXO No. 3. ENTREVISTA DIRIGIDA AL PRESIDENTE DE LA
JUNTA PARROQUIAL DE ATAHUALPA, SR. CELSO SORIANO.**

Objetivo: Receptar información por medio de la entrevista realizada al Sr. Celso Soriano aplicando el respectivo cuestionario de preguntas para facilitar el desarrollo de la misma

Pregunta No. 1 ¿La comunidad conoce sobre lo que es asociatividad?

Pregunta No. 2 ¿Cómo dirigente de la Junta Parroquial, usted informa de las novedades que se dan en torno a los avances de desarrollo comunitario?

Pregunta No. 3 ¿Conoce cómo será la estructura organizacional de una asociación?

Pregunta No. 4 ¿La asociatividad empresarial es un proceso que origina cambio?

Pregunta No. 5 ¿Considera necesario emprender acciones de emprendimiento que ayuden a fortalecer la asociatividad dentro de la Comunidad?

Pregunta No. 6 ¿Por qué cree usted que el proyecto de creación de una asociación de microempresarias dedicadas a la elaboración de conservas, va a tener éxito dentro de la comunidad de Atahualpa?

Pregunta No. 7 ¿Existen las condiciones favorables para el desarrollo productivo en este sector alimenticio?

Pregunta No. 8 ¿La cooperación entre personas mejorará la gestión de los microempresarios?

Pregunta No. 9. ¿Existe en el mercado local los insumos necesarios para potenciar el desarrollo productivo de las conservas de zapallo?

Gracias por su colaboración

ANEXO No. 4. FICHA DE OBSERVACIÓN

Ficha de observación			
Título: Plan asociativo para las microempresas dedicadas a la elaboración de conservas de zapallo en la Parroquia Atahualpa, Cantón Santa Elena			
Lugar: Parroquia Atahualpa			
Fecha: 20 Septiembre del 2012			
Tipo de observación: Campo			
Investigador: Mirla Crespo Arízaga			
No. De personas observadas: 35 personas			
Hora: 13:00 pm – 19 pm			
ASPECTOS DE LA OBSERVACIÓN			
	PUNTAJE		
Acerca de la asociación	Bueno	Regular	Malo
Muestra interés en formar la asociación	x		
Son creativas en la elaboración del producto	x		
Preparadas para trabajar en equipo		x	
Se diseña la estructura de la asociación (Directiva)		x	
Acerca de la capacitación	Bueno	Regular	Malo
Muestran interés en la capacitación para manejar la asociación	x		
Dispuestas a colaborar para sus beneficios	x		
Acerca de los beneficios	Bueno	Regular	Malo
Apoyo mutuo para reducir costos empleando materiales y equipos propios	x		
Ahorro significativo en la elaboración de los productos	x		

Elaborador por: Mirla Crespo Arízaga

ANEXO No. 5. CÁLCULOS PARA CANTIDADES REQUERIDAS

Se realizaron los cálculos de costos, considerando compras mayores de materia prima e insumos a los distribuidores, ya que al hacerlo se obtienen beneficiosos descuentos en cuestión de dinero como se puede apreciar en los anexos anteriores. La tabla está diseñada para elaborar 12 unidades de dulce y mermelada. Por ejemplo si se necesita saber cuántos kg se requiere para elaborar 12 conservas, se hace una regla de tres simple de la manera siguiente:

Para el zapallo

Si

$$\frac{x}{7 \text{ kg}} = \frac{12}{28}$$

$$x = \frac{12 \text{ unidades} * 7 \text{ kg}}{28 \text{ unidades}}$$

$$x = 3 \text{ kg de zapallo}$$

Es decir, que para producir 12 unidades de producto terminado se necesitan 125 kg de zapallo

Para la leche

Si

$$\frac{x}{1 \text{ lt}} = \frac{12}{4}$$

$$x = \frac{12 \text{ unidades} * 1 \text{ lt}}{4 \text{ unidades}}$$

$$x = 3 \text{ lt de leche}$$

Se requieren 3lt de leche para elaborar los 12 frascos de conserva.

Para el preservante (Sorbato de potasio)

Si

$$\frac{x}{1 \text{ g}} = \frac{12}{4}$$

$$x = \frac{12 \text{ unidades} * 1 \text{ gr}}{4 \text{ unidades}}$$

$x = 3 \text{ g}$ de Sorbato de potasio

Para el azúcar

Si

$$\frac{x}{1 \text{ lb}} = \frac{12}{4}$$

$$x = \frac{12 \text{ unidades} * 1 \text{ lb}}{4 \text{ unidades}}$$

$x = 3 \text{ lb}$ de azúcar

Para la canela

Cada frasco de conserva necesita 1 gramo de canela, luego

$$\frac{x}{1 \text{ gr}} = \frac{12}{1}$$

$$x = \frac{12 \text{ unidades} * 1 \text{ gr}}{1 \text{ unidad}}$$

$x = 12 \text{ gr}$ de canela

Para el espesante

$$\frac{x}{1 \text{ gr}} = \frac{12}{4}$$

$$x = \frac{12 \text{ unidades} * 1 \text{ gr}}{4 \text{ unidad}}$$

$x = 3 \text{ grde espesante}$

Los costos por concepto de energía eléctrica se calculan a partir del costo del kilovatio/ hora en la Provincia de Santa Elena que está en 0.083 dólares por hora consumido. Para el cálculo de los 12 envases solo se estimó el uso de la cuarta parte de una hora en vista de que solo se la utilizó para encender la licuadora por unos 15 minutos, es decir, que el costo por consumo eléctrico se lo obtuvo de dividir el costo del kw/h, o sea 0.083 entre 4 lo cual resultó en 0.02075 dólares. Además se muestra la utilidad obtenida después del ejercicio.

ANEXO No. 6. ASPECTOS JURÍDICOS DE LA ASOCIACIÓN DE LA CONSTITUCIÓN Y DOMICILIO.

Art. 1.- Constituyese la asociación ALIPEN, domiciliada en la Parroquia Atahualpa, Cantón Santa Elena, como una organización de derecho privado orientada a la producción y comercialización de conservas a base de zapallo, la misma que regirá por las disposiciones establecidas en los reglamentos y normas legales vigentes.

Fines de la asociación

- La producción y comercialización de conservas de zapallo
- Mejorar el nivel de vida de las personas que se dedican a la elaboración de conservas de zapallo.
- Promover el trabajo en equipo
- Acogerse a los beneficios que otorga la Constitución Política y las diferentes leyes a favor de la asociatividad

De las socias

Microempresarias de conservas de zapallo de la Parroquia Atahualpa.

Se consideran microempresarias de conservas de zapallo a las personas naturales dedicadas a esta actividad.

Art. 2.- Son funciones y facultades de la asociación ALIPEN

- Establecer una estructura administrativa acorde a las necesidades de la asociación para coordinar cada actividad.
- Aprovechar los beneficios que conlleva la asociación en cuanto a la adquisición de la materia prima
- Coordinar las actividades de producción y comercialización de las conservas de zapallo.

DIRECTIVA

Art. 3.- Naturaleza y composición.

La Directiva es el órgano de representación que gestiona y representa los intereses de la asociación de acuerdo con las disposiciones del mismo. Estará formada por una presidenta, vicepresidenta una secretaria, una tesorera y en caso de necesidad una contadora que serán designadas mediante reunión entre todas las asociadas mayores de edad, en pleno uso de sus derechos civiles que no estén incurso en motivos de incompatibilidad legalmente establecidos. Su mandato tendrá una duración de 2 años.

Procedimientos para la elección y sustitución de miembros.

La elección de los miembros de la directiva se realizará mediante la presentación de candidaturas, a las que se les permitirá la adecuada difusión, con una antelación de 3 días a la celebración de la correspondiente reunión.

En caso de ausencia o enfermedad de algún miembro de la directiva, podrá ser suplido provisionalmente por otro de los componentes de ésta, previa designación por mayoría de sus miembros, salvo en el caso del presidente que será sustituido por el vicepresidente, en caso de existir, o por el tesorero.

Los miembros de la directiva cesarán:

- a) Por transcurso del periodo de su mandatos.
- b) Por renuncia expresa.
- c) Por acuerdo de la directiva.

LOS ASOCIADOS

Derechos de los asociados

Los asociados tendrán los siguientes derechos:

- a) Participar en las actividades de la asociación.
- b) Ejercer el derecho de voto
- c) Ser informado sobre la representación de la asociación, de su estado de cuentas y del desarrollo de su actividad.
- d) Hacer sugerencias a los miembros de la directiva en orden al mejor cumplimiento de los fines de la asociación.

Deberes de los asociados

Los asociados tendrán las siguientes obligaciones:

- a) Compartir las finalidades de la asociación y colaborar para la consecución de las mismas
- b) Pagar las cuotas, y otras aportaciones que, con arreglo a los estatutos, puedan corresponder a cada asociado
- c) Cumplir el resto de obligaciones que resulten de las disposiciones estatutarias.
- d) Acatar y cumplir los acuerdos válidamente adoptados por la directiva.

RÉGIMEN DE FINANCIACIÓN, CONTABILIDAD Y DOCUMENTACIÓN

Art. 4.- Obligaciones documentales y contables

La Asociación dispondrá de una relación actualizada de asociados.

Así mismo, llevará una contabilidad donde quedará reflejada la imagen fiel del patrimonio, los resultados, la situación financiera de la entidad y las actividades realizadas. También dispondrá de un inventario actualizado de sus bienes.

En un libro de actas, figurarán las correspondientes reuniones efectuadas dentro de la asociación.

Art. 5.- Recursos económicos

Los recursos económicos previstos para el desarrollo de los fines y actividades de la Asociación serán los siguientes:

- a) Las cuotas de entrada, periódicas o extraordinarias
- b) Las subvenciones, legados o herencias que pudiera recibir de forma legal por parte de los asociados o de terceras personas.
- c) Cualquier otro recurso lícito.

Acuerdo de disolución

La asociación se disolverá:

- a) Por voluntad de los asociados expresada mediante acuerdo de la directiva.
- b) Por imposibilidad de cumplir los fines previstos en los estatutos apreciada por acuerdo de la directiva
- c) Por sentencia judicial.

ANEXO No. 7. CERTIFICADO DE LA JUNTA PARROQUIAL

Atahualpa, 7 de Junio del 2012.

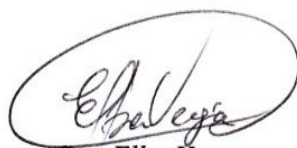
CERTIFICACIÓN

Como DIRIGENTE de las personas que elaboramos las deliciosas Conservas de Zapallo, de la Parroquia de Atahualpa del Cantón Santa Elena, tengo a bien certificar que:

La Srta. Mirla Verónica Crespo Arízaga, en reunión realizada el día Miércoles 6 de Junio nos socializó a todos los integrantes de este grupo la temática: PLAN ASOCIATIVO PARA LAS MICROEMPRESAS DEDICADAS A LA ELABORACIÓN DE CONSERVAS DE ZAPALLO, EN LA PARROQUIA ATAHUALPA, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2012, en la cual nos comprometemos a participar de esta capacitación en la segunda semana del mes Septiembre del presente año.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad.

Atentamente,



Sra. Elba Vega

DIRIGENTE

ANEXO No. 8. CERTIFICADO Y FIRMAS DE LAS SOCIAS



**GOBIERNO SECCIONAL AUTÓNOMO
JUNTA PARROQUIAL ATAHUALPA**
REGISTRO OFICIAL 193
ATAHUALPA-SANTA ELENA-ECUADOR
Teléfono: 2529604



Atahualpa, 7 de Junio del 2012

CERTIFICADO

Yo, Ing. *Henry Iván Muñoz Yagual*, portador de la cédula de identidad N° 092367954-2, Vice-presidente de la Junta Parroquial Atahualpa.

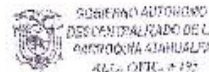
CERTIFICO

Que la Srta. **CRESPO ARIZAGA MIRLA VERONICA**, portadora de la cédula de identidad N° 092422363-2, egresada de la carrera de ingeniería en Administración de Empresas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, realizará su trabajo de titulación dentro de esta comunidad con las personas que se dedican a la elaboración de conserva de zapallos.

Es todo cuanto puedo decir en honor a la verdad, pudiendo la portadora hacer uso de este documento según sus intereses dentro de la ley.

Atentamente,

Ing. Henry I. Muñoz Yagual
VICE-PRESIDENTE
JUNTA PARROQUIAL ATAHUALPA



Cel. 087432280 - 092296032
cc. archivo

Dirección: Barrio 10 de Agosto, calles Bolívar Panchana y 5 de Noviembre, Esq.

FIRMA DE LAS SOCIAS

No.	NOMBRES Y APELLIDOS	C.I.	FIRMA
1	Vega Elba	092136259-3	
2	Soriano Muñoz Sara	091456782-2	
3	Tomalá Tomalá Patricia	090512298-1	
4	Suárez Soriano María	090587479-0	
5	Pozo Catuto Angélica	091687941-7	
6	Yagual Yagual Paola	091563247-8	
7	Orrala Flores Gabriela	090417598-5	
8	González Reyes Tapnia	091247817-0	
9	Ortega Del Pezo Ofelia	090358755-9	
10	Medina Soriano Juana	090678492-5	
11	Laínez Ortíz María	092587257-6	
12	Ramírez Figueroa Verónica	092617896-4	
13	Rosales Tomalá Ángela	091965872-1	
14	De la O Rosales Lidia	090112568-0	
15	Gonzabay Morán Carmen	092398745-8	
16	Borbor Domínguez Rosa	090598791-3	
17	Tigrero Ponce Diana	090896378-7	
18	Quirumbay Limones Luísa	092122987-4	
19	Méndez Catuto Ana	091879411-3	
20	Soriano Soriano Gabriela	090769814-8	
21	Gutiérrez Figueroa Isabel	091358739-1	
22	Quimí Rodríguez Olivia	092674998-6	
23	Beltrán Saltos Alexandra	090197841-5	
24	Del Pezo Panchana Luz	091697836-0	

ANEXO No. 9. FOTOS

Microempresarias productos de conservas de zapallo



Elaboración de las conservas de zapallo



Producto envasado



Producto terminado

