



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS

**CARRERA DE INGENIERIA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS AGROPECUARIAS**

TEMA DE TESIS

**PROPUESTA DE UNA ASOCIACIÓN DE PEQUEÑOS
PRODUCTORES DE PLÁTANO (MUSA PARADISIACA), RECINTO
LA COLONIA, CANTÓN LA MANA, PROVINCIA DEL COTOPAXI**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
AGROPECUARIAS**

**AUTOR:
CEDEÑO MACÍAS ROBERTO JAVIER**

**DIRECTOR DE TESIS:
ECON. MSc. DEYANIRA DIGNA MATA ANCHUNDIA**

QUEVEDO - ECUADOR

2015

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO

Yo, **CEDENO MACIAS ROBERTO JAVIER**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por normatividad institucional vigente.

f. _____

Cedeño Macías Roberto Javier

C.C. 120532339-5

AUTOR

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS

El suscrito **Econ. Deyanira Digna Mata Anchundia** Docente de la **UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**, certifica que el egresado **Cedeño Macías Roberto Javier**, realizó la tesis de grado titulado **“PROPUESTA DE UNA ASOCIACIÓN DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE PLÁTANO (MUSA PARADISIACA), RECINTO LA COLONIA, CANTÓN LA MANA, PROVINCIA DEL COTOPAXI”** bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto

f. _____

ECON. MSc. DEYANIRA DIGNA MATA ANCHUNDIA

DIRECTOR DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
AGROPECUARIAS

Presentado al Consejo Directivo como requisito previo a la obtención del título de Ingeniería en Administración de Empresas Agropecuarias.

Aprobado:

Econ. Luis Zambrano Mendrana
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE TESIS

Ing. Sandra Muñoz Macías
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

Ing. Yanila Granados Rivas
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

QUEVEDO – LOS RIOS – ECUADOR

2015

AGRADECIMIENTO

Este trabajo ha sido el resultado del esfuerzo mancomunado de muchos actores quienes de una u otra manera han hecho posible que cumplamos con todo lo planificado.

Por esta razón agradecemos primeramente a Dios por el regalo de la vida y por ser quien nos guía a lo largo de nuestro camino siendo el soporte para alcanzar todos nuestros objetivos; a mi madre Cristina Cedeño por guiarme a ser una persona con principios, a mi esposa Mirian Yosa y a mis hermanos Danilo, Luis y Karelys, por su apoyo y confianza que me supieron dedicar.

Agradeco también a la directora de Tesis Econ. Deyanira Digna Mata Anchundia, por la paciencia y orientación durante todo este proceso, así como a los miembros del Tribunal Revisión y Evaluación por la apertura y confianza depositada en nosotros.

No podemos dejar de agradecer al pequeño grupo productores de plátano del Recinto La Colonia, la misma por abrirnos las puertas y permitir que seamos parte del maravilloso grupo con el que trabajamos, sin cuya participación activa y constante hubiera sido sumamente difícil lograr la meta propuesta.

Por último el más sincero y profundo agradecimiento a la Universidad Técnica Estatal de Quevedo y a nuestra querida Facultad de Ciencias Agrarias que durante estos últimos años se convirtió en un hogar y junto con ella a todos los docentes que nos acompañaron durante toda la carrera.

ROBERTO CEDEÑO

DEDICATORIA

Esta dedicatoria primeramente se la dedico a Dios, por darme la vida y ser la fuente integral de mi existencia, y la fortaleza de mi perseverancia ya que gracias a él he logrado concluir mi carrera.

A mi señora madre Cristina Cedeño, por sembrar en mí la semilla de la sensibilidad y la comprensión, por su cariño, entrega, amor, además; por enseñarme que debemos tener la fortaleza de continuar hacia adelante sin importar las circunstancias que la vida nos presente, y; por siempre tener palabras de aliento. Pero sobre todo por su apoyo moral y empuje, ya que gracias a ella estoy en el lugar que estoy, lo cual ha permitido mi superación personal y profesional.

A mis hermanos: Danilo, Luis y Karelys, y mi esposa Mirian Yosa por confiar en mí, por demostrarme cariño, respeto y comprensión, durante todo este proceso. Porque junto a ustedes, la alegría compartida aumenta su proporción y la tristeza disminuye significativamente.

Y para algunos amigos, que saben en el fondo de sus corazones quienes son, por ser también los que ayudaron a que este proyecto se cumpla, así como todos los deseos compartidos, por siempre suministrarme el apoyo y cariño; además de "darme siempre una manito" cuando lo he necesitado

ROBERTO CEDEÑO

ÍNDICE	Pág.
PORTADA.....	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y GESTIÓN DE DERECHOS.....	ii
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS.....	iii
TRIBUNAL DE TESIS.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
ÍNDICE.....	vii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xiii
ABSTRACT.....	xv
CAPÍTULO I MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1.1 Introducción.....	2
1.2 Objetivos.....	4
1.2.1 Objetivo General.....	4
1.2.2 Objetivos Específicos.....	4
1.3 Hipótesis.....	4
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN.....	5
2.1 Fundamentación Teórica.....	6
2.1.1 El Plátano.....	6
2.2 Asociación.....	6
2.2.1 Características de la Asociación.....	7
2.2.2 Constitución de la Asociación.....	7
2.2.3 Asociados y Organización Interna.....	7
2.2.3.1 Presidente.....	8
2.2.4 Fondo Social.....	8
2.2.4.1 Irrepartibilidad del Fondo Social.....	8
2.2.5 Integración.....	8
2.2.6 Intervención.....	9
2.2.7 Disolución Voluntaria.....	9

2.2.8	Disolución Forzosa.....	9
2.2.9	Procedimiento.....	10
2.3	Beneficios Generales de las Asociaciones Solidarias.....	10
2.3.1	Beneficios para el Trabajador.....	11
2.4	Estructura Interna de las Organizaciones del Sector Asociado....	11
2.4.1	Órgano de Gobierno.....	11
2.4.2	Órgano Directivo.....	11
2.4.3	Órgano de Control.....	12
2.4.4	Control Interno.....	12
2.4.5	Gerente.....	12
2.4.6	Administrador.....	12
2.4.7	Secretario.....	13
2.4.8	Departamento de Producción.....	13
2.4.9	Departamento de Marketing.....	14
2.4.10	Departamento del Talento Humano.....	14
2.4.11	Departamento de Finanzas.....	14
2.5	Definición de Estatutos.....	15
2.5.1	El estatuto de las Organizaciones o Asociaciones Contendrán....	16
2.5.2	Requisitos para la Aprobación de los Estatutos de una Asociación.....	16
2.6	Definición de Socios.....	17
2.6.1	Admisión de Socios.....	18
2.6.1.1	Admisión Abierta.....	18
2.6.2	Ingreso y Registro de Socios.....	18
2.6.3	Naturaleza de la Condición de Socios.....	18
2.6.4	Pérdida de la Calidad de Socios.....	19
2.6.5	Liquidación y Reembolso de Haberes.....	20
2.6.6	Sanciones a Socios.....	20
2.7	Definición de Organización.....	21
2.7.1	La complejidad en las Organizaciones.....	21
2.8	Definición de Organigrama.....	21
2.8.1	Modalidades o Tipos de Estructuras Existentes.....	21
2.8.1.1	Jerarquía o de Línea.....	22

2.8.1.2	Funcional.....	22
2.8.1.3	Mixta (Jerarquía – Funcional.....	23
2.9	Definición de Comercialización.....	24
2.9.1	El sistema de Comercialización.....	24
2.9.2	Como se Relaciona la Comercialización con la Producción.....	24
2.9.3	Definición de Micro Comercialización.....	25
2.9.4	Definición de Macro Comercialización.....	25
2.9.5	Quien Ejecuta las Funciones de la Comercialización.....	25
2.9.6	La tarea Gerencial en la Comercialización.....	25
2.10	Definición de Capacitación.....	26
2.10.1	Satisfacción Laboral.....	26
2.10.2	La Capacitación y la Empresa.....	27
2.10.3	Capacitación, Responsabilidades y Propósito.....	27
2.10.4	Propósito de la Capacitación.....	27
2.10.5	Responsabilidad Organizacional.....	27
2.11	Normas ISO en Empresas de Servicio.....	28
2.11.1	Beneficios de la Norma ISO 9001.....	28
2.11.2	La Familia de las Normas ISO 9000.....	28
CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....		30
3.1	Materiales y Métodos.....	31
3.1.1	Localización de la Investigación.....	31
3.1.2	Duración.....	32
3.2	Tipo de Investigación.....	33
3.2.1	Descriptivo.....	33
3.2.2	Analítico.....	33
3.2.3	Método Inductivo.....	33
3.2.4	De Campo.....	33
3.2.5	Bibliográfica.....	34
3.3	Diseño de la Investigación.....	34
3.3.1	Observación.....	34
3.3.2	Encuestas.....	34

3.4	Población y Muestra.....	34
3.4.1	Población.....	34
3.4.2	Muestra.....	34
CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....		35
4.1	Resultados.....	36
4.1.1	Encuesta a los Productores de Plátano del Recinto La Colonia del Cantón La Maná.....	36
4.1.2	Disponibilidad de los Recursos Necesarios para llevar a cabo los Objetivos Planteados.....	51
4.1.3	Analizar la Factibilidad de la Creación de una Asociación Solidaria para los Agricultores.....	56
4.1.4	Propuesta una Asociación para los Productores de Plátano del Cantón La Maná.....	61
4.2	Discusión.....	76
CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		79
5.1	Conclusiones.....	80
5.2	Recomendaciones.....	81
CAPÍTULO VI BIBLIOGRAFIA.....		82
6.1	Literatura Citada.....	83
6.2	Lincografía.....	85
CAPÍTULO VII ANEXOS.....		86

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1	Encargados del Grupo de Productores.....	36
Cuadro 2	Objetivos de la Agrupación.....	37
Cuadro 3	Elaboración de Proyectos.....	39
Cuadro 4	Desempeño de la Agrupación.....	40
Cuadro 5	Control Ingreso y Gastos.....	41
Cuadro 6	Capacitación de Temas Administrativos.....	42
Cuadro 7	Nivel de Satisfacción.....	43
Cuadro 8	Toma de Decisiones.....	44
Cuadro 9	Aspectos a Considerar.....	45
Cuadro 10	Tiempo de Cosecha.....	46
Cuadro 11	Venta de Producción.....	47
Cuadro 12	Comercialización.....	48
Cuadro 13	Satisfacción.....	49
Cuadro 14	Comercialización a la Asociación.....	50
Cuadro 15	Precios de la caja de Plátano.....	51
Cuadro 16	Precios en los Intermediarios.....	52
Cuadro 17	La Figura Legal de la Asociación.....	74

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Encargados del Grupo de Productores.....	37
Gráfico 2	Objetivos de la Agrupación.....	38
Gráfico 3	Elaboración de Proyectos.....	39
Gráfico 4	Desempeño de la Agrupación.....	40
Gráfico 5	Control Ingreso y Gastos.....	41
Gráfico 6	Capacitación de Temas Administrativos.....	42
Gráfico 7	Nivel de Satisfacción.....	43
Gráfico 8	Toma de Decisiones.....	44
Gráfico 9	Aspectos a Considerar.....	45
Gráfico 10	Tiempo de Cosecha.....	46
Gráfico 11	Venta de Producción.....	47
Gráfico 12	Comercialización.....	49
Gráfico 13	Satisfacción.....	50

Gráfico 14	Comercialización a la Asociación.....	51
Gráfico 15	Precios de la caja de Plátano.....	52
Gráfico 16	Precios en los Intermediarios.....	53

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Jerarquía o de Línea.....	22
Figura 2	Funcional.....	23
Figura 3	Mixta (Jerarquía – Funcional).....	23
Figura 4	Mapa del Cantón La Mana.....	31
Figura 5	Mapa Político de la Provincia de Cotopaxi.....	32
Figura 6	Nivel de Jerarquía.....	72
Figura 7	Estructura Orgánica.....	73

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 7.1	Encuestas y Entrevistas.....	87
Anexo 7.2	Nómina de la Agrupación de Productores.....	91
Anexo 7.3	Instituciones Comercializadoras de Plátano.....	92
Anexo 7.4	Fotos.....	93

RESUMEN

La presente investigación se la realizó a la agrupación de productores plataneros, la misma que se dedica a la producción y comercialización de esta fruta. Se encuentra localizada en el recinto La Colonia, cantón La Mana, provincia del Cotopaxi, la misma que presenta problemas en la venta de sus productos y en la actualidad no tienen un ente debidamente legalizado que los represente y contribuya al mejoramiento de las condiciones de vida de sus familias.

El objetivo principal es una propuesta de formación de una asociación de pequeños productores de plátano, ya que ellos tienen la predisposición de organizarse. Los pequeños agricultores se dedican al cultivo del plátano, el cual se ha convertido en una actividad encaminada hacia el crecimiento y consolidación de sus economías, por lo que se hace necesario la propuesta de una asociación, formada de acuerdo a las necesidades propias del sector, para ello se contaría con la ayuda de los actores sociales para realizar este proyecto.

Los agricultores en la actualidad se encuentran agrupados para fines de la venta de sus productos pero se encuentran insatisfechos, ya que no cumple con las expectativas, mala organización, mal funcionamiento en el área de comercialización al no ser vendedores directos y entregar toda su producción a intermediarios.

Los productores de plátano carecen de una asociación legalmente constituida, la misma que le permita solucionar problemas de producción y comercialización. La falta de asistencia técnica, asesoría administrativa, acceso a créditos para el desarrollo de sus actividades

Entre los hallazgos más importantes está que la cosecha es comercializada por revendedores en un 33% y el 67% en centros de acopio, un 75% no está de

acuerdo con la agrupación, el 100% de los encuestados esta en desacuerdo con la comercialización principalmente por los precios.

Dentro de la producción de plátano, el productor por cada caja vendida gana un promedio de \$ 2.00. Al no ser un exportador directo y vender la producción a los intermediarios.

Los precios de la caja no son estables varían entre \$5.00 hasta los 7.00 dependiendo el cambio de clima (invierno y verano).

ABSTRACT

This research was conducted by the group of banana producers, it is dedicated to the production and marketing of this fruit. Is located on the premises La Colonia, Canton La Mana, Cotopaxi province, it presents problems in selling their products and now have an entity duly legalized to represent them and to contribute to the improvement of living conditions their families.

The main objective is a proposal of forming an association of small banana producers, as they have the willingness to organize. Small farmers engaged in cultivation of banana, which has become an activity directed towards the growth and consolidation of their economies, by the proposal of an association, formed according to the specific needs of the sector is necessary, for that you would have the help of the social partners for this project.

Farmers today are grouped together for the purpose of selling their products but are dissatisfied because they do not meet expectations, poor organization, malfunctions in the marketing area not being direct marketers and deliver all their production to intermediaries.

Banana producers lack a legally constituted association, to enable it to solve problems of production and marketing. The lack of technical assistance, administrative advice, access to credit for developing their activities

Among the most important findings is that the crop is marketed by resellers by 33% and 67% in collection centers, 75% disagree with the group, 100% of respondents disagree with marketing mainly by prices.

In banana production, producer for each box sold earns an average of \$ 2.00. Not being a direct exporter and sell production to intermediaries.

Housing prices are not stable range from \$ 5.00 have the 7.00 depending on climate change (winter and summer).

CAPITULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Introducción

El plátano es un alimento básico en su mayoría en la zona costera y en partes bajas de la sierra. Los productores grandes dominan el mercado y las familias de las fincas pequeñas quienes producen apenas unas pocas cajas cada semana, venden su producción a los intermediarios. Los precios del mercado fluctúan mucho y así los ingresos son muy inestables

La presente investigación es para la elaboración de la propuesta de formación de una asociación de pequeños productores de plátano que se desarrolló en el recinto La Colonia, Cantón La Mana. Los pequeños agricultores tienen como actividad agrícola el cultivo de plátano el cual se ha convertido en una actividad encaminada hacia el crecimiento y consolidación económica, por la que se hace necesaria la propuesta de una asociación, formada de acuerdo a las necesidades propias del sector, para ello se contará con la ayuda de los productores para realizar este proyecto.

La falta de asistencia técnica, eficaz y continua, al no conocer los principios de cómo formar una asociación, han generado un malestar entre los productores de plátano los cuales están insatisfechos de vender su producción a centros de acopio e intermediarios por los malos precios y porque no les queda otra alternativa, causando un efecto negativo en la economía campesina de las familias que dependen de esta actividad productiva.

Los pequeños agricultores de plátano del cantón La Maná no tienen una asociación legalmente constituida, el cual les ayude a resolver sus principales problemas, sin embargo ellos están organizados y se reúnen cuando consideran necesario para tratar algún tema que les afecta como por ejemplo y siendo el más relevante cuando van a vender la fruta.

Como solución para este problema planteado, sería unir a todos los productores del Recinto La Colonia, para la ejecución de la propuesta de la asociación de pequeños productores de plátano, la cual pretende resolver los

problemas de producción, comercialización y créditos. La misma cuenta con la siguiente hipótesis, “La integración de una asociación de productores de plátano en el recinto La Colonia la cual superaría los problemas que tienen actualmente en los aspectos de producción y de comercialización”.

Esta investigación en su desarrollo está compuesta con objetivo general y específicos en donde se plantea la creación de una asociación dentro de ellos se realizará un diagnóstico y se analiza la factibilidad.

1.2 Objetivos

1.2.1 General:

Plantear la creación de una asociación de pequeños productores de plátano en el recinto La Colonia, cantón La Mana para mejorar su productividad y calidad de vida.

1.2.2 Específicos:

- Realizar un diagnóstico de la situación actual de los productores de plátano.
- Analizar la factibilidad de la creación de una asociación solidaria para los agricultores.
- Proponer una asociación para los productores de plátano del cantón La Mana.

1.3 Hipótesis

La integración de una asociación de productores de plátano en el recinto La Colonia, del cantón La Mana, superaría los problemas que tienen actualmente en los aspectos de producción y de comercialización.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Fundamentación Teórica

2.1.1 El Plátano

El plátano es un alimento básico en esta zona rural del Ecuador en muchas tierras agrícolas se cultivan plantaciones de plátano. Los productores grandes dominan el mercado y las familias de las fincas pequeñas por quienes producen apenas unas pocas cajas cada semana, deben vender en el mercado local o a los intermediarios explotadores. Los precios del mercado fluctúan mucho y así los ingresos son muy inestables.

La fruta de segunda calidad, inapropiada para la exportación, es vendida nacionalmente para procesar en chifles u otros bocados. La fruta aún dañada no es malgastada, es gran alimento para cerdos y con los tallos hacen abono orgánico.

Los pequeños productores de plátano cuentan con muy poca infraestructura. Algunos de los plataneros no tienen luz eléctrica en sus hogares y ningún medio de transporte. Algunos ni saben escribir sus nombres, mucho menos llenar documentos comerciales. Por trabajar juntos como una asociación y desarrollar sus habilidades, todos lograran agregar valor a su cosecha y ser exportadores de un producto de la primera calidad.

2.2 Asociación

Es una entidad formada por un conjunto de socios para la persecución de un fin de forma estable sin ánimo de lucro y con una gestión democrática. La asociación está normalmente dotada de personalidad jurídica, por lo que desde el momento de su fundación es una persona distinta de los propios socios, que tiene su propio patrimonio en un principio dotado por los socios y del que puede disponer para perseguir los fines que se recogen en sus estatutos. (Ley de Economía Popular y Solidaria, 2012)

2.2.1 Características de la Asociación

- Grupo de personas
- Objetivos y/o actividades comunes
- Funcionamiento democrático
- Sin ánimo de lucro
- Independientes.

Con respecto a estas características merece aclarar que no tiene ánimo de lucro significa que no se pueden repartir los beneficios o excedentes económicos anuales entre los socios, por tanto, sí se puede;

- Tener excedentes económicos al finalizar el año.
- Tener contratos laborales en la Asociación.
- Realizar Actividades Económicas que puedan generar excedentes económicos. (Ley de Economía Popular y Solidaria, 2012)

2.2.2 Constitución de la Asociación

Las asociaciones productivas, adquirirán personalidad jurídica, por medio de resolución emitida por el Instituto, luego de ver el cumplimiento de los requisitos que estarán en el Reglamento de la presente ley y para resolver los derechos y cumplir con las obligaciones previstas en la misma, se registrarán en el Instituto y estarán a ordenes de la supervisión de la Superintendencia. (Ley de Economía Popular y Solidaria, 2012)

2.2.3 Asociados y Organización Interna

Los requisitos para la admisión de asociados, así como sus derechos, obligaciones, causas y procedimiento de sanciones; su forma de gobierno y administración interna, constarán en el estatuto de cada organización que contemplará la existencia de un órgano de gobierno, como máxima autoridad interna, un órgano directivo, un órgano de control social interno y un administrador, que tendrá la representación legal, todos ellos elegidos por

mayoría absoluta de sus asociados en votación secreta y sujetos a rendición de cuentas, alternabilidad y revocatoria del mandato. (Ley de Economía Popular y Solidaria, 2012)

2.2.3.1 Presidente

Cada uno de los consejos elegirá de entre sus miembros a su respectivo presidente que durará en sus funciones un año, pudiendo ser reelegido, mientras mantenga la calidad de vocal. El presidente del Consejo de Administración, lo será también de la cooperativa. (Ley de Economía Popular y Solidaria, 2012)

2.2.4 Fondo Social

El fondo social de las asociaciones, estará constituido por las cuotas de admisión de sus asociados, que tienen el carácter de no reembolsables, por las cuotas ordinarias y extraordinarias y por los remanentes del ejercicio económico, que no serán susceptibles dedistribución entre los asociados. (Ley de Economía Popular y Solidaria, 2012)

2.2.4.1 Irrepartibilidad del Fondo Social

El fondo social por su propia naturaleza, es irrepartible y en caso de liquidación de la asociación, incrementará el presupuesto de educación y capacitación del Instituto, el mismo que lo destinará al cumplimiento de sus funciones en el domicilio de la asociación liquidada. (Ley de Economía Popular y Solidaria, 2012)

2.2.5 Integración

Las formas y objetivos de la integración serán determinadas libremente por las asociaciones de acuerdo con sus intereses y necesidades y en el marco de los

valores y prácticas de la economía popular y solidaria. (Ley de Economía Popular y Solidaria, 2012)

2.2.6 Intervención

En caso de violaciones a la normativa jurídica, riesgos graves de quiebra o conflictos insolubles, voluntariamente entre los asociados, la Superintendencia podrá resolver la intervención de una asociación, aplicando para el efecto las normas previstas en la presente ley, para la intervención a las cooperativas. (Ley de Economía Popular y Solidaria, 2012)

2.2.7 Disolución Voluntaria

La disolución voluntaria de las asociaciones productivas será resuelta en Asamblea General Extraordinaria, con el voto secreto de al menos las dos terceras partes de sus asistentes, en la misma que se designará él o los liquidadores. (Ley de Economía Popular y Solidaria, 2012)

2.2.8 Disolución Forzosa

La disolución forzosa será resuelta por la Superintendencia, cuando la asociación incurra en una o más de las siguientes causas:

- La reincidencia en el incumplimiento de la presente Ley, su Reglamento General, sus estatutos o la inobservancia de las recomendaciones de la Superintendencia, que cause graves perjuicios a los intereses de los asociados.
- La incapacidad, imposibilidad o negativa de cumplir con el objetivo para el cual fue creada.
- La reincidencia en la inobservancia de los valores, principios y características de la Economía Popular y Solidaria.

- La inactividad económica o social por más de dos años. (Ley de Economía Popular y Solidaria, 2012)

2.2.9 Procedimiento

Una vez resuelta la disolución voluntaria o forzosa, se procederá a la liquidación de los activos y pasivos y de existir un remanente, se lo destinará de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 28 de la presente Ley. (Ley de Economía Popular y Solidaria, 2012)

2.3 Beneficios Generales de las Asociaciones Solidaristas

El plan solidarista garantiza su éxito, por ser un plan real, práctico, operante e integral. Es real, porque proporciona garantías económicas por medio del plan de ahorro solidarista y su capitalización a través del aporte patronal. Dentro del solidarismo los valores económicos no son un fin, si no un medio. (Ley de Economía Popular y Solidaria, 2012)

Es práctico, porque su sistema de ahorro y capitalización y sus objetivos se establecen dentro de la misma empresa. Su ingreso y participación son voluntarios y se trabaja con mecanismos sencillos y eficaces. (Ley de Economía Popular y Solidaria, 2012)

Es operante, porque es un sistema que ha comprobado y se trabaja con mecanismos sencillos y eficaces. Son los mismos trabajadores los que se interesan por el desarrollo de las asociaciones, al apreciar los muchos beneficios que les representan, fortaleciendo así la empresa y aumentando la productividad por la armonía obrero-patronal. (Ley de Economía Popular y Solidaria, 2012)

Es integral, porque sus beneficios son para todos los integrantes de la empresa y en todas las áreas posibles, por que procura el desarrollo integral del

trabajador de su familia y por ende de la empresa en la que labora. (Ley de Economía Popular y Solidaria, 2012)

2.3.1 Beneficios para el Trabajador

- Acceso de los trabajadores a los medios de producción y por tanto, oportunidad de convertirse también en empresarios.
- Herramienta para el desarrollo integral del trabajador y de su familia.
- Fomento del hábito de ahorro y posibilidad de disponer de mayor capital para hacer mejores inversiones.
- Planes de crédito, por medio del Plan de Ahorro Solidarista, que ayuda al trabajador a solventar sus necesidades más inmediatas.
- Armonía laboral, que desarrolla mayor satisfacción y motivación de trabajar en la empresa.
- Autonomía absoluta en el manejo de la Asociación y libertar de adhesión o retiro de la misma. (Ley de Economía Popular y Solidaria, 2012)

2.4 Estructura Interna de las Organizaciones del Sector Asociativo

2.4.1 Órgano de Gobierno

Las asociaciones estará integrado por todos los socios, quienes se reunirán ordinariamente cuando menos, una vez al año y extraordinariamente cuantas veces sea necesario. Sus decisiones serán obligatorias, para los órganos directivos de control, administrador y la totalidad de sus integrantes. (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2012)

2.4.2 Órgano Directivo

Las asociaciones será electo por el órgano de gobierno y estará integrado por un mínimo de tres y máximo de cinco socios, quienes se reunirán ordinariamente, cuando menos una vez cada trimestre cuantas veces sea necesario, previa convocatoria efectuada por el Presidente, señalando el orden del día a tratarse. (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2012)

2.4.3 Órgano de Control

Los integrantes del grupo de las asociaciones, son elegidos por el órgano de gobierno, en un número no mayor de tres asociados, quienes se reunirán, ordinariamente, cuando menos, una vez cada trimestre y extraordinariamente, cuantas veces sea necesario, previa convocatoria efectuada por el Presidente de dicho órgano, señalando el orden del día a tratarse. (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2012)

2.4.4 Control Interno

El control interno de las asociaciones, además del efectuado por su propio órgano de control, lo ejercerá en la Auditoría Interna cuando sea necesario de acuerdo a lo escrito en el presente reglamento y conforme lo determinado, para el efecto, en las cooperativas. (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2012)

2.4.5 Gerente

Se designa con el término de gerente a aquella persona que en una determinada empresa u organización tiene la responsabilidad y las tareas de guiar a los demás de ejecutar y dar órdenes y de lograr que las cosas se hagan para poder cumplir cierta y correctamente con el objetivo y la misión que promueve la organización. (ABC, 2015)

2.4.6 Administrador

Será elegido por el órgano de gobierno, es el representante legal de la asociación. Es el responsable de hacer cumplir a los socios, las decisiones emanadas de la directiva y de control de la institución. (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2012)

El Administrador presentará el informe administrativo y los estado financiero semanal para consideración de los órganos de gobierno y control. El Administrador de la asociación entregara a los socios en cualquier momento la información que esté a su cargo y que se le requiera. (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2012)

El trabajo del administrador profesional se nutre tanto de la teoria, tecnicas y practicas administrativas como de la experiencia personal. Su formacion debe incluir el estudio de la conducta humana; individual, grupal y social. Por consiguiente. El futuro administrador debe adquirir tambien conocimientos de psicologia y sociologia, basicamente en el area industrial y organizacional. (Hernandez & Rodriguez, 2006)

2.4.7 Secretario

Es la persona que se encarga de escribir la correspondencia, custodiar documentos, extender actas y dar fe en los acuerdos de una oficina, corporación, despacho, etc. El concepto puede utilizarse para nombrar al asistente o auxiliar administrativo de una empresa. En este caso el secretario tramita la correspondencia, recibe documentos, atiende llamadas telefónicas, archiva documentos y lleva la agenda de un superior jerárquico. Lo habitual es que estas tareas lo realice una mujer. (<http://definicion.de/secretario>)

2.4.8 Departamento de Producción

El termino producción tal como se emplea aquí, es la actividad de utilizar los procesos, máquinas y herramientas y de realizar las correspondientes operaciones mentales y manuales con el fin de obtener unos productos a partir de las materias y componentes básicos. La producción es parte de la actividad más amplia de fabricación que incluye también la planificación de la fabricación. Lo que distingue a la producción de lo que no es producción es que las operaciones de producción modifican directamente al carácter del

producto por ejemplo su composición su forma. (Juran J.M., Gryna Jr., & Bingham Jr., 2005)

2.4.9 Departamento de Marketing

Marketing es el proceso de planear y ejecutar la idea, la fijación de precios, la promoción y la distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos individuales y organizacionales. (Ferrell & Hartline, 2010)

Marketing es una función organizacional y un conjunto de procesos para crear, comunicar y entregar valor a los clientes y para administrar las relaciones con los clientes de maneras que beneficien a la organización y a sus grupos de interés. (Ferrell & Hartline, 2010)

2.4.10 Departamento del Talento Humano

Los desafíos a los que se enfrentan la administración del recurso humano en las organizaciones son múltiples y complejos; prueba de ello, son los cambios que se experimentan en la contratación del personal, en los nuevos esquemas de reclutamiento, selección, capacitación y desarrollo en la administración de su sueldos y salarios. (Reza Trosino , Nuevo diagnóstico de necesidades de capacitación y aprendizaje en las organizaciones, 2006)

2.4.11 Departamento de Finanzas

Las finanzas se define como el arte, la ciencia administrar el dinero, casi todos los individuos y organizaciones ganan u obtienen dinero y gastan o invierten dinero. Las finanzas se relacionan con el proceso, las instituciones, los mercados y los instrumentos que participan en la transferencia de dinero entre personas, como empresas y gobiernos. (Díaz Alonso, 2005)

➤ **Tesorero**

A instancias de una empresa, una organización o una institución, la tesorería es aquella área de la misma en la cual se gestionan y concretan todas las acciones relacionadas con operaciones de tipo monetario. (ABC, Definición de tesorería, 2015)

Es decir, en la tesorería se lleva a cabo los pagos a los proveedores, los cobros por las actividades que presta la empresa en cuestión. Las gestiones bancarias y todo cuanto tienen que ver con los movimientos de la caja de una empresa. (ABC, Definición de tesorería, 2015)

➤ **Contador**

Un contador es un profesional encargado de registrar los diversos estados económicos de una empresa. Esta actividad implica tomar nota de la adquisición de derechos, obligaciones, bienes, etc. Así, se llegará a una evaluación del estado patrimonial de la empresa, teniendo una referencia importante para determinar su valor. El contador se vale de toda la tradición de la contabilidad, que tiene enorme cantidad de años entre nosotros; con la misma es posible tener a mano una serie de procedimientos y reglas que dan cuenta de una manera eficiente de realizar registros de las diversas operaciones que una empresa tiene. (<http://definicion.mx/contador>)

2.5 Definición de Estatutos

Son las reglas fundamentales del funcionamiento de una asociación y pese a no poseer el carácter de norma jurídica, son vinculantes para los socios, pues se sometieron a ellos de forma voluntaria al ingresar en la asociación. (Ley de Economía Popular y Solidaria, 2012)

2.5.1 El estatuto de las Organizaciones o Asociaciones Contendrán:

- La denominación o razón social y domicilio de la asociación;
- Objetivos y fines específicos;
- De los socios, clases, requisitos para su ingreso, deberes, derechos y beneficios;
- De los organismos de dirección
 - La Asamblea General: ordinaria, extraordinaria, frecuencias de las reuniones, convocatorias.
 - De la directiva, la representación legal, dignidades, elecciones, convocatoria, período, requisitos para ser elegidos, deberes y atribuciones de cada miembro, causales y procedimientos de remoción total o parcial;
- Régimen disciplinario
 - Motivos y procedimientos de sanción, suspensión, expulsión y exclusión de socios; proporcionar derecho a la defensa de los inculcados, organismos de apelación;
- Régimen económico
 - Procedimiento para la fijación de cuotas o contribuciones ordinarias y extraordinarias, forma de pago, determinación del objetivo y valor de las primeras;
- Fondos de la asociación
 - Bienes, sus adquisición, administración y enajenación, reglas para la expedición y ejecución del presupuesto y presentación de cuentas;
- Prohibición a la asociación de intervención en actos de política partidista o religiosa y de la prohibición de obligar a los socios a intervenir en ellos;
- Causales para la disolución de la asociación y modo de efectuar su liquidación. (<http://www.trabajo.gob.ec/aprobacion-estatutos/>)

2.5.2 Requisitos para la Aprobación de los Estatutos de una Asociación

- Solicitud de aprobación del Estatuto dirigida al Sr. Ministro, señalando con precisión la dirección completa, número de calle, parroquia, cantón, provincia, número telefónico, fax, casilla postal, si tuviere; (con el auspicio de un abogado en libre ejercicio profesional).

- Tres ejemplares del acta constitutiva, las mismas que contendrán: Lugar y fecha de la reunión constitutiva, la constancia expresa de asociarse, nombres y apellidos y firma autógrafa de los socios fundadores. Esta acta deberá ser debidamente legalizada por el Secretario provisional de la entidad en formación.
- Tres ejemplares del Estatuto, debidamente certificados y firmados por el Secretario Provisional, con la indicación de que el mismo fue discutido y aprobado en dos sesiones de fechas diferentes por parte de la Asamblea General.
- Tres ejemplares del Estatuto, debidamente certificado del Secretario Provisional, con la indicación de que el mismo fue discutido y aprobado en dos sesiones de fechas diferentes por parte de la Asamblea General.
- Nómina de los socios fundadores por duplicado, con la indicación en orden alfabético de: nombres y apellidos completos, domicilio, nacionalidad, profesión u oficio, número de cédula de ciudadanía y firmas autógrafas si son personas naturales, debiendo adjuntarse copias fotostáticas de la cédula de ciudadanía y de la papeleta de votación de la última elección.
(<http://www.trabajo.gob.ec/aprobacion-estatutos/>)

2.6 Definición de Socios

Es como el individuo que se une a otro para desarrollar algo en conjunto. Las que se vinculan con un objetivo en común (es decir, que se asocian) forman una sociedad. (Compañías, 2003)

2.6.1 Admisión de Socios

2.6.1.1 Admisión Abierta

Las asociaciones serán de número variable e ilimitado de socios, pudiendo admitir como tales a las personas naturales que cumplan con el vínculo común y requisitos estatutarios, que no podrán imponer más limitaciones que las propias de la naturaleza de la asociación. (Compañías, 2003)

La calidad de socio, nace con la aceptación por parte del Consejo de Administración, sin perjuicio de su posterior registro en la Superintendencia, que será responsabilidad de presidente y gerente. (Compañías, 2003)

2.6.2 Ingreso y Registro de Socios

El Consejo de Administrativo de la institución, aceptará o rechazará, en un plazo de treinta días, las solicitudes de nuevos socios. El Gerente dentro de los quince días, solicitará a la Superintendencia el registro de los nuevos socios, junto a una certificación del secretario de la cooperativa, que acredite el cumplimiento de los requisitos reglamentarios. La Superintendencia, verificará el cumplimiento de los requisitos reglamentarios en caso de incumplimiento se aplicará sanciones al Secretario y vocales del Consejo de Administración, dejará sin efecto el registro y ordenará la separación del socio. (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2012)

2.6.3 Naturaleza de la Condición de Socio

La condición de socio de una asociación es personalísima por tanto intransferible, intransmisible y participativa en la toma de decisiones, pudiendo ser ejercida, excepcionalmente, por mandatario, quien no podrá ser elegido para ningún cargo directivo. (Compañías, 2003)

Se prohíbe la transferencia de los certificados de aportación, bajo cualquier figura, tales como venta cesión o traspaso y bajo cualquier denominación sea de acciones, de derechos, de puesto, o de derechos posesorios. (Compañías, 2003)

Se prohíbe a los socios, ya sea por su cuenta o por intermedio de terceros la realización de la misma actividad económica que realiza la cooperativa. (Compañías, 2003)

2.6.4 Pérdida de la Calidad de Socios

El personal de una asociación, se pierde por las siguientes causas:

- Retiro Voluntario
- Exclusión
- Fallecimiento
- Pérdida de personalidad jurídica. (Ley de Economía Popular y Solidaria, 2012)

La solicitud de retiro voluntario hace efecto mediante treinta días de su presentación por la falta de aceptación por parte del consejo administrativo. (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2012)

La exclusión es resuelta por la asamblea general, en caso de infracciones a la ley en el presente reglamento. De esta resolución, el asociado podrá apelar ante la Superintendencia dentro de cinco días contados a partir de la notificación con la exclusión. (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2012)

En caso de fallecimiento de un socio la asociación pondrá la liquidación de haberes del fallecido o también aceptar sea representado por uno de los herederos que cumpliendo los requisitos estatutarios y previo acuerdo de los

demás herederos, sea debidamente aceptado por el Consejo de Administración. (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2012)

2.6.5 Liquidación y Reembolso de Haberes

Las personas que han perdido la calidad de socio por cualquier causa y la liquidación correspondiente se efectuará en los noventa días siguientes, salvo en caso de apelación, en que el plazo transcurrirá a partir de la resolución dictada por la Superintendencia. La suma anual de reembolsos de haberes, por retiros voluntarios o exclusiones, no podrá exceder del 5% del capital social de la cooperativa. (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2012)

2.6.6 Sanciones a Socios

- Los socios que incumplan con las obligaciones o incurran en las infracciones constantes en la presente ley o el estatuto podrán ser sancionados por la cooperativa, con amonestación, multa, suspensión de derechos o exclusión, según la gravedad de la falta y conforme con el procedimiento que constará en el Estatuto de la Cooperativa
- La suspensión será impuesta por el Consejo de Administración, pudiendo apelarse ante la Asamblea General, en el término de ocho días a partir de la notificación, cuya resolución tomada en votación secreta, causará ejecutoria y comprende el impedimento transitorio del ejercicio de los derechos sociales, pero no implica la suspensión de su trabajo en la cooperativa
- La exclusión de un socio, será resuelta por la Asamblea General, en votación secreta pudiendo el socio apelar ante la Superintendencia, con efecto suspensivo y devolutivo dentro del término de quince días posteriores a la notificación con la exclusión. (Ley de Economía Popular y Solidaria, 2012)

2.7 Definición de Organización

Es un grupo social formado por personas, tareas y administración, que interactúan en el marco de una estructura sistemática para cumplir con sus objetivos. Cabe destacar que una organización sólo puede existir cuando hay personas que se comunican y están dispuestas a actuar en forma coordinada para lograr su misión. (Daft & Marcid, 2010)

2.7.1 La Complejidad en las Organizaciones

Hay una variedad enorme de organizaciones, empresas industriales, comerciales, de servicios (bancos, hospitales, escuelas, transportes, etc.) y organizaciones militares y publicas (gubernamentales y no gubernamentales), entre otras. Las organizaciones pueden dedicarse tanto a la producción de bienes o producto, como a la producción o prestación de de servicios. (Chiavenato, 2011)

2.8 Definición de Organigrama

El organigrma es una representación grafica simplificada de la estructura organica de una institución o de una de sus areas o unidades adminstrativas. Se identifican en algunos casos, sus componentes, características, canales de surpevición, autoridad relativa a cada empleado y servicio, asi como las conexiones o relaciones que guardan entre si las diversas unidades que la integran. Constituye un elemento necesario para la disociación sistematica de las areas de control de una organización. (Acosta, 2009)

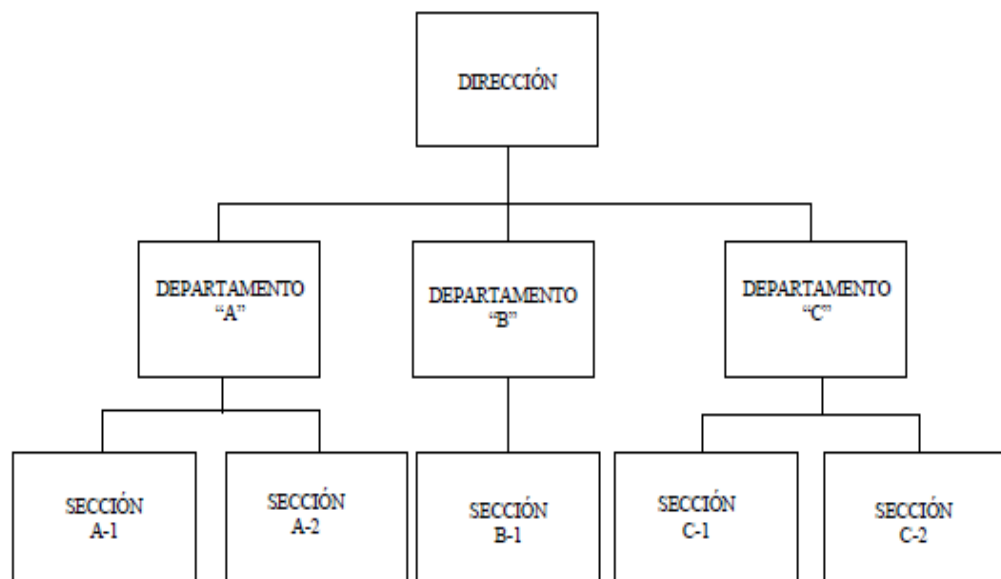
2.8.1 Modalidades o Tipos de Estructuras Existentes

- Jerarquía o de línea
- Funcional
- Mixta (Jerarquía-Funcional). (Acosta, 2009)

2.8.1.1 Jerarquía o de Línea

Es la estructura de organización específicamente lineal o jerárquica, que corresponde a la simbolización gráfica del principio de la unidad de mando. Las líneas graficas que enlazan entre si las distintas unidades administrativas correspondan exclusivamente a las de autoridad y responsabilidad. Se fundamentan en el principio de la unidad de mando, por tanto en ningún caso existirá más que una línea de enlace entre dos unidades para que no se duplique del mismo. (Acosta, 2009)

Figura 1 Jerarquía o de Línea

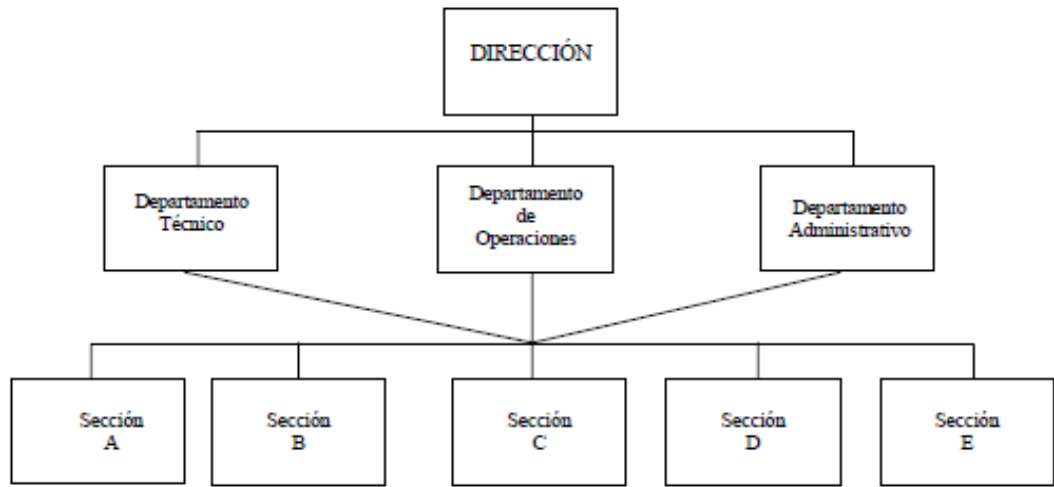


Fuente: (Acosta, 2009)

2.8.1.2 Funcional

En este tipo de estructura, una unidad administrativa o una persona pueden tener dos o más jefes, en una materia, especialidad o función específica. El organigrama que refleja esta organización presenta una multiplicidad de líneas de autoridad y responsabilidad. Entre las unidades de mando, la jerarquía de cada jefe queda limitada a una de las funciones o grupos de actividades comunes. (Acosta, 2009)

Figura 2 Funcional

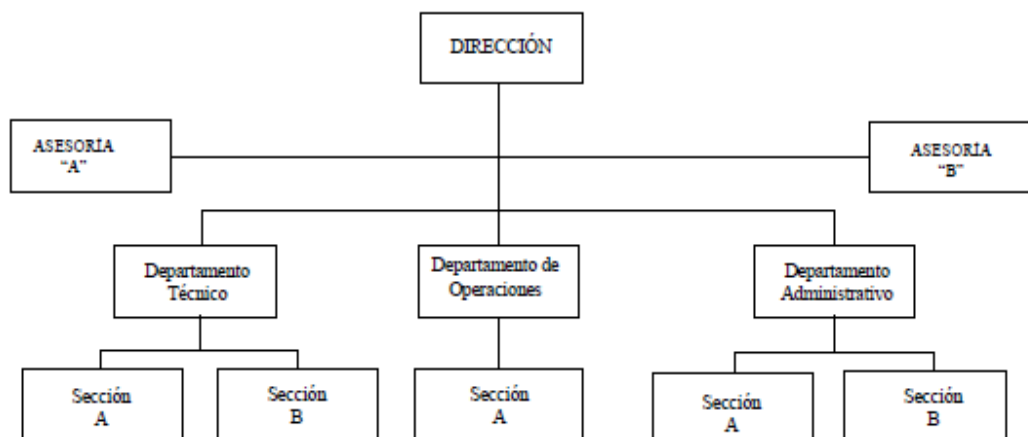


Fuente:(Acosta, 2009)

2.8.1.3 Mixta (Jerárquica-Funcional)

La estructura mixta es una combinación de las dos anteriores, pero distinguiéndose y separándolas claramente. La línea de autoridad y responsabilidad enlaza las unidades operativas en sentido vertical, como es el caso de la organización puramente jerárquica, mientras que las unidades consultivas se entrelazaron horizontalmente a la unidad que asesoran o a la línea de mando. (Acosta, 2009)

Figura 3 Mixta (Jerárquica-Funcional)



Fuente:(Acosta, 2009)

2.9 Definición de Comercialización

Es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales. (Daft & Marcid, 2010)

2.9.1 El sistema de Comercialización

Debe estar enfocado a planificar, fijar precios, distribuir productos y servicios que satisfacen necesidades de los consumidores actuales pretendiendo como objetivos fundamentales incrementar la cuota de mercado, la rentabilidad y el crecimiento de las cifras de venta. (Daft & Marcid, 2010)

Para obtener el producto terminado hace falta, entre otras cosas, maquinaria con la que transportar materia prima y personal que controle dicha maquinaria, además todo ello se lleva a cabo en algún lugar físico. (Rey Pombo, 2014)

2.9.2 Como se Relaciona la Comercialización con la Producción

Si bien la producción es una actividad económica necesaria, algunas personas exageran su importancia con respecto a la comercialización. Creen que es solo tener un buen producto, los serán un éxito. (<http://www.monografias.com>)

El caso es que la producción y la comercialización son partes importantes de todo un sistema comercial destinado a suministrar a los consumidores bienes y servicios que satisfacen sus necesidades. Al combinar producción y comercialización, se obtienen las cuatro utilidades económicas básicas: de forma, de tiempo, de lugar y de posesión, necesarias para satisfacer al trabajador. (<http://www.monografias.com>)

2.9.3 Definición de la Micro Comercialización

Es la ejecución de actividades que tratan de cumplir los objetivos de una organización previendo las necesidades del cliente y estableciendo entre el productor y el cliente una corriente de bienes y servicios que satisfacen las necesidades. (<http://www.monografias.com>)

2.9.4 Definición de Macro Comercialización

Proceso social al que se dirige el flujo de bienes y servicios de una economía, desde el productor al consumidor, de una manera que equipara verdaderamente la oferta y la demanda y logra los objetivos de la sociedad. (<http://www.monografias.com>)

2.9.5 Quién Ejecuta las Funciones de la Comercialización

- Los productores, consumidores y los especialistas en comercialización.
- Los facilitadores están con frecuencia en condiciones de efectuar las funciones de comercialización.
- Las funciones se pueden desplazar y compartir.

Desde un punto de vista macro, todas las funciones de comercialización deben ser desempeñadas por alguien. Pero, desde un punto de vista micro, no todas las firmas deben ejecutar todas las funciones. Además, no todos los bienes y servicios exigen todas las funciones en cada una de las etapas de su producción. (<http://www.monografias.com>)

2.9.6 La Tarea Gerencial en la Comercialización

El proceso de la gerencia comercial abarca los siguientes pasos:

- Planear las actividades comerciales.
- Dirigir la ejecución de los planes.

- Controlar estos planes.

En el planeamiento, los gerentes fijan pautas para la tarea de ejecución y especifican los resultados esperados. Luego utilizan estos resultados esperados en la tarea de control, con el propósito de averiguar si todo funcionó de acuerdo con lo previsto. (<http://www.monografias.com>)

Los gerentes comerciales deberían buscar nuevas oportunidades. Los mercados son dinámicos. Las necesidades de los clientes, los competidores y el medio ambiente cambian de continuo. (<http://www.monografias.com>)

2.10 Definición de Capacitación

La capacitación laboral no es sólo lo que la persona aprende, sino lo que puede aplicar, reflexionando y accionando. La capacitación laboral es, al mismo tiempo una construcción de oportunidades y una respuesta educativa integradora, porque es capaz de satisfacer una necesidad de capacitación dentro de las posibilidades de un marco organizacional. (Daft & Marcid, 2010)

La capacitación laboral está centrada en la adquisición de saberes y competencias requeridas para obtener, generar o mantener un trabajo digno y para lograr mayores niveles de competitividad y una comprensión clara de los procesos productivos reales. (Daft & Marcid, 2010)

2.10.1 Satisfacción Laboral

Una actitud positiva hacia el trabajo propio recibe el nombre de satisfacción laboral. En general las personas experimentan esa actitud cuando su trabajo concuerda con sus necesidades e intereses, las condiciones laborales y recompensas (como el pago), son satisfactorias, les agradan sus compañeros de trabajo y tienen relaciones positivas con sus supervisores. (Daft & Marcid, 2010)

2.10.2 La Capacitación y la Empresa

No solo porque la capacitación en la empresa sea un tema de actualidad, sino por su ya mencionada transcendencia, queremos plantear un fuerte reto en relación con las actividades que se realizan dentro de la empresa. (Siliceo Aguilar , Capacitación y desarrollo de personal, 2004)

2.10.3 Capacitación, Responsabilidades y Propósito

Promover el conocimiento es indudablemente uno de los medios más eficaces para transformar, actualizar y hacer perdurar la cultura de trabajo y productividad dentro de cualquier organización y al mismo tiempo se constituye en una de las responsabilidades esenciales de toda empresa y sus directivos que habrán de resolver apoyados en la filosofía y sistemas institucionales de recursos humanos. (Siliceo Aguilar , Capacitación y desarrollo de personal, 2004)

2.10.4 Propósitos de la Capacitación

- Crear, difundir, reforzar, mantener y actualizar la cultura de los valores de la organización.
- Calificar, apoyar y consolidar los cambios organizacionales.
- Elaborar la calidad del desempeño
- Resolver problemas (Siliceo Aguilar , Capacitación y desarrollo de personal, 2004)

2.10.4 Responsabilidad Organizacional

El reto de cambio y la innovación exige a la empresa una conciencia cada vez mas seria y comprometida de su perfil como generadora de nuevas formas de visualizar el mundo y de hacer las cosas. Es precisamente en este tiempo que el recurso humano se confirma como factor clave en el quehacer productivo de cada día y unico elemento capaz de intervenir directamente en la trasformacion de su propio entorno. (Siliceo Aguilar , Capacitación y desarrollo de personal, 2004)

2.11 Norma ISO en Empresa de Servicio

La organización ISO es una Organización Internacional de Estandarización conformada por los diferentes organismos de estandarización nacionales del mundo. Esta organización en 1989 publico la primera serie de norma ISO 9000, entre las que se destacan la ISO 9001, la ISO 9002 y la ISO 9003 normas que permitían establecer los requisitos del Sistema de Aseguramiento en las Empresas. (Fontalvo Herrera & Vergara Schmalbach, 2010)

Estas normas están sujetas a la revisión y mantenimiento quinquenal, con el fin de que puedan responder a las exigencias de los mercados actuales lo cual origino que en el año 1994, se publicara la primera revisión la familia de las normas ISO 9000. (Fontalvo Herrera & Vergara Schmalbach, 2010)

2.11.1 Beneficios de la Norma ISO 9001

- Proporciona disciplina la interior del sistema en donde se esté implementando.
- Contiene las bases de un buen sistema de gestión de la calidad, al facilitar unos requisitos de calidad para el cliente así como también la capacidad para satisfacer a estos.
- También se constituye en un programa de marketing con impacto al nivel mundial al constituirse en un referente internacional utilizado en más de 150 países. (Fontalvo Herrera & Vergara Schmalbach, 2010)

2.11.2 La familia de las Normas ISO 9000

Se enfoca también en la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad, con un enfoque basado en procesos con lo que se busca que la organización articule sus procesos, procedimientos, tareas y el trabajo de las personas de forma sistemática con lo que se logra un mejoramiento continuo dentro de las organizaciones. (Fontalvo Herrera & Vergara Schmalbach, 2010)

Esta norma ISO 9001:2008, conserva los requisitos anteriores, como son los siguientes cinco numerarios:

- Sistemas de gestión de calidad
- Responsabilidad de la dirección
- Realización del producto o prestación del servicio
- Medición, análisis y mejora

A continuación se muestran las clausuras que como producto de la revisión, presentaron mayores comentarios:

- Requisitos generales.
- Documentación.
- Diseño y desarrollo.
- Producción y prestación de servicios.
- Seguimiento y medición Mejora. (Fontalvo Herrera & Vergara Schmalbach, 2010)

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Figura 5 Mapa Político de la provincia del Cotopaxi



Fuente; (GADM La Mana)

3.1.2 Duración

El presente investigación tuvo una duración de ciento ochenta días, la cual conllevó a realizar la propuesta de la asociación de los productos de plátano del recinto La Colonia, cantón La Mana , para fortalecer su cadena de producción y comercialización, conocer cuáles eran sus necesidades y su aporte al proyecto, luego se investigó cómo funcionan las asociaciones dentro

de una organización y cuáles eran los canales de comercialización del plátano, finalmente se procedió a determinar la mejor estrategia de comercialización.

3.2 Tipo de Investigación

3.2.1 Descriptivo

Este método permitió analizar detenidamente la situación actual que están pasando todos los productores de plátano del recinto La Colonia, perteneciente al cantón La Mana para lo cual se determinan factores de producción, comercialización y todos aquellos elementos que forman parte del estudio de la investigación.

3.2.2 Analítico

Para presentar los resultados de la investigación realizada se empleó el método analítico, para poder interpretarlos de manera eficiente, clara y ordenada, información que permito dar las correspondientes conclusiones y recomendaciones del problema planteado.

3.2.3 Método Inductivo

Condujo la investigación desde lo particular a lo general, permitiendo el estudio de mercado hacia la población de La Mana para la obtención de la información que aporte al cumplimiento de los objetivos.

3.2.4 De campo

Se desarrolló a través de la aplicación de las encuestas que permitió ver cuáles son las necesidades de los productores de plátano del recinto La Colonia del cantón La Mana, sobre el proyecto investigado. (ANEXO N° 4)

3.2.5 Bibliográfica

Ayudo en el sustento bibliográfico a través de la investigación de temas relacionados con el proyecto en libros, internet y otros medios de información.

3.3 Diseño de Investigación

3.3.1 Observación

Permitió detectar, las primeras impresiones del proyecto a investigar a través de la observación.

3.3.2 Encuestas

En esta técnica intervino la encuesta que estuvo dirigida a los productores de plátano del recinto La Colonia, del cantón La Mana, siendo el instrumento más importante del proyecto ya que ayudó a recoger la información. (ANEXO N°1)

3.4 Población y Muestra

3.4.1 Población

La población objeto de la investigación estuvo constituida por 12 productores de plátano del Recinto La Colonia del Cantón La Mana. (ANEXO N°2)

3.4.2 Muestra

Como la población es pequeña no fue necesario aplicar el tamaño de la muestra.

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados

De acuerdo a la investigación de campo realizada a los pequeños productores de plátano del recinto La Colonia, se diagnosticó todos los problemas en el ámbito de producción y comercialización de la fruta y así proponer la ejecución de la propuesta de la asociación para mejorar la situación socioeconómica de los agricultores plataneros.

4.1.1 Encuesta a los Productores de Platano del Recinto La Colonia, Cantón La Mana

➤ Componentes de la Agrupación

Pregunta 1 ¿Existe una directiva responsable de la agrupación?

Si existe una pequeña directiva la cual se reúne solo para tratar temas de venta de la producción.

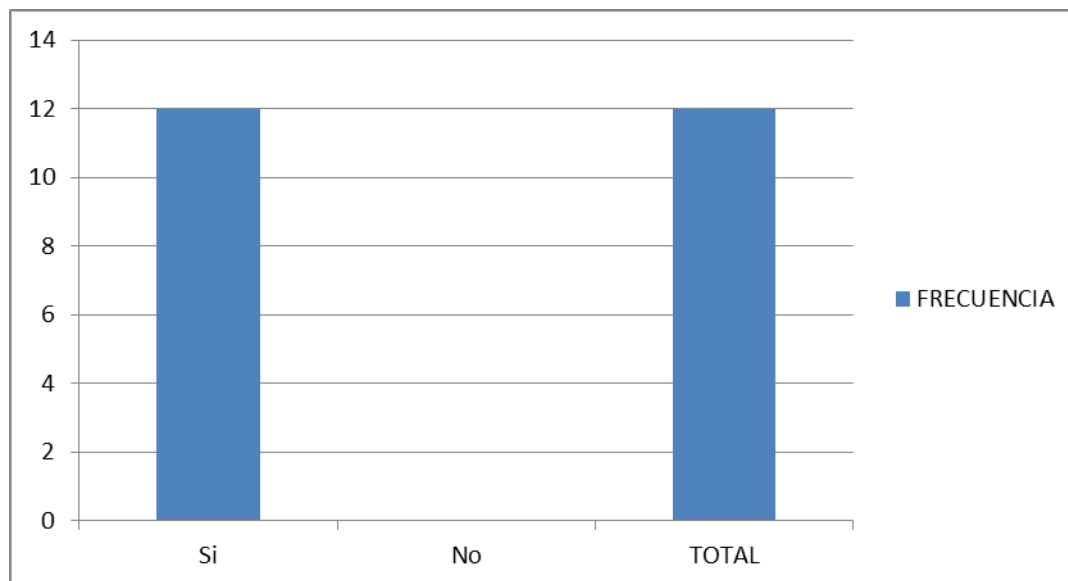
Cuadro 1 Encargados del Grupo de Productores

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Si	12	100%
No	0	0%
TOTAL	12	100%

Fuente : La Encuesta

Elaboración: El Autor

Grafico 1 Encargados del Grupo de Productores



Pregunta 2 ¿Cuales son los principales objetivos que debe cumplir la agrupacion?

El problema principal de la agrupación de productores de plátano es la comercialización la misma no se esta llevando a cabo correctamente para satisfacción de los agricultores .

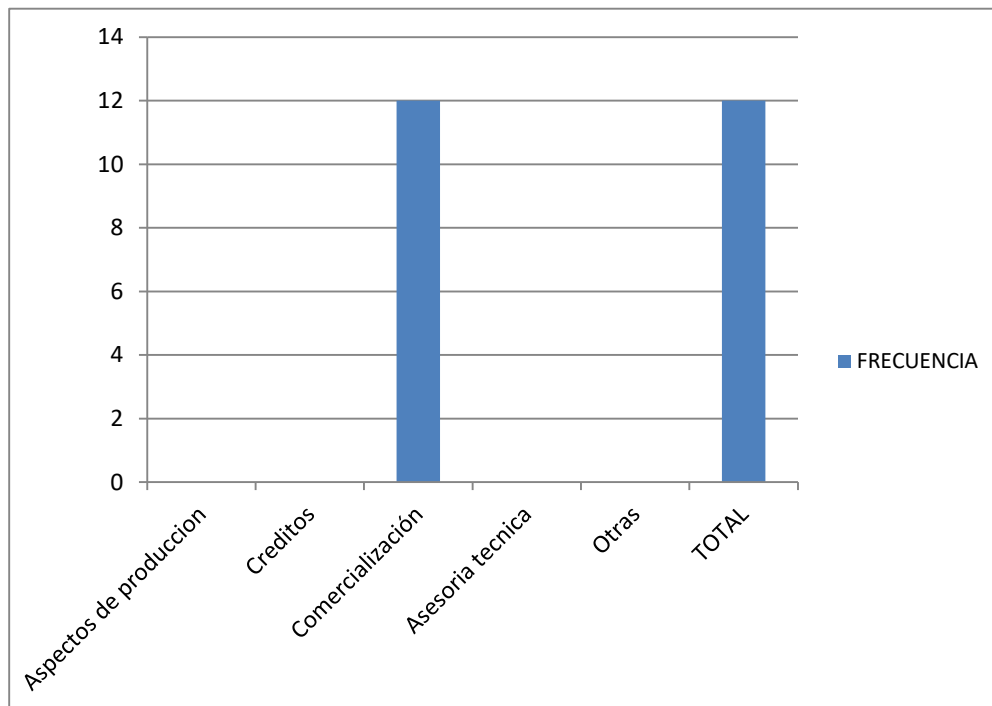
Cuadro 2 Objetivos de la Agrupación

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Aspectos de producción	0	0%
Créditos	0	0%
Comercialización	12	100%
Asesoría técnica	0	0%
Otras	0	0%
TOTAL	12	100%

Fuente: La Encuesta

Elaboración: El Autor

Grafico 2 Objetivos de la Agrupación



Pregunta 3 ¿Como parte de la agrupación, aporta el mejoramiento para el desarrollo del cumplimiento de sus actividades?

Los productores de plátano mencionan que la agrupación no satisface toda sus necesidades en el ambito productivo y de comercialización.

Pregunta 4 ¿Considera necesario crear una asociación legalmente constituida?

El 100% de los productores de plátano opina que es necesario realizar una asociación para llevar a cabo todos sus propositos y fortalecer su cadena de producción y de comercialización.

Pregunta 5 ¿La agrupación ha recibido algún tipo de apoyo para el mejoramiento de sus actividades productivas?

El 33% de los productores menciono que reciben poco apoyo al momento de realizar algun proyecto, mientras tanto el 67% dijo que no reciben apoyo.

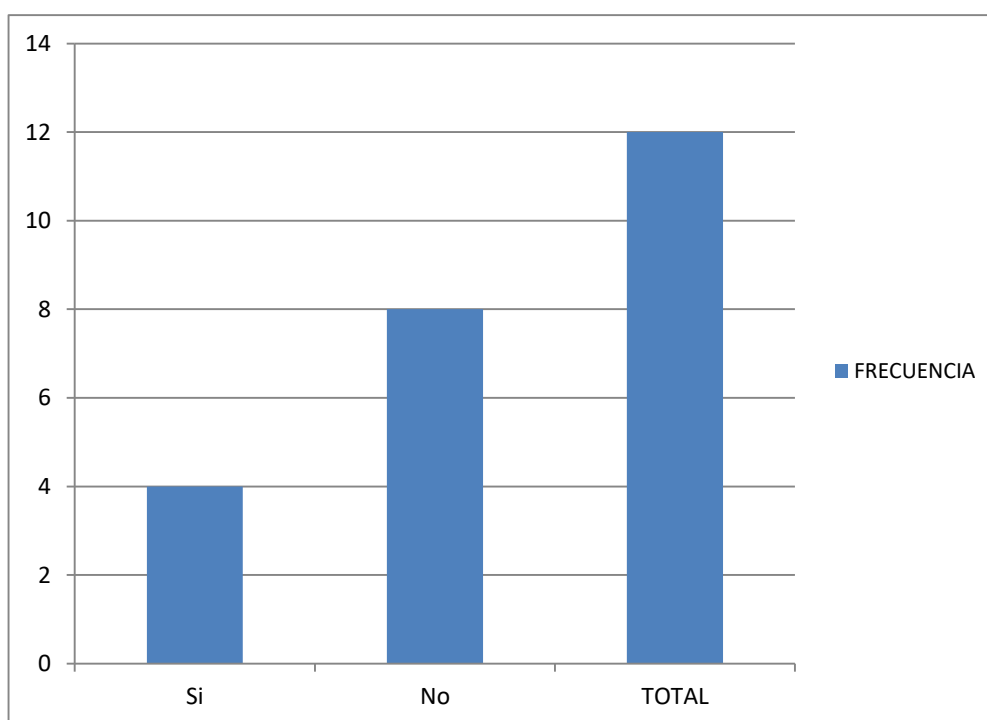
Cuadro 3 Elaboración de Proyecto

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Si	4	33%
No	8	67%
TOTAL	12	100%

Fuente: La Encuesta

Elaboración: El Autor

Grafico 3 Elaboración de Proyecto



Pregunta 6 ¿Como califica el desempeño de la agrupación hacia los productores de plátano?

Respecto al desempeño de los productores se determina que un 75% no esta de acuerdo con la agrupación, mientras un 16.7% opino que es regular la participación y el 8.3% dice es bueno.

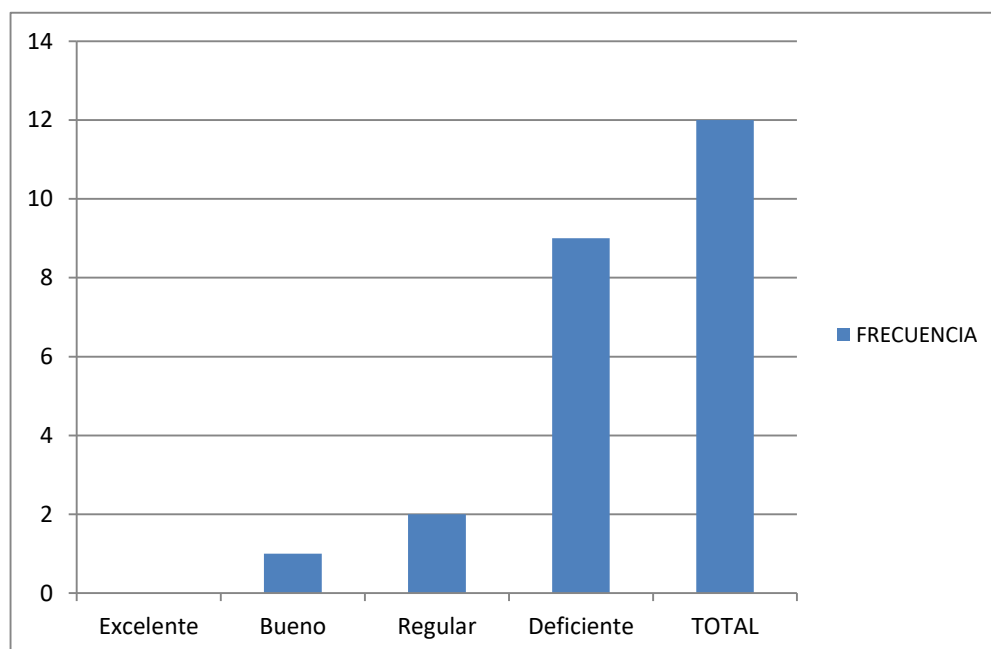
Cuadro 4 Desempeño de la Agrupación

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Excelente	0	0%
Bueno	1	8.3%
Regular	2	16.7%
Deficiente	9	75%
TOTAL	12	100%

Fuente: La Encuesta

Elaboración: El Autor

Cuadro 4 Desempeño de la Agrupación



Pregunta 7 ¿La Agrupación fortalece la planificación administrativa de las actividades de producción y comercialización de sus integrantes?

Todos los entrevistados estan de acuerdo que hay que planificar todas las acitividades antes de realizarlas, porque esto a su vez mejora la calidad de cada actividad

Pregunta 8 ¿Existe un control de los ingresos y gastos de la agrupación?

Un 16.7% opino no se lo hace frecuentemente y el 83.3% menciona que no existe un control sobre los ingresos y gastos.

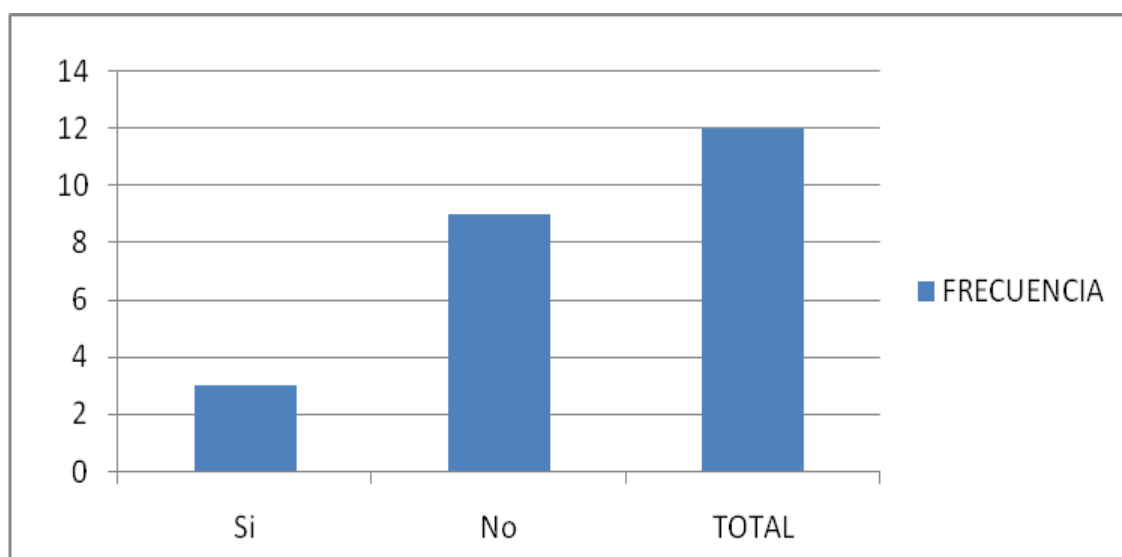
Cuadro 5 Control del Ingreso y Gasto

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Si	2	16.7%
No	10	83.3%
TOTAL	12	100%

Fuente: La Encuesta

Elaboración: El Autor

Grafico 5 Control del Ingreso y Gasto



Pregunta 9 ¿Han recibido capacitación sobre temas administrativos por parte de una institución u otras organizaciones?

El 25% conocen sobre temas administrativos, el 75% desconoce totalmente sobre la administración por lo cual se hace necesario la capacitación en esta temática.

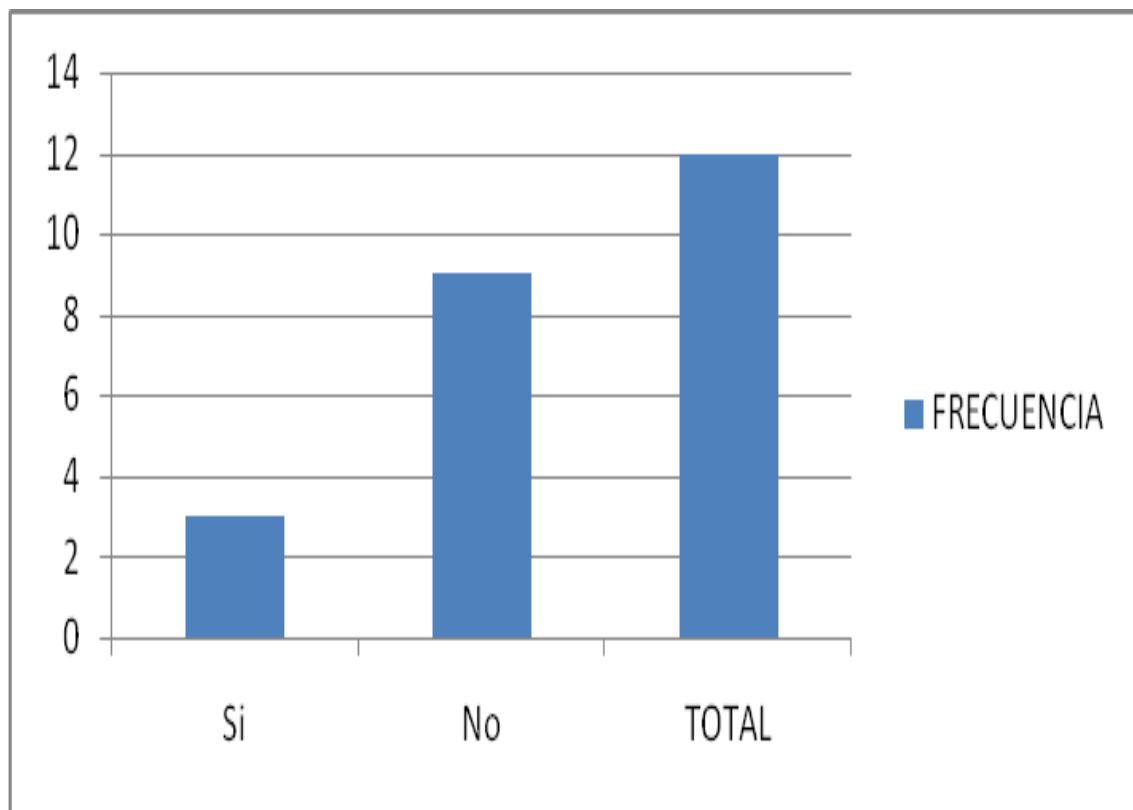
Cuadro 6 Capacitación de Temas Administrativos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Si	3	25%
No	9	75%
TOTAL	12	100%

Fuente: La Encuesta

Elaboración: El Autor

Grafico 6 Capacitación de Temas Administrativos



Pregunta 10 ¿Cual es el nivel de satisfacción de los pequeños productores de plátano hacia a la agrupación que ellos mantienen por el momento?

Un 16.7% opina que se estan dando las cosas con irregularidades, el 83.3% menciona que es malo el desempeño que se esta dando dentro de la agrupacion.

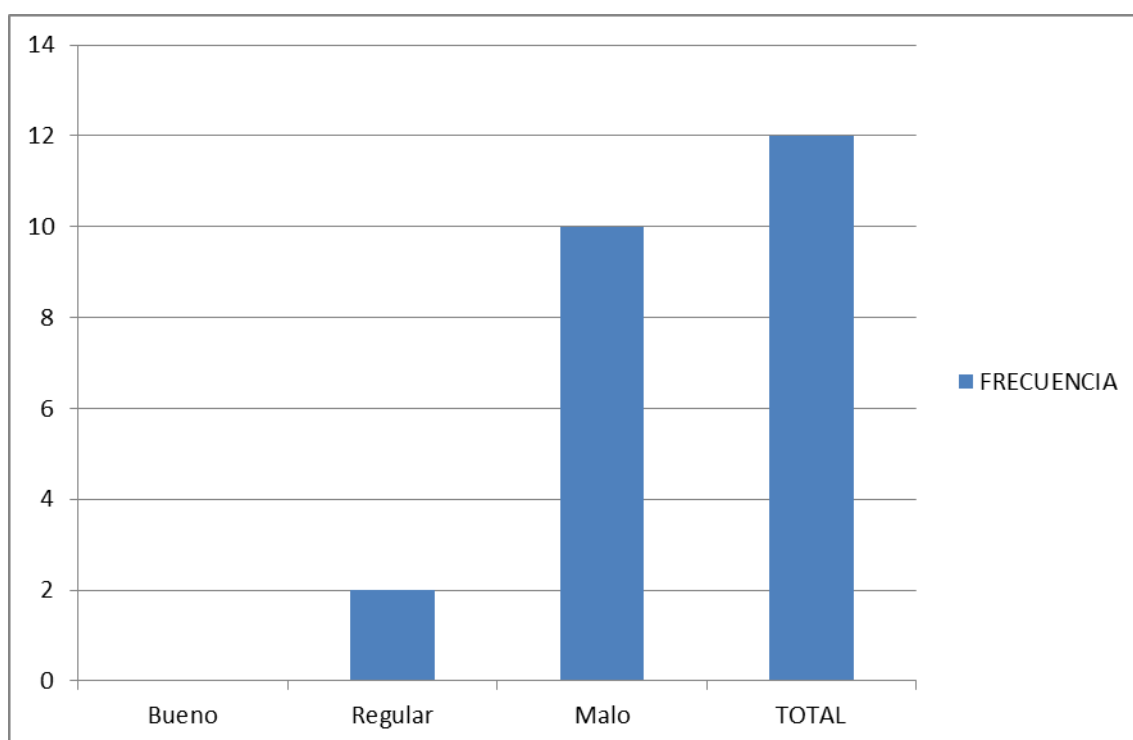
Cuadro 7 Nivel de Satisfacción

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Bueno	0	0%
Regular	2	16.7%
Malo	10	83.3%
TOTAL	12	100%

Fuente: La Encuesta

Elaboración: El Autor

Grafico 7 Nivel de Satisfacción



➤ **Componente de factibilidad**

Pregunta 1 ¿La agrupación de productores tiene conocimientos sobre una asociación, cuáles son sus beneficios?

En su totalidad los agricultores de este sector desconocen que es una asociación y cuáles son los beneficios de la misma.

Pregunta 2 ¿Cada qué tiempo considera que debe reunirse la asociación para tomar decisiones?

El 16.7% opina que se tome decisiones cada 15 días y el 83.3% menciona que sería mas conveniente cada mes.

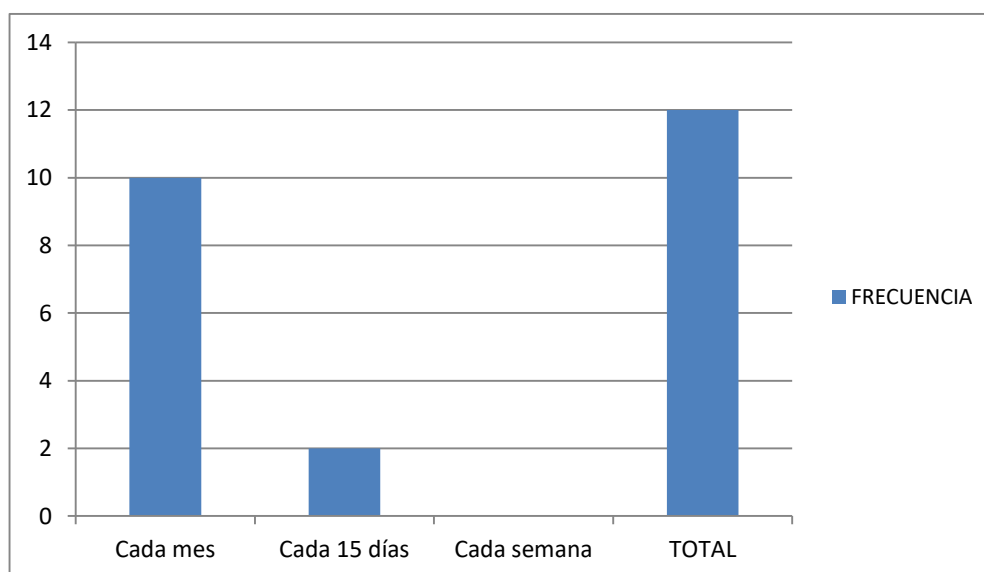
Cuadro 8 Toma de Decisiones

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Cada mes	10	83.3%
Cada 15 días	2	16.7%
Cada semana	0	0%
TOTAL	12	100%

Fuente: La Encuesta

Elaboración: El Autor

Grafico 8 Toma de Decisiones



Pregunta 3 ¿Cuáles aspectos consideran los productores debe tener la asociación?

El 25% menciona que la agrupación necesita de acceso a créditos para fomentar sus actividades productivas, mientras un 67% dice que la

comercialización es un punto a mejorar y el 8% opino que hace falta la asesoría técnica para mejorar su unidad de producción.

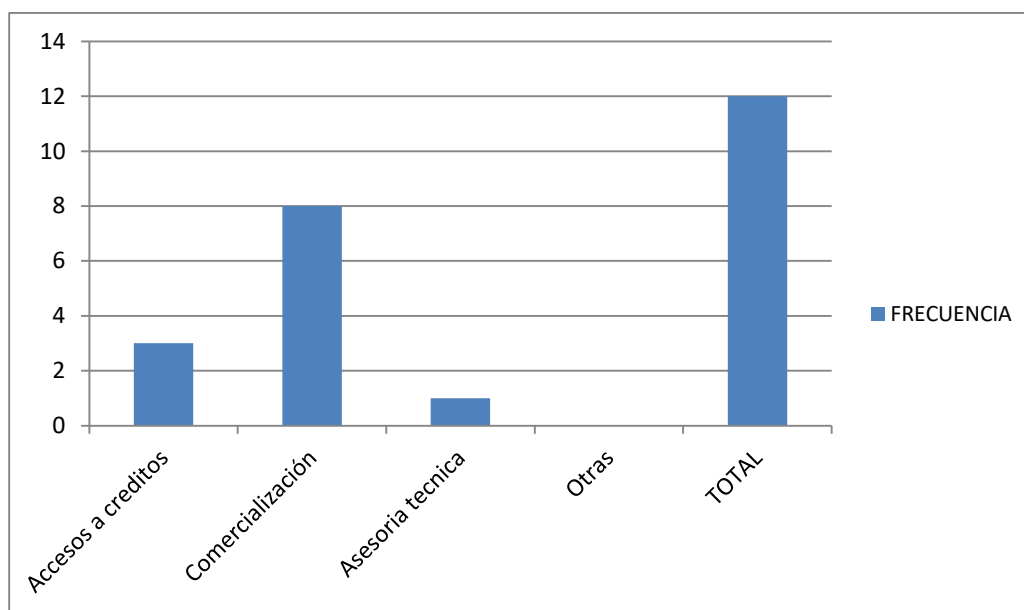
Cuadro 9 Aspectos a Considerar

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Accesos a créditos	3	25%
Comercialización	8	67%
Asesoría técnica	1	8%
Otras	0	0%
TOTAL	12	100%

Fuente: La Encuesta

Elaboración: El Autor

Grafico 9 Aspectos a Considerar



➤ Componentes del Control de Producción

Pregunta 1 ¿Cada que tiempo considera se debe cosechar la fruta?

El 75% de las personas encuestadas opina que la cosecha se la realice cada semana por lo que es muy conveniente para la economía de los productores y el 25% menciona que cada 15 días debe de ser la cosecha por lo que hay

productores que no cuentan con la cantidad necesaria de racimos para cosecha semanal.

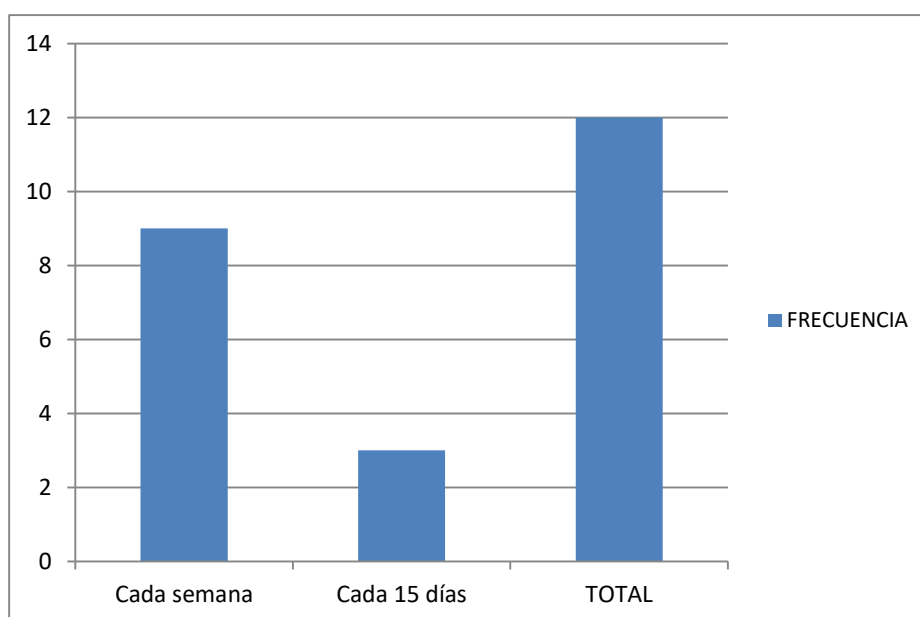
Cuadro 10 Tiempo de Cosecha

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Cada semana	9	75%
Cada 15 días	3	25%
TOTAL	12	100%

Fuente: La Encuesta

Elaboración: El Autor

Grafico 10 Tiempo de Cosecha



Pregunta 2 ¿Como se llevaria a cabo la venta de la producción?

En su mayoría los productores están de acuerdo en un 83.3% que la producción debe ser comercializada en caja ya que obtendrían más ganancias y el 16.7% opina que también como una alternativa sería venderla en racimo, ya que hay temporadas que el precio de la caja no es bueno.

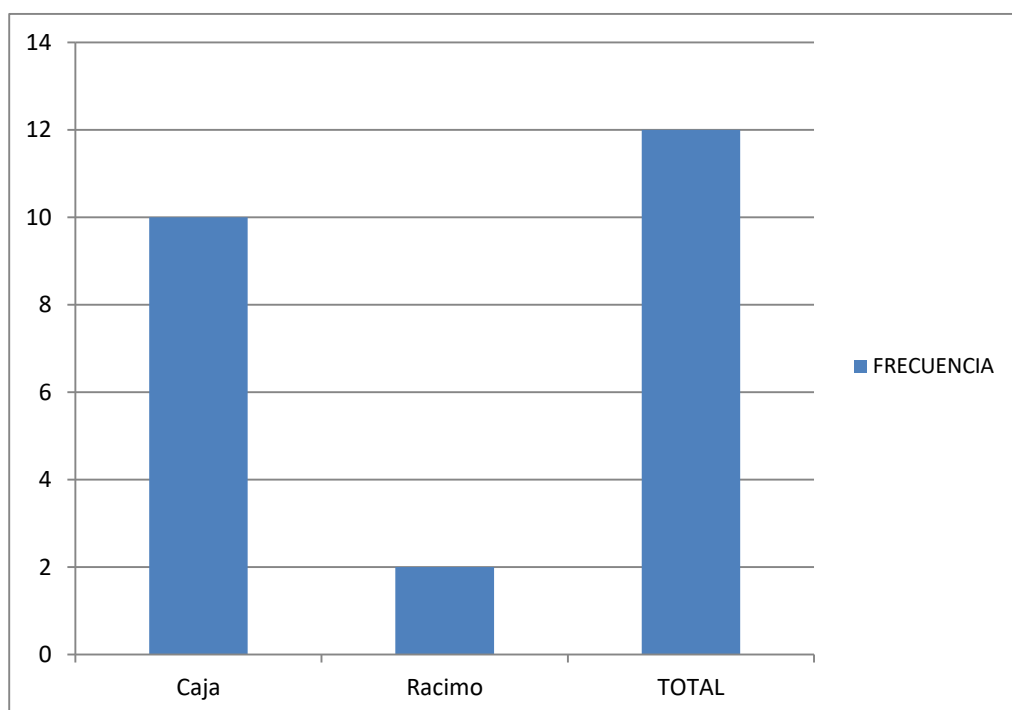
Cuadro 11 Venta de Producción

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Caja	10	83.3%
Racimo	2	16.7%
TOTAL	12	100%

Fuente: La Encuesta

Elaboración: El Autor

Grafico 11 Venta de Producción



Pregunta 3 ¿Cual es el volumen de cajas que comercializa la agrupación?

En su totalidad todos los productores tienen un volumen de cajas que varían entre 1.200 y 1.500 cada semana, ya que por cada dos racimos procesados obtienen una caja de 45 libras el cual el raquío que se maneja de 2 racimos por 1 caja, que es muy bueno.

Pregunta 4 ¿Sería necesario dar capacitación a los socios sobre temas de producción y comercialización?

Respecto a la producción y comercialización todos los productores de plátano están de acuerdo que se haga capacitaciones cada mes para estar al nivel de los grandes productores mundiales de plátano.

➤ **Componentes de la comercialización**

Pregunta 1 ¿A quien vende la producción?

El 67% de los productores vende su producción por caja a los centros de acopio mientras tanto un 33% de los productores vende su producción a los intermediarios.

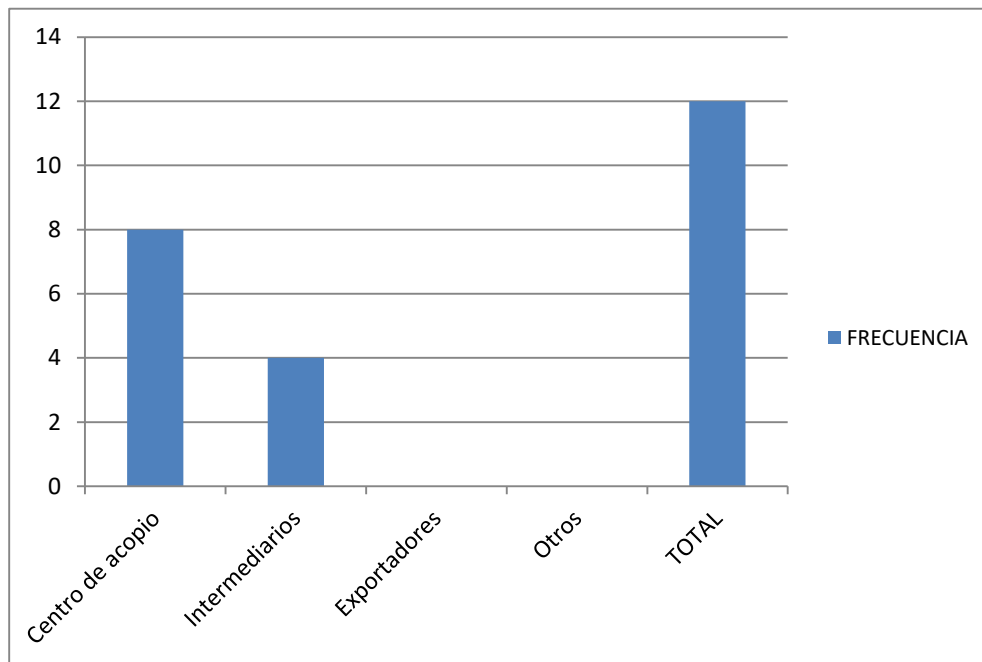
Cuadro 12 Comercialización

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Centro de acopio	8	67%
Intermediarios	4	33%
Exportadores	0	0%
Otros	0	0%
TOTAL	12	100%

Fuente: La Encuesta

Elaboración: El Autor

Grafico 12 Comercialización



Pregunta 2 ¿Está satisfecho con la comercialización que se lleva a cabo?

El 100% de los encuestados esta en desacuerdo con la comercialización principalmente por los precios que se les esta pagando por su producción en los actuales momentos.

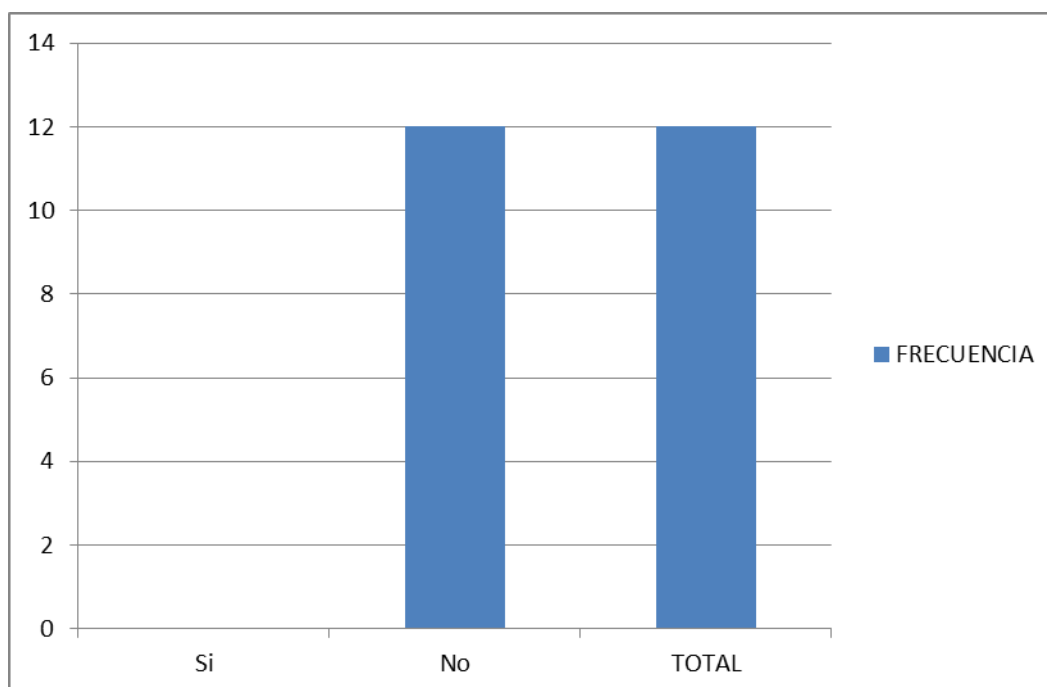
Cuadro 13 Satisfacción

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Si	0	0%
No	12	100%
TOTAL	12	100%

Fuente: La Encuesta

Elaboración: El Autor

Grafico 13 Satisfacción



Pregunta 3 ¿Cómo se llevaria a cabo la comercialización en la asociación?

El 33% de los productores opino que la comercialización se la lleve a cabo en el comercio mayorista y el 67% menciona que toda la producción se la venda a a exportadores directo.

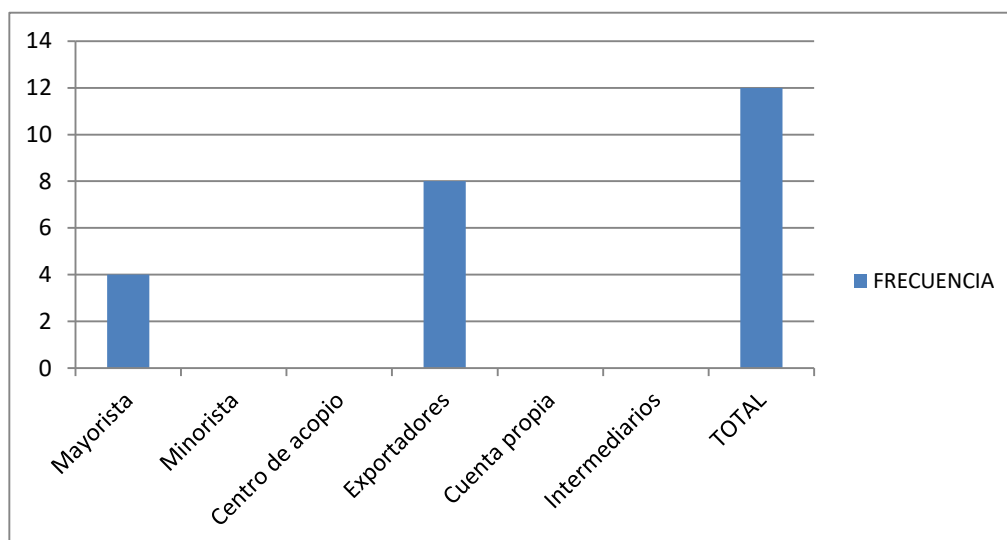
Cuadro 14 Comercialización en la Asociación

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Mayorista	4	33%
Minorista	0	0%
Centro de acopio	0	0%
Exportadores	8	67%
Cuenta propia	0	0%
Intermediarios	0	0%
TOTAL	12	100%

Fuente: La Encuesta

Elaboración: El Autor

Grafico 14 Comercialización en la Asociación



4.1.2 Disponibilidad de los Recursos Necesarios para llevar a cabo los Objetivos o Metas Señaladas.

Los pequeños productores de plátano realizan sus actividades en el recinto La Colonia, cantón La Mana, Provincia de Cotopaxi. Su fuente principal es la producción y comercialización del plátano (caja – racimo), sin embargo no le genera una situación económica favorable para los productores de plátano.

Dentro de la producción de plátano, el productor por cada caja vendida gana un promedio de \$ 2.00. Al no ser un exportador directo y vender la producción a los intermediarios.

Los precios de la caja no son estables varían entre \$5.00 hasta .los 7.00 dependiendo el cambio de clima (invierno y verano).

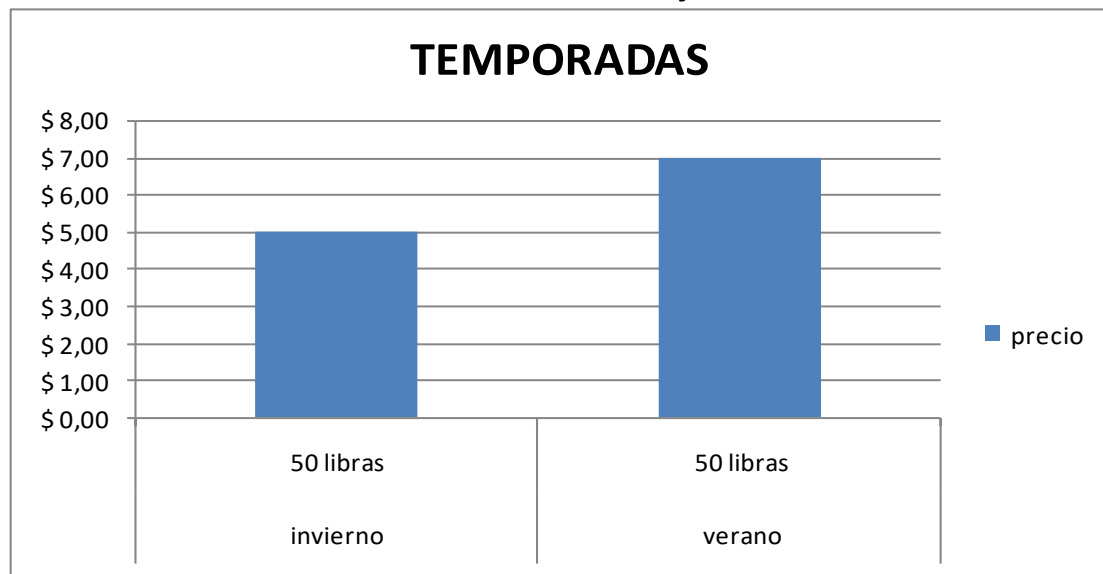
Cuadro 15 Precios de la Caja de Plátano

TEMPORADA	PESO	PRECIO
Invierno	50 libras	\$ 5,00
Verano	50 libras	\$ 7,00

Fuente: La Encuesta

Elaboración: El Autor

Grafico 15 Precios de la Caja de Plátano



En cuanto a la producción en invierno es muy alta pero el precio de la caja de plátano es bajo, en verano la producción es baja pero el precio de la caja de plátano tiende a subir.

Mientras tanto los revendedores, centros de acopios y producción por contrato también varían los precios.

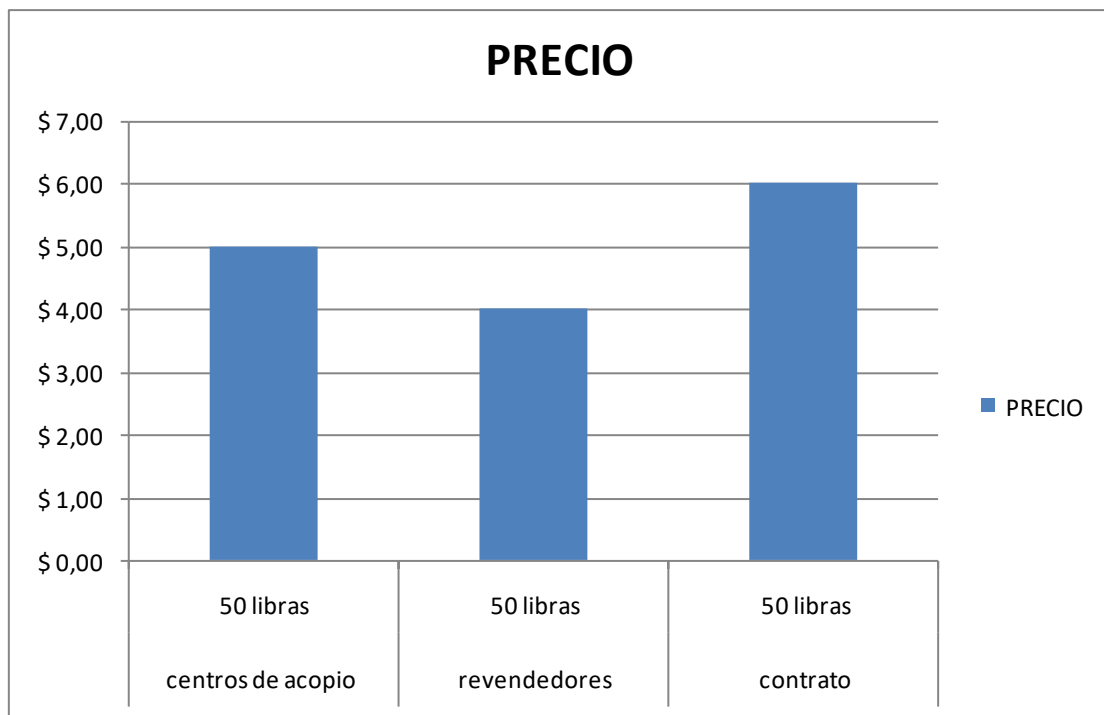
Cuadro 16 Precios en los Intermediarios

DETALLE	PESO	PRECIO
Centros de Acopio	50 libras	\$ 5,00
Revendedores	50 libras	\$ 4,00
Contrato	50 libras	\$ 6,00

Fuente: La Encuesta

Elaboración: El Autor

Grafico 16 Precios en los Intermediario



Estos sistemas de comercialización representan para el agricultor una pérdida por cada caja producida de un 83.3% en los centros de acopio, un 66,7 % con los intermediarios y por contrato sería la forma más rentable porque se obtienen más beneficios para el productor.

Uno de los problemas que se presenta es en el sistema de comercialización, ya que esta se realiza mediante la venta a los centros de acopio ubicados en el mercado de la ciudad de La Mana; con quienes mantienen contrato durante todo el año a precios bajos y estables.

Por otra parte los intermediarios que compran el producto en la misma finca, los cuales no respetan el precio oficial de la caja de plátano y los agricultores se ven obligados a aceptar este tipo de comercialización, debido a que no pueden acceder a otro sistema que les resulte más rentable.

Como una opción para la correcta comercialización es que se lleve a cabo la propuesta de la asociación de productores de plátano en un solo organismo que pueda hacer respetar sus derechos como agricultores.

El precio de la caja es de \$6.00 con un peso bruto de 50 libras, en la cual se aprovechan 2 racimos para la producción, esto de acuerdo a datos de los productores, que son quienes realizan por ahora la producción y comercialización.

Haciendo un análisis ya como asociación cambiaria mucho en cuanto a la comercialización el peso de la caja de plátano no varía, mientras tanto el precio propuesto por la asociación sería de \$6.00, un precio estable sin considerar las consecuencias del mercado y cambio clima.

Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

➤ Fortalezas

- ❖ El plátano es una de las tres principales frutas en cuanto a consumo, forma parte de la dieta alimenticia ecuatoriana.
- ❖ Tienen la decisión los agricultores de conformar una asociación de productores de plátano.
- ❖ El plátano es consumido en cualquier hora del día, tanto solo como combinado en otras comidas. Por similitud, al plátano se le puede potenciar estas cualidades.
- ❖ Tienen en un 75% excelente colaboración hacia la organización por parte de los agricultores.

.

➤ Oportunidades

- ❖ Variedad y posibilidad de innovación del producto
- ❖ Hay de demanda del producto nacional e internacional
- ❖ Desarrollo de nuevas tecnologías

- ❖ Posibilidad de comercialización externa
- ❖ Dirigir el producto a unos nuevos segmentos de mercado
- ❖ Apoyo a través de las normativas nacionales para la organización de este sector productivo(Ley de la Economía Popular y Solidaria)

➤ **Debilidades**

- ❖ Poca experiencia en el mercado
- ❖ Dificultad para entrar en el mercado
- ❖ Mayoritariamente (75%) desconocen quien está a cargo del pequeño grupo de productores de plátano
- ❖ No tiene una estructura organizacional
- ❖ El 75% no conocen sobre temas administrativos
- ❖ El 83% de los socios no conocen sobre el control de sus ingresos y gastos
- ❖ El 66.7% no conoce las actividades y responsabilidades que tiene asignada en la agrupación
- ❖ Un 100% está en desacuerdo acuerdo con la comercialización por los precios, pero están en dependencia de los centros de acopio, siendo una perdida para el agricultor por caja en 83.3%

➤ **Amenazas**

- ❖ Segmentos de mercado muy competitivos.
- ❖ Competencia contra marcas fuertes nacionales y locales.
- ❖ Inestabilidad política del gobierno
- ❖ Precios inestables
- ❖ Normativas actuales que afectan a la inversión

4.1.3 Analizar la Factibilidad de la Creación de una Asociación Solidaria para los Agricultores

➤ Antecedentes de la Propuesta

Los resultados obtenidos del grupo de productores de plátano no son satisfactorios y demuestran que hay fallas en la producción y comercialización por tanto la estructuración organizacional no ha sido totalmente acertada, debida a que carece de una adecuada planificación estratégica que les permitan administrar adecuadamente la Corporación.

La comercialización no es apropiada, por no disponer de un organismo quien lleve a cabo todas las funciones de una asociación y herramientas técnicas para su correspondiente generación; aspecto que sumado a un incremento notable de la competencia, produce una disminución en el volumen de producción, ventas y utilidades. Por lo anteriormente manifestado y en función del análisis realizado es necesario que al implantarse la asociación dentro de la agrupación, se lo vincule con la estructuración organizacional que permitirá proyectar al futuro la asociación.

➤ Justificación

Los pequeños productores de plátano realizan sus actividades en el Recinto La Colonia, Cantón La Mana, Provincia del Cotopaxi. Unos de los problemas que se presenta es en el sistema de comercialización, ya que esta se realiza mediante la venta a los centros de acopio ubicados en el mercado de la Ciudad de La Mana, con quienes mantienen contrato durante todo el año a precios bajos y estables.

Por otra parte los intermediarios que compran el producto en la misma finca, no respetan el precio oficial de la caja de plátano y los agricultores se ven obligado a aceptar este tipo de comercialización, debido a que no cuentan con otro sistema que les resulte mas rentable.

Estos sistemas de comercialización representan para el agricultor una pérdida por cada caja producida de un 83.3% en los centros de acopio y de un 66.7 % con los intermediarios, según información proporcionada por los agricultores.

La actividad platanera representa una alternativa productiva de gran importancia social beneficiando a familias que en su mayoría son pequeños productores, y por esta razón surge la necesidad de realizar una propuesta de integración de una asociación de productores de plátano en el recinto La Colonia, cantón La Mana, la cual redundará en beneficios para todos los agricultores mediante el mejoramiento de su calidad de vida.

Mediante esta asociación se logrará capacitar a los productores de plátano en el desarrollo de sus actividades productiva, comerciales y asociativas. Con la asesoría y control de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, se hará posible mantener una organización estable y solidaria.

➤ **Análisis de Factibilidad.**

Se cuenta con alta factibilidad para el desarrollo de la presente propuesta, principalmente en los aspectos, organizacional y legal, sobre todo por la apertura y decisión de los socios que buscan el desarrollo de la asociación en todos sus ámbitos, y por el aporte de todos los integrantes de la misma, en los cuales se refleja la actitud de cambio que se quiere llevar adelante y en donde todos se sienten involucrados con este proceso.

➤ **Importancia**

El estudio de factibilidad es importante porque permite seleccionar datos relevantes que ayudan a pronosticar las posibilidades de éxito que tiene la realización del proyecto, y las condiciones que se deban desarrollar para que sea exitoso.

➤ **Pasos para Desarrollar el Estudio de Factibilidad**

Primeramente se presenta un análisis de mercado que incluye un estudio del sector dentro del cual tendrá influencia la asociación, además se presenta un análisis de mercado propiamente dicho; así como también, un plan de mercadeo que contiene la mezcla de mercadotecnia necesaria para el surgimiento, desarrollo y auto-sostenibilidad de la asociación.

Seguidamente damos a conocer un análisis administrativo en el que se proponemos un modelo de la estructura organizacional que debe tener la asociación, así como también se definen las políticas administrativas que facilitarán la toma de decisiones consejo de administración de la asociación.

Por último se presenta un análisis legal y social en el cual se determinan los aspectos legales bajo los cuales se regirá la asociación.

- Análisis de mercado
- Análisis administrativo
- Análisis legal y social

➤ **Análisis de Mercado**

Los productores enfrentan múltiples problemas en la comercialización por vender toda su producción total a centros de acopio y revendedores. Estos sistemas de comercialización representan pérdidas para la venta de la producción de los productores de plátano, esto pasa por no optar por los beneficios que brindan las asociaciones.

Si bien es cierto que el número de asociaciones ha crecido y que están atendiendo una porción cada vez más grande del mercado, aún queda mucho por hacer, ya que hay grandes organizaciones de productores de plátano, que no cuentan con presencia de alguna asociación que ayuden a impulsar el desarrollo y la actividad económica.

Las asociaciones gozan del beneficio de la confianza que se logra construir con las relaciones que existen entre los socios y que son al mismo tiempo pequeños empresarios que tienen como objetivo primordial ayudarse mutuamente.

Las asociaciones se basan en los valores de ayuda mutua, responsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad. Los socios deben valores éticos de honestidad, transparencia, responsabilidad social y preocupación por los demás.

Basado en la convicción de los pequeños productores de plátano buscan apoyo en las cooperativas de ahorro y crédito o crean en conjunto la oportunidad de iniciar un proyecto de asociación en donde se ponga en evidencia los anteriores enunciados, es ahí donde se propone la asociación de pequeños productores de plátano.

Fundamentalmente se debe aprovechar la ventaja de no tener competencia directa al menos en sus inicios, esto permitirá un posicionamiento de la marca y la implementación de estrategias enfocadas a asegurar la permanencia en el mercado. (ANEXO N° 3)

Otro dato interesante a favor, es que según los resultados obtenidos en el diagnóstico, la mayoría de los entrevistados ha mostrado interés tanto en formar parte en la creación de la asociación como también en la utilización de los productos y servicios que se ofrecerán.

➤ **Análisis Administrativo**

Algunos problemas que se manifiestan en la asociación involucran políticas y procedimientos mal establecidos, distribución y división de funciones inadecuadas, compromiso al realizar el trabajo, gestión de recursos humanos inadecuada, falta de coordinación en las áreas funcionales, deficiente supervisión, carencia de motivación, y aprovechamiento inadecuado de los

recursos. Todo esto tiende a dar como resultado baja calidad en los servicios o productos y poca competitividad en los mercados.

Mediante el análisis administrativo es posible desarrollar mejoras en el desempeño de los factores que intervienen en los procesos de la asociación, con el uso efectivo de los recursos es posible mediante el desarrollo organizacional basado en el diagnóstico de las organizaciones.

Los miembros de la organización serán todos los socios que conformen la asamblea general, los cuales a su vez pueden participar en la gestión administrativa.

➤ **Análisis Legal y Social**

La Asociación estará regida por la Ley de Economía Popular y Solidaria, la cual la autoriza la formación de cooperativas como asociaciones de derecho privado de interés social, las cuales gozaran de libertad en su organización y funcionamiento de acuerdo con lo establecido en esta ley, sus reglamentos, sus estatutos y demás normativas internas.

La asociación estará sujeta a la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, ya que esta le Señalará los requerimientos para su constitución así como también las disposiciones legales aplicables para su administración y operación.

El Código de Trabajo contiene las leyes que “tienen por objeto principal armonizar las relaciones entre patronos y trabajadores, estableciendo sus derechos, obligaciones y se funda en principios que tiendan al mejoramiento de las condiciones de vida de los trabajadores.

El proceso de toma de decisiones en la asociación cooperativa demandará que los asociados piensen en términos de participación plural e integradora en

beneficio de la mayoría, y con esto se eliminan las posiciones elitistas y excluyentes.

La asociación cooperativa no tendrá problemas por algún posible impacto social negativo, se cuenta con las normas ISO, que pueda afectar la imagen de la institución ya que no habrá contaminación medioambiental que pueda suscitar críticas que pongan en riesgo su operatividad debido a mal manejo de gases, aguas tratadas, desechos sólidos, etc.

4.1.4 Propuesta una Asociación para los Productores de Plátano del Cantón La Mana.

La asociación de productores de plátano estará conformada en sus inicios por doce socios para conseguir sus fines sin ánimo de lucro y con una gestión democrática que tienen sus propios fondos en un principio dotado por los socios.

Datos Informativos.

- Título: Propuesta de una Asociación de Pequeños Productores de Plátano (Musa Paradisiaca)
- Institución Ejecutora: Organización de productores
- Ubicación: Recinto La Colonia
- Parroquia: La Mana
- Cantón: La Mana
- Provincia: Cotopaxi

Objetivos

- Dar participación a los asociados en la planificación administrativa y realización de las actividades de la asociación.

- Satisfacer necesidades sociales, culturales y económicas de los integrantes de la asociación.
- Buscar recursos que estimulen a la asociación para realizar un mejor trabajo y participación en programas especiales a nivel, local, regional y nacional.
- Colaborar y realizar acuerdos con otras entidades e instituciones privadas o públicas que persigan fines similares, así como crear organismos que respondan a necesidades específicas cuando sea necesario.

Principios Filosóficos

➤ Visión

Constituirse en una asociación solidaria líder en el sector, impulsando el desarrollo integral de sus asociados, mediante un equilibrio entre los beneficios sociales y económicos, promoviendo servicios que satisfagan sus necesidades.

➤ Misión

Somos una asociación solidaria que brinda soluciones a las necesidades de sus asociados, mediante el impulso de programas y servicios destinados al mejoramiento de su calidad de vida y la de sus familias.

Valores

➤ Solidaridad

En nuestra asociación estamos identificados con nuestros afiliados, día a día brindamos nuestro mejor esfuerzo para buscar mejoras que les permitan satisfacer sus necesidades y cumplir sus metas.

➤ **Lealtad**

Todos los socios de la asociación estamos comprometidos con el quehacer de la asociación, nos identificamos con los objetivos que persiguen, y en las dificultades la defendamos con perseverancia, viendo el interés de la asociación antes que el individual.

➤ **Transparencia**

Trabajamos con principio éticos y morales manteniendo coherencia entre estos y el accionar de las personas que integran nuestra asociación, garantizando además el acceso de la información de forma ágil y oportuna.

➤ **Igualdad**

Nuestra asociación está compuesta por personas que comprometen sus recursos para el bien común y desde que se convirtieron en socios adquirir los mismos derechos y obligaciones. No se antepondrán los intereses de uno sobre otro y no habrá diferencia de tratamiento con ninguno.

➤ **Excelencia**

Nuestros clientes son las personas más importantes para nuestra asociación, por esto procuramos que tanto nuestros productos y servicios excedan sus expectativas.

Fundamentación

➤ **Asociación**

Está formada por un conjunto de socios, sin ánimo de lucro y con un mandato democrático. La asociación está dotada de personalidad legal, desde su fundación es una persona distinta a los propios socios, que tiene su oportuno

patrimonio en un principio concedido por los socios y el que ´ puede disponer para perseguir los fines que se recogen en sus estatutos.

❖ **Características de la asociación**

- Conjunto de personas
- Objetivos normales
- Funcionamiento autoritario
- Sin ánimo de lucro
- Autónomos

Con respecto a lo mencionado se aclara que no tiene ánimo de lucro lo que aparenta que no se pueden cotizar sus beneficios o excedentes económicos de los socios, por tanto si se puede:

- Tener excedentes económicos al culminar el año
- Tener contrato laborales
- Realizar actividades económicas

El fondo sindical estará compuesto por las cuotas de sus socios que tienen el carácter de no reembolsables.

El atributo de socio es personalizada por lo tanto intransferible y participativa en la toma de disposiciones.

El atributo de socio se pierde por las siguientes causas;

- Retiro
- Fallecimiento
- Pérdida de calidad legal

Beneficiarios

➤ **Beneficiarios Directos**

- Miembros que conforman la asociación de pequeños productores de plátano.
- Habitantes del recinto que se favorecen con las oportunidades de trabajo creadas por la asociación.

➤ **Beneficiarios Indirectos**

- Comunidad del cantón La Mana y zonas aledañas.

Estructura Estratégica

➤ **Nombre de la Empresa**

“Asociación de pequeños productores de plátano del recinto La Colonia, cantón La Mana”.

➤ **Definición del Negocio**

La empresa es una organización dedicada a la producción y comercialización del plátano de exportación.

La asociación cuenta con 12 socios activos en la producción y comercialización del plátano. La propuesta de la estructura organizacional se la presenta a continuación.

- Consejo directivo
- Gerente general
- Administrador
- Asesoría legal
- Secretario
- Departamento de producción
- Departamento de marketing
- Departamento del talento humano

- Departamento de finanzas
- Tesorero

Gerente general

El gerente general es la persona encargada que planificar, organizar, dirigir y controlar, todo lo que se está llevando a cabo en la asociación.

Funciones;

- Ordenar.
- Recomendar responsabilidades.
- Realizar evaluaciones del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
- Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se están ejecutando correctamente.

Administrador

Por otro lado la función del administrador en la asociación es de hacer que los departamentos tantos de producción, marketing. RR.HH y finanzas funcionen y cumplan sus actividades normalmente.

Funciones;

- **Planear:** puntualizar metas, establecer estrategias y desarrollar planes para coordinar actividades.
- **Organizar:** Determinar actividades a realizarse, con quien se cuenta para realizarlas, como se van a agrupar las actividades, quien va a informar a quien y que decisiones tienen que tomarse.
- **Dirigir:** motivar a empleados, seleccionar los canales de comunicación más efectivos y resolver conflictos.

- **Controlar:** Seguimiento de las actividades para asegurarse de que se están cumpliendo como planearon y corregir cualquier desviación significativa.

Asesoría legal

Se encarga de brindar la información jurídica a quien necesite de ello para la resolución de asuntos que tienen que ver con la aplicación de las leyes, normativas y reglamentos en cualquier materia del Derecho.

Funciones;

- Asesora en la constitución, gestión y disolución de cualquier tipo de sociedad mercantil o civil.
- Defiende los intereses de la asociación en todo tipo de procedimientos judiciales.
- Estudia y resuelve los problemas legales relacionados con la asociación, sus contratos, convenios y normas legales.
- Emite informes jurídicos sobre las distintas áreas de la asociación.
- Negocia y redacta contratos.
- Asesora a la asociación en materia fiscal, preparando todo tipo de declaraciones y obligaciones fiscales y tributarias.
- Asesora en torno a la gestión de derechos en materia de propiedad intelectual e industrial.
- Interviene en todo tipo de negociaciones laborales.

Secretario

El papel que desempeña el secretario es muy importante dentro de la asociación, por medio del cual pasan todos los informes escritos de todas las actividades que se llevan a cabo dentro de la asociación.

Funciones;

- Recepción de documentos.
- Atender llamadas telefónicas.
- Archivo de documentos.
- Informar sobre todo lo referente al departamento del que depende.
- Tener actualizada la agenda, tanto telefónica como de direcciones, y de reuniones.
- Amplios conocimientos en protocolo institucional y empresarial.

Producción

El departamento de producción es el motor de la asociación, es el encargado de hacer producir los intereses de la asociación.

Funciones;

- Planificar las actividades de producción
- Medición del trabajo
- Formas de trabajar
- Higiene y seguridad
- Control de la producción y de los inventarios.
- Control de Calidad

Marketing

El departamento de marketing se encarga de realizar la tarea de las 4 P como son precio, producto, plaza y promoción.

Funciones;

- **Producto:** se debe tener bien en claro que es lo que se quiere vender, sus defectos y virtudes.
- **Precio:** el precio al que se va a vender, el precio de mercado y el precio de los competidores.
- **Plaza:** cuál es el mercado donde se piensa insertar el producto, y qué características tiene.
- **Promoción:** como lograr que el producto se conozca en la población y entre los potenciales clientes.

Talento Humano

El departamento de talento humano es la que se encarga del personal que labora en la asociación.

Funciones;

- Organización y planificación del personal
- Reclutamiento
- Selección
- Planes de carrera y promoción profesional
- Formación
- Evaluación del desempeño y control del personal

- Clima y satisfacción laboral
- Administración del personal
- Relaciones laborales
- Prevención de riesgos laborales

Finanzas

El departamento de finanzas es el que se encarga del estudio que abarca todo lo relacionado al precio a pagar; el dinero. Las finanzas, son las actividades relacionadas con los flujos de capital y dinero entre individuos, empresas, o Estados

Funciones:

- Planifica, organiza, dirige y controla de manera eficiente y eficaz, los recursos financieros de la asociación.
- Programa y controla las diferentes inversiones de tipo financiero que determine la gerencia.
- Desarrolla y fortalece un sistema efectivo de controles contables y financieros.
- Administra todos los ingresos de la asociación.
- Planifica el pago quincenal de los salarios de todo el personal de la asociación.
- Asegura que se efectúen los descuentos a los salarios de los empleados por diversos motivos.
- Confecciona y tramita los cheques destinados para el pago de las distintas cuentas de la asociación.

Tesorero

El tesorero es quien lleva el control económico de la asociación.

Funciones;

- Dirigir y supervisar la Tesorería y vigilar los ingresos y gastos.
- Actuar, juntamente con el Presidente, respecto de los intereses económicos de la Asociación y el manejo de sus fondos.
- Elaborar el presupuesto, balance y estados de cuentas que han de ser sometidos a la Asamblea.
- Elaborar un balance mensual, que ha de ser sometido a la Junta Directiva.
- Las restantes que son propias del cargo y que le encomiende el Presidente.

Contador

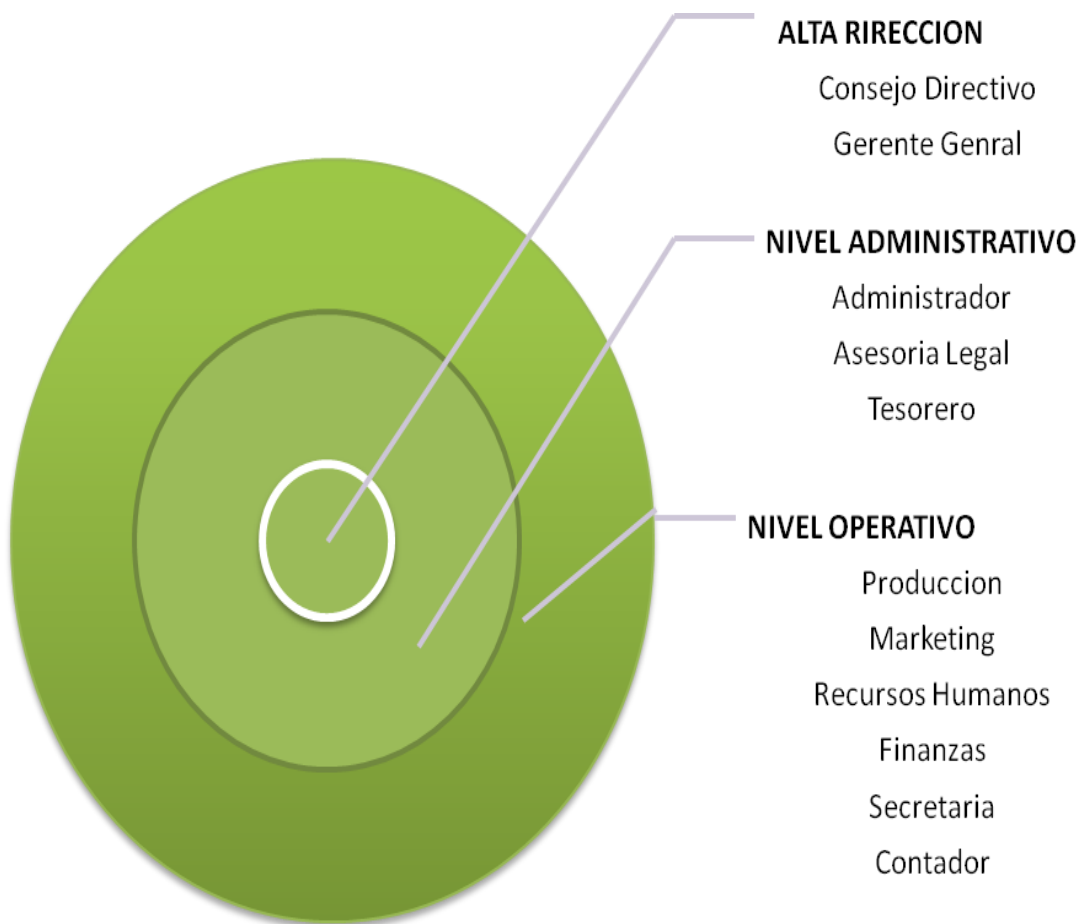
El contador es la persona encargada de aplicar, gestionar, interpretar y registrar la contabilidad de la asociación.

- Hacer la contabilidad de la Asociación, la cual consiste en contabilizar la
- información proporcionada como ingresos y egresos.
- Verificar que no falte ningún recibo de ingresos
- Verificar cada uno de los gastos que tenga su factura y cumpla con los requisitos fiscales.
- Presentar cada año las declaraciones anuales informativas correspondientes.

Nivel de Jerarquía

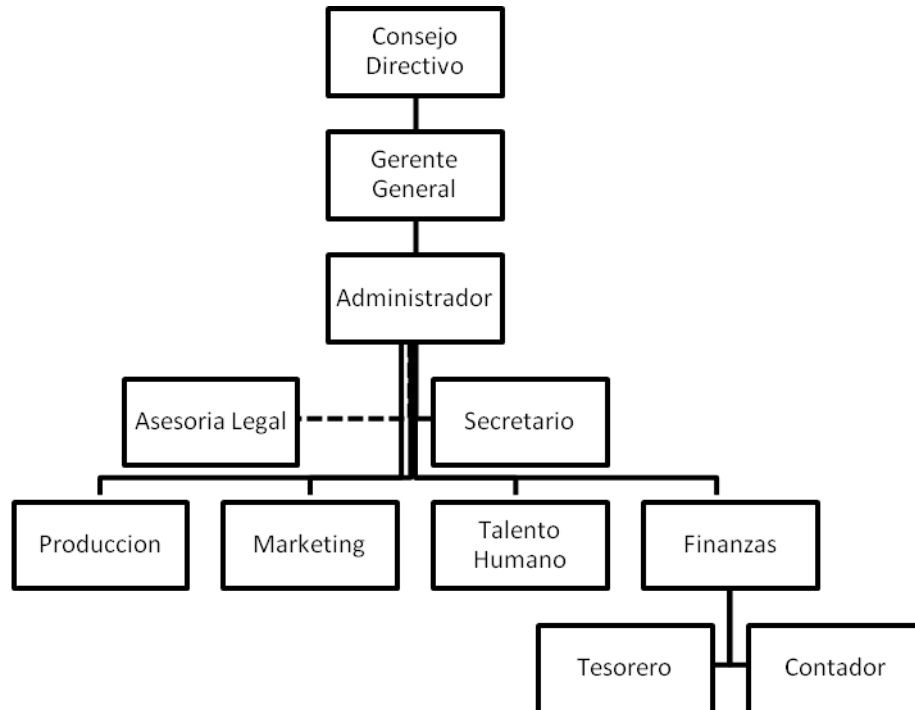
Organigrama estructural es el esquema de la organización de la asociación que señala la distribución de los cuadros administrativos por áreas de gestión.

Figura 6 Nivel de Jerarquía



Estructura Orgánica

Figura 7 Estructura Orgánica



La aplicabilidad del Plan de Acción Gerencial propuesto será factible en la medida que el personal administrativo y gerencial sean receptivos y abiertos al cambio, con esto se generan los recursos humanos, materiales y económicos para la ejecución de todas las actividades propuestas.

Estructura Legal

➤ La figura Legal de la Asociación

Cuadro 17 Figura Legal de la Asociación

Marco jurídico	Ley de Economía Popular y Solidaria
Ente regular	Superintendencia de Economía Popular y Solidaria
Número de socios	Mínimo 12
Capital	Aporte de los socios
Tipo de administración	Junta General de Socios

Responsabilidad de los socios	Por el aporte de sus socios
Cantidad de empleados	De acuerdo a sus requerimientos
Finalidad	Social y de beneficio económico de los socios
Repartición de beneficios	A repartirse a los socios
Asociación	Puede pertenecer solo a miembros de la asociación

Se deben cumplir con las siguientes consideraciones reglamentarias:

- Capital de Inversión puede ser mayor y aumentado según lo necesite de acuerdo al crecimiento sin un monto tope, que limitaría la expansión en un futuro.
- Capital de Constitución Menor
- La junta general de accionistas controla la participación accionaria de mejor forma.
- La asociación es la que se contrae con un mínimo de doce personas que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen del comercio bajo una razón social o denominación objetiva,
- Este tipo de asociación es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla. Podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidas por la ley, excepción hecha de operaciones de banco seguro, capitalización y ahorro.
- El capital de la asociación estará formado por las aportaciones de los socios.
- Al constituirse la asociación, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie. El saldo del Capital

deberá integrarse en un plazo no mayor de 12 meses, a contarse de la fecha de constitución de la asociación. Los aportes en numerario se depositaran en una cuenta especial de integración de capital, que será abierta en un banco a nombre de la asociación.

- La escritura de constitución será otorgada por todos los socios, por si o por medio de apoderado. En la escritura se expresara:
 - El lugar y fecha en que se celebre el contrato.
 - El nombre, apellidos, estado civil, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la asociación.
 - El objeto social, debidamente concretado.
 - Su denominación y duración.
 - El domicilio de la compañía.
 - El importe del capital social, con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas.
 - La indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario o en especie, el valor atribuido a estas y la parte del capital no pagado; la forma y el plazo para integrarlo.
 - La forma en que se organizara la administración y la fiscalización de la Asociación (Si se hubiese acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización) y la indicación de los funcionarios que tengan representación legal.
 - La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general de socios y modo de convocarla y constituir la.- La indicación de las participaciones

4.2 Discusión

En la presente agrupación de productores existe una directiva la misma que se reúne solo al momento que se va a vender la fruta, para los intereses de cada productor, mencionan que el presente grupo no satisface las necesidades en el ámbito productivo y de comercialización, el 33% menciona que reciben apoyo al realizar proyecto, mientras tanto el 67% manifestó que no. Lo que concuerda con (Reza Trosino, 2007) que es importante señalar que no todas las necesidades que se detecten están resueltas a través de la capacitación, muchas de ellas son impuntuales a la empresa, lo cual preocupa en los niveles de calidad del trabajo de las personas

Se pudo observar que los productores muestran que no existe un control detallado de los ingresos y gastos los registros contables de las actividades que realizan, existiendo una desventaja para los agricultores al no poder contar con un manual del registro de sus funciones. Por su parte (Charles T, Gary L., & William O., 2006) menciona que el propósito básico de la información contable es ayudarlo en la toma de decisiones ya sea presidente de la compañía, gerente de producción, administrador de operaciones o general, o inversionista la lista podría aumentar sin fin. No importa quien decida, la comprensión de la información contable permite que la decisión sea mejor.

Los productores de plátano mencionan que el 75% desconoce totalmente sobre la administración por lo cual se hace necesario la capacitación en todas sus áreas de actividades de producción y comercialización. Por su parte menciona (Aguilar, 2004) que el reto de cambio y la innovación exige a la asociación una conciencia cada vez más seria y comprometida con su perfil como generadora de nuevas formas de visualizar el mundo y hacer las cosas. Es precisamente en este tiempo que el recurso humano se confirma como factor clave en el

quehacer productivo de cada día y unico elemento capaz de intervenir. directamente en la trasformación de su propio entorno.

El 100% de los productores considera necesario y oportuno la propuesta de la asociación, en su totalidad los agricultores no tienen conocimientos sobre una asociación y cuáles son sus beneficios. (Sucapuca Flores) menciona que se entiende por asociación en su sentido genérico al conjunto de personas reunidas con objeto de lograr un fin común se entiende a su vez por participar, el dar parte, notificar, comunicar, recibir parte de algo. Es el contrato por el cual un apersona denominada asociante concede a otras u otras personas denominadas asociados, una participación en el resultado o en las utilidades de uno o de varios negocios o empresas del asociante a cambio de determinada contribución

El principal problema que afrontan los productores de plátano de esta zona es la mala distribución de su producción y comercialización, los agricultores en su totalidad no estan de acuerdo con el sistema de comercializacion que se esta llevando a cabo. Los sistemas de comercialización en los centros de acopio es el 83.3%, revendedores 66.7% por lo que representan pérdidas para los productores de plátano y siendo conveniente tener contrato directo estable durante todo el año, mientras tanto (Stem, El Ansary, Coughlan, & Cruz, Canales de comercializacion, 2006) maniestan que para conocer los canales de marketing es importante conocer las razones explicativas de la aparición de las estructuras de canales. Aquí nos referimos a la racionalidad económica de la existencia de estos canales ya que las razones económicas son los principales elementos que determinan la estructura de los canales de comercialización

Por lo que se plantea la propuesta de la fijación de una asociación la cual en sus inicios será integrada por 12 socios encaminada hacia los beneficios de los productores de forma estable si ánimo de lucro y con patrimonio propio

Al estar de acuerdo los productores de plátano de integrarse en esta asociación se recuerda aceptar la hipótesis planteada en el proyecto de investigación “La integración de una asociación de productores de plátano en el Recinto La Colonia, Cantón La Mana, superaría los problemas que tienen actualmente en la comercialización” y desde luego es ejecutable por parte de la socios de la asociación.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Una vez enunciados, analizados e interpretados los datos obtenidos a través de la encuesta, entrevistas y en correlación a los objetivos e hipótesis de la presente investigación, se han determinado las siguientes conclusiones:

- La agrupación actual no satisface las necesidades de los productores de plátano en la producción y comercialización, existe una directiva que se reúne un día antes de vender su cosecha, a pesar que no hacen reuniones no llevan un control detallado de los ingresos y gastos no funciona como asociación sino como grupo cuando existen problemas.
- El 100% de los agricultores no tienen conocimientos de los beneficios de una asociación, consideran necesario el 83.3% de los productores reunirse cada mes. Todos los plataneros creen necesario impulsar la propuesta de la asociación la cual procure ayudarlos con accesos a créditos, comercialización, asesoría técnica para promover sus actividades productivas,
- En la actualidad venden su producción a revendedores en un 33% y 67% a centros de acopio causando un efecto negativo en la economía de la población. En su mayoría no están de acuerdo con el sistema de comercialización que se está llevando a cabo, mencionan el 67% de los productores una vez constituida la asociación, vender su cosecha a exportadores directos

5.2 Recomendaciones

- Se debe de formar alianzas con productores de plátano de sectores aledaños al Recinto La Colinia, para satisfacer la demanda de producción y comercialización que se esta llevando a cabo.
- Los plataneros al formar parte de la asociación disminuyen los canales de comercialización como son revendedores y centros de acopios y asi fortalecer su mercado y vender su produccion a mayoristas y exportadores de alta calidad que cumplan con la exigencia de los mercados nacional e internacional.
- La propuesta de creación de la asociación beneficiaria en primer lugar a los productores de plátano del recinto La Colonia, la asociación aportará al mejoramiento de las condiciones socioeconómicas de las socios por ende tendrán una mejor condición de vida.

CAPITULO VI

BIBLIOGRAFÍAS

6.1 Literatura Citada

Acosta, D. (2009). *Guía Técnica para la Elaboración de Organigramas en el sector público Panameño* (Tercera ed.). Panama.

Aguilar, A. S. (2004). *Capacitación y Desarrollo de Personal*. Limusa S.A.

Barcenás M., F., & Alemán R., A. (2009). *Procesos Administrativo*. En Universidad de Córdoba. Colombia.

Cardozo Cuenca, H. (2005). *Cooperativa de Trabajo Asociado*. ECOE EDICIONES.

Charles T., H., Gary L., S., & William O., S. (2006). *Contabilidad Administrativa* (Decimo tercera ed.). Mexico.

Chiavenato, I. (2011). *Administración de Recursos Humanos* (Novena ed.). Mexico.

Compañías, L. d. (2003). *Ley de Compañías* (Primera Edición ed.). Jurídica del Ecuador.

Daft, R., & Marcid, D. (2010). *Introducción a la Administración* (Sexta Edición ed.).

Díaz Alonso, A. (2005). *Finanzas 1* (Segunda Edición ed.). Mexico.

Ferrell, O., & Hartline, M. H. (2010). *Estrategia de Marketing* (Quinta ed.). España.

Fontalvo Herrera, T. J., & Vergara Schmalbach, J. C. (2010). *La Gestión de la Calidad de los Servicios ISO 9001* (Primera Edición ed.). España.

Hernández, S., & Rodríguez. (2006). *Introducción a la Administración* (Cuarta ed.). Mexico.

Juran J.M., Gryna Jr., F., & Bingham Jr., R. (2005). *Manual de Control de Calidad* (Segunda Edición ed., Vol. 1). España.

Ley de Economía Popular y Solidaria. (2012). *Ley de Economía Popular y Solidaria*.

Rey Pombo, J. (2014). Contabilidad General. Madrid, España: Maria Jose Lopez Raso.

Reza Trosino , J. (2006). Nuevo diafnostico de necesidades de capacitación y aprendizaje en las organizaciones. En J. Reza Trosino, *Desafios de la admintración del capital humano* (Primera ed.). San Rafael, Mexico: Panorama Editorial, S.A. de C.V.

Siliceo Aguilar , A. (2004). Capacitación y desarrollo de personal. En Grupo Noriega (Ed.). Balderas, Mexico: Limusa S.A. de V.C.

Stem, L., El Ansary, A., Coughlan, A., & Cruz, I. (2006). *Canales de comercializacion* (Quinta ed.).

Sucapuca Flores, R. (s.f.). Asociacion en participacion .

Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (2012). *Superintendencia de Economía Popular y Solidaria*.

6.2 Lincografía

Aprobacion de Estatutos. (s.f). *Aprobacion de Estatutos*. Recuperado el 12 de 05 de 2015, de <http://www.trabajo.gob.ec/aprobacion-estatutos/>

Capacitacion. (s.f). *Capacitacion*. Recuperado el 14 de 04 de 2015, de <http://www.rrhh-web.com/capacitacion.html>

Definicion abc. (s.f). *Definicion abc*. Recuperado el 17 de 04 de 2015, de <http://definicionabc.com/general/gerente.php>

Definicion de Contador. (s.f). *Definicion de Contador*. Recuperado el 16 de 04 de 2015, de <http://definicion.mx/contador>

Definicion de Secretario. (s.f.). *Definicion de Secretario*. Recuperado el 16 de 04 de 2015, de <http://definicion.de/secretario/.com>

Definicon abc . (s.f). *Definicon abc* . Recuperado el 18 de 04 de 2014, de www.definicionabc.com/economia/tesoreria.php

Talento Humanos. (s.f). *Talento Humanos*. Recuperado el 17 de 04 de 2015, de <http://talentohumanosena.galeon.com/>

CAPITULO VII

ANEXOS

Anexos 7.1 Entrevistas y Encuestas

UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS

**ESCUELA DE INGENIERIA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS
AGROPECUARIAS**

PROPUESTA DE UNA ASOCIACIÓN DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE
PLÁTANO (MUSA PARADISIACA), RECINTO LA COLONIA, CANTÓN LA
MANA, PROVINCIA DEL COTOPAXI.

➤ DATOS INFORMATIVOS GENERALES:

NOMBRES:.....

OCUPACIÓN:.....

NIVEL DE GRADO DE ESTUDIOS:.....

FECHA:.....

ENTREVISTAS DIRIGIDAS A LOS PRODUCTORES PLATANO

➤ COMPONENTES DE LA AGRUPACION

1.- ¿ Existe una directiva responsable de la agrupación?

Si ☐

No ☐

2.- ¿Cuales son los principales objetivos que debe cumplir la agrupación?

Aspectos de producción ☐

Creditos ☐

Comercialización ☐

Asesoría técnica ☐

Otras ☐

3.- ¿Como parte de la agrupación, aporta el mejoramiento para el desarrollo del cumplimiento de sus actividades?

Si ☐

No ☐

4.- ¿Considera necesario crear una asociación legalmente constituida?

Si ☐

No ☐

5.- ¿La agrupación ha recibido algún tipo de apoyo para el mejoramiento de sus actividades productivas?

Si ☐

No ☐

6.- ¿Como califica el desempeño de la agrupación hacia los productores de platano?

Excelente ☐

Bueno ☐

Regular ☐

Deficiente ☐

7.- ¿La Agrupación fortalece la planificación administrativa de las actividades de producción y comercialización de sus integrantes?

Si ☐

No ☐

8.- ¿ Existe un control de los ingresos y gastos de la agrupación?

Si ☐

No ☐

9.- ¿Han recibido capacitación sobre temas administrativos por parte de una institución u otras organizaciones?

Si ☐

No ☐

10.- ¿Cual es el nivel de satisfacción de los pequeños productores de plátano hacia a la agrupación que ellos mantienen por el momento?

Bueno ☐

Regular ☐

Malo ☐

➤ **COMPONETES DE FACTIBILIDAD**

1.- ¿La agrupación de productores tiene conocimientos sobre una asociación, cuáles son sus beneficios?

Si ☐

No ☐

2.- ¿Cada qué tiempo considera que debe reunirse la asociación para tomar decisiones?

Cada mes ☐

Cada 15 días ☐

Cada semana ☐

3.- ¿Cuáles aspectos consideran los productores debe tener la asociación?

- Accesos a creditos ☐
- Comercialización ☐
- Asesoría técnica ☐
- Otras ☐

➤ **COMPONENTE DEL CONTROL DE PRODUCCION**

1.- ¿Cada que tiempo considera se debe cosechar la fruta?

- Cada semana ☐
- Cada 15 días ☐

2.- ¿Como se llevaria a cabo la venta de la producción?

- Caja ☐
- Racimo ☐

3.- ¿Cual es el volumen de cajas que comercializa la agrupación?

- Alto ☐
- Bajo ☐

4.- ¿Seria necesario dar capacitación a los socios sobre temas de producción y comercialización?

- Si ☐
- No ☐

➤ **COMPONENTE DE LA COMERCIALIZACION**

1.- ¿A quien vende la producción?

- Centros de acopio ☐
- Intermediarios ☐

Exportadores ☐

Otros ☐

2.- ¿Está satisfecho con la comercialización que se lleva a cabo?

Si ☐

No ☐

3.- ¿Cómo se llevaria a cabo la comercialización en la asociación?

Mayoriasta ☐

Minorista ☐

Centro de acopio ☐

Exportadores ☐

Cuenta propia ☐

Intermediarios ☐

ANEXO 7.2 Nomina de la Agrupación de los Productores

Nº	APELLIDOS Y NOMBRES	EDAD	HECTAREAS	TERRENO	
				PROPIO	ALQUILADO
1	ANDRADE REYES DENNY	34	10	SI	
2	BERMEO LOOR FERNANDO	37	11	SI	
3	HERRERA ORTIZ JORDÁN	40	9	SI	
4	YOSA DELGADO ÁNGEL	32	11	SI	
5	ANTE GUANOTUÑA DAVID	47	8	SI	
6	MAMAYACTA OCAÑA JEFFERSON	45	6	SI	
7	GONZALES LIRIO JOSE	63	7	SI	
8	JIMENEZ MUÑOZ DARIO	32	13		SI
9	CEDEÑO SOLÓRZANO WALTER	46	13	SI	
10	SANTANA CASTILLO ALEJANDRO	28	9		SI
11	BRAVO MORENO SANTIAGO	38	4	SI	
12	TOAPANTA SEGOVIA EULALIO	41	8		SI

ANEXO 7.3 Instituciones Comercializadoras del Plátano

COMERCIALIZADORAS
Aebe
Grupo Noboa S.A.
Jeproll
Portal Frutícola
REYBANPAC
GRUPO MENDOZA
GRUPO QUIROLA
OTRAS ALTERNATIVAS
Centros de acopio
Revendedores
Contratos

ANEXO 7.4 Fotos

