



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

DIRECCIÓN DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

TEMA:

DISEÑO DE UN MODELO ASOCIATIVO PARA EMPRESAS PRODUCTIVAS DE LA PARROQUIA SAN JOSÉ DE CHIMBO

Trabajo de Investigación Previo a la obtención del Título de Magister en
Administración de las Organizaciones de la Economía Popular y Solidaria.

Autor:

Richard Geovanny Verdezoto Jiménez

Tutora

Ing. Ibeth Aracelly Molina Arcos. Mg.

AMBATO – ECUADOR

2019

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA
DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN**

Yo, Richard Geovanny Verdezoto Jiménez, declaro ser autor del Trabajo de Investigación con el nombre “DISEÑO DE UN MODELO ASOCIATIVO PARA EMPRESAS PRODUCTIVAS DE LA PARROQUIA SAN JOSÉ DE CHIMBO”, como requisito para optar al grado de Magister en la Administración de las Organizaciones de la Economía Popular y Solidaria y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato, a los 23 días del mes de marzo del 2019, firmo conforme:

Autor: Richard Geovanny Verdezoto Jiménez

Firma:

Número de Cédula: 0201808813

Dirección: Bolívar, Chimbo, San José de Chimbo, Barrio Señor de la Justicia

Correo Electrónico: vrichardgeovanny@yahoo.es

Teléfono: 0968391397

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “DISEÑO DE UN MODELO ASOCIATIVO PARA EMPRESAS PRODUCTIVAS DE LA PARROQUIA SAN JOSÉ DE CHIMBO” presentado por Richard Geovanny Verdezoto Jiménez, para optar por el Título Magister en la Administración de las Organizaciones de la Economía Popular y Solidaria.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Ambato, 23 de marzo del 2019

.....

Ing. Ibeth Aracelly Molina Arcos. Mg.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Magister en Administración de las Organizaciones de la Economía Popular y Solidaria, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Ambato, 23 de marzo del 2019

.....
Richard Geovanny Verdezoto Jiménez

CI: 020180881-3

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: “DISEÑO DE UN MODELO ASOCIATIVO PARA EMPRESAS PRODUCTIVAS DE LA PARROQUIA SAN JOSÉ DE CHIMBO”, previo a la obtención del Título de Magister en Administración de las Organizaciones de la Economía Popular y Solidaria, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Ambato, 23 de marzo del 2019

.....

Ing. Jorge Eduardo García Guerrero. Mg.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

.....

Lic. Cecilia Chacón Castillo. Mg.
VOCAL

.....

Ing. Ibeth Aracelly Molina Arcos. Mg.
VOCAL

DEDICATORIA

A mis hijas y esposa por ser la base en mis logros.

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la oportunidad y el conocimiento para prepararme personal y profesionalmente.

A mi familia por el apoyo incondicional.

A los docentes de la UTI por los conocimientos impartidos.

A la prestigiosa UTI por haberme abierto sus puertas.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA	i
AUTORIZACIÓN PARA EL REPOSITORIO DIGITAL	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iv
APROBACIÓN TRIBUNAL	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xii
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
ABSTRACT	xiv
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	11
ESTADO DEL ARTE Y LA PRÁCTICA	11
Antecedentes de la investigación	11
Desarrollo Local	12
Competitividad	13
Modelos de Competitividad.....	15
Modelo Asociativo	17
Origen y evolución de los modelos asociativos productivos.....	18
Orígenes de las asociaciones modernas	22
Tipos de modelos asociativos	22

Características del modelo asociativo	25
Objetivos de los modelos asociativos	25
CAPÍTULO II.....	27
MARCO METODOLÓGICO.....	27
Procedimiento para la búsqueda y procesamiento de los datos	28
Población de estudio	28
Tamaño de la muestra.....	28
Variables	31
Operacionalización de variables.....	31
Resultados del diagnóstico de la situación actual.....	33
Análisis de la etapa Organización	35
Análisis de la etapa Producción.....	38
Análisis de la etapa Distribución.....	40
Análisis de la etapa de comercialización.....	41
CAPÍTULO III.....	43
MODELO ASOCIATIVO PARA EMPRESAS PRODUCTIVAS DE LA	
PARROQUIA SAN JOSÉ DE CHIMBO	43
Objetivos	44
Objetivo General	44
Objetivos Específicos	44
Elementos del modelo Asociativo.....	44
FASE 1: Preparatoria.....	45
FASE 2: Análisis de la cadena productiva	50
FASE 3: Análisis del desarrollo de relaciones socioeconómicas	51

Validación de la propuesta	55
CONCLUSIONES.....	58
RECOMENDACIONES.....	59
BIBLIOGRAFÍA.....	60
ANEXOS	67

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Listado de los representantes de las empresas productivas de la Parroquia San José de Chimbo	29
Tabla 2. Operacionalización de variables	31
Tabla 3. Tabulación general de encuesta	33
Tabla 4. Diagrama de decisión.....	49
Tabla 5. Resultado Causa y Efecto.....	50
Tabla 6. Plan de costo para la socialización de la propuesta.....	53

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Índice de competitividad Global 2017 – 2018	14
Gráfico 2. Resultado de la encuesta de la primera etapa “Organización”	35
Gráfico 3. Resultado de la encuesta de la segunda etapa “Producción”	38
Gráfico 4. Resultado de la encuesta de la tercera etapa “Distribución”	40
Gráfico 5. Resultado de la encuesta de la cuarta etapa “Comercialización”	41
Gráfico 6. Representación gráfica del análisis de relaciones	49
Gráfico 7. Resultado de la validación de la propuesta	56

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
DIRECCIÓN DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DE LA
ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

TEMA: DISEÑO DE UN MODELO ASOCIATIVO PARA EMPRESAS PRODUCTIVAS DE LA PARROQUIA SAN JOSÉ DE CHIMBO.

AUTOR: Richard Geovanny Verdezoto Jiménez

TUTORA: Ing. Ibeth Aracelly Molina Arcos. Mg.

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación, se desarrolla con el propósito de establecer un modelo asociativo para las empresas productivas de la Parroquia San José de Chimbo de la Provincia de Bolívar, que sirva como referente para la consecución de nuevas asociatividades y mejorar la estructura de las ya existentes, para lo cual se han identificado los principales referentes teóricos que dieron paso a la definición las variables de estudio, las mismas que atravesaron un proceso de operacionalización que permitió obtener los respectivos resultados con la aplicación de herramientas de recolección de datos, De este modo se pudo establecer los elementos que conforman la propuesta, así como también, sus principales características, premisas y elementos, los mismos que permitirán la obtención de resultados.

DESCRIPTORES: asociatividad, competitividad, modelo, productividad.

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
DIRECCION DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DE LA
ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA**

THEME: AN ASSOCIATIVE MODEL DESIGN FOR, COMPANIES OF SAN JOSÉ DE CHIMBO PARISH.

AUTHOR: Richard Geovanny Verdezoto Jiménez

TUTORA: Ing. Ibeth Aracelly Molina Arcos. Mg.

ABSTRACT

This research is developed with the purpose of establishing an associative model for the productive companies from of San José de Chimbo parish in the Province of Bolívar, which serves as a reference to achieve of new associations and improve the structure of the existing ones because the main theoretical references has been identified that gave way to the definition of the variables study, the same as went through an operationalization process that allowed to obtain the respective results with the application of data collection tools. In this way, it was possible to establish the elements of the proposal, as well as its main characteristics, premises and elements that will allow obtain results.

KEYWORDS: associations, competitiveness, model, productivity.

INTRODUCCIÓN

Importancia y actualidad

El desarrollo y diseño de emprendimientos asociativos y solidarios, hace referencia a la línea de investigación del bienestar del ser humano, y su relación estricta en la búsqueda de la participación comunitaria, por medio de emprendimientos sociales, solidarios y cooperativos, que permite la colaboración homogénea de sus participantes durante su ejecución.

En este sentido, las asociaciones son promotoras de empleo, a través de la convivencia participativa, promueve la generación de ingresos para las familias involucradas, elevándose la autoestima y mejorando su situación laboral y económica.

Es así, que en los últimos años según Isaac y Zepeda (2018), los emprendimientos asociativos se han convertido en herramientas de desarrollo en varios países del mundo involucrando a los grupos sociales más desamparados como los jóvenes, mujeres, adultos mayores y la población en general que se encuentran excluidas, llegando a focalizar la atención del estado y grupos empresariales en este sector que antes era considerado como abandonado.

Por lo tanto, las asociaciones van tomando mayor importancia, con un enfoque en principios de inclusión, llegando a ser un motor que maneja una parte importante de la economía mundial.

En este sentido, la participación activa del Estado, universidades, comunidad y empresas, es fundamental para que los emprendimientos asociativos solidarios sean sostenibles, con base en la responsabilidad, creatividad y conocimiento. El apoyo a este sector, es indispensable para que los emprendimientos sean sostenibles y su enfoque en las necesidades de la localidad sea una oportunidad de desarrollo.

El conocimiento es fundamental para innovar, por lo tanto, la participación de los diferentes centros educativos superiores es primordial en la incentivación a crear emprendimientos sustentables, promoviéndose de esta manera la participación activa del conglomerado local, enfocado a la creación de asociaciones cada vez más participativas y generadoras de empleo y desarrollo.

El incremento de asociatividades permite la creación directa de empleos, innovando y despertando la creatividad en diferentes áreas de competencias asociativas, desarrollándose nuevos conocimientos.

Un factor importante de apoyo en el sector asociativo es la tecnología, herramienta útil para que el conocimiento se extienda, permite conocer nuevas alternativas de negocio asociativo solidario, bien se lo puede obtener de manera gratuita, y que ayuda a los individuos de una localidad a tomar decisiones sobre los emprendimientos que pueden construirse.

La importancia de la cooperación de diversos sectores fortalece la calidad de competencia empresarial asociativa. Por lo tanto, involucrar a toda la comunidad no solo que ayuda a disminuir los niveles de exclusión, sino también al desarrollo personal orientado al bienestar comunitario, siendo la sociedad participe en primer plano del crecimiento de una determinada región, superándose así los constantes y crecientes problemas sociales y económicos, pudiendo manejárselos de manera colectiva con la inclusión al trabajo por medio de las asociaciones.

En tal sentido, las asociaciones y emprendimientos sociales son considerados como actores económicos fundamentales en el crecimiento del País, con un amplio potencial para la generación de ingresos y oportunidades de empleo hacia los grupos más

vulnerables de la región especialmente aquellos sectores empobrecidos lográndose una distribución más equitativa de la riqueza.

Para alcanzar lo expuesto, dentro de la asociatividad debe haber liderazgo, siendo este una guía que permita a las personas se relacionen más favorablemente dentro de un clima de asociatividad, un personaje en los que los involucrados se encuentren representados y se involucren directamente en la toma de decisiones en favor del conglomerado que forma parte de una asociación.

Si bien es cierto que en las asociaciones todos trabajan para un bien común, es necesario o indispensable que se establezca una estructura organizacional que defina las funciones y responsabilidades respectivas.

Por otra parte, diversos son los campos de trabajo para las asociaciones, hay muchos ámbitos en los cuales se puede emprender, por medio de la investigación, el conocimiento y principalmente la innovación, permiten desarrollar un enfoque en el campo en el que se puede emprender un programa asociativo.

Muchas de estas asociatividades y emprendimientos se ubican en el sector financiero, gastronómico, textil, artesanal, pesca, arreglos y decoración, entre otros, que en muchos casos son micro o pequeñas empresas que consisten en modalidades de autoempleo o de producción familiar.

Justificación

Contextualización macro

El Ecuador está en una época donde el cambio de la manera de pensar es clave. El enfoque diferente de hasta dónde queremos llegar o qué es lo que queremos alcanzar, plantea una manera diferente de evolución del pensamiento, que propone alternativas que el ser humano debe tener para llevar a la práctica sus ideas.

Pese a que el Ecuador es un país privilegiado por su riqueza natural, el incremento de los índices de desempleo, es factor predominante en el aumento de la pobreza, la

misma que no permite desarrollar al país dentro de los estándares en los cuales deberían encontrarse.

Según los investigadores Alarcón (2016), Cordero y Torres (2018) y Piamba (2018), a través de la asociatividad, la sociedad moderna da forma a su irresistible iniciativa para ejercer eficazmente su acción en todas las esferas de la vida, hasta la cual el Estado no puede llegar. La asociación capacita y enseña a trabajar en bien de toda la comunidad a todos quienes la conforman.

En tal sentido, se resalta la importancia de la asociatividad como una estrategia en apoyo a mejorar las desfavorables condiciones de algunos sectores sociales olvidados, fundamentándose como una sólida salida, homogénea y paralela al desarrollo, la participación continua de un grupo de individuos que trabajan colectivamente en función del desarrollo local, ayudan a promover las buenas prácticas en un proceso inclusivo, garantizando la confianza en el perfeccionamiento continuo de actividades que sustentan la calidad de vida en las familias que participan del proceso asociativo.

La formación de las asociaciones, promueve el liderazgo y en las diferentes áreas, todas con un enfoque común que es el desarrollo local en ayuda al progreso sostenido de la Región, en función del trabajo comunitario implementado en la organización y la innovación.

Por consiguiente, es fundamental la capacitación continua de los individuos por parte de los órganos encargados, sean estos gobiernos locales, entidades privadas y las diferentes unidades de educación superior, para la creación de nuevas asociaciones o fortalecimiento de los emprendimientos ya existentes.

Es así, que unas de las opciones estratégicas para los emprendedores son las unidades de educación superior, las mismas que tienen el conocimiento actualizado en el ámbito social, económico, turístico, político, agrario entre otros, sobre la creación de asociaciones. Siendo así, la investigación y la alianza estratégica la solución enfática a los problemas del sector asociativo.

Las oportunidades a desarrollar asociaciones dentro de lo solidario son ilimitadas y se puede sacar el mejor provecho para empezar una sociedad, delimitar las ideas, organizarlas y ponerlas en práctica, con lo cual se incrementaría las posibilidades de tener éxito. Asociarse plantea y radica en el hecho de innovar. La creatividad propone crear algo o mejorar lo que ya existe, atribuyéndole novedosas características para beneficio de la sociedad y por ende contrarrestar la competencia.

El Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 “Toda una vida” en el marco de una economía al servicio de la sociedad, plantea tres objetivos, Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario; Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sustentable de manera redistributiva y solidaria; Desarrollar las capacidades productivas y del entorno para lograr la soberanía alimentaria y el desarrollo rural integral; proponiéndose un nuevo paradigma en el que permita al ser humano asociarse en beneficio social con una orientación más favorable a la consecución y la evolución de las Pequeñas y Medianas Empresas (Mipymes) posteriormente la consecución de emprendimientos de asociaciones solidarias, las mismas que permiten mejorar la calidad de vida de un determinado sector en el cual radica (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo [SENPLADES], 2017-2021).

Contextualización meso

A nivel Provincial se identifican con claridad a Organizaciones como FUNORSAL (Fundación de Organizaciones de Salinas), centrada en la implementación de procesos productivos y empresariales; Fundación Runakunapak Yachana (FRY) de Simiátug, que da soporte a los procesos educativos; Simiátug Samai, enfocada a temas de género; existiendo además otras organizaciones de segundo grado de la parte más baja de la Provincia Bolívar, como el Consorcio de Organizaciones Campesinas e Indígenas de Facundo Vela (COCIFV), la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas de Echeandía (UNORCIE) y la Unión Cantonal de Organizaciones Campesinas y Sociales del Cantón Las naves (UCOCS). Además, la Organización Unión y Progreso, formada por cerca de 40 organizaciones campesinas e indígenas. (Gobierno Autónomo

Descentralizado de la Provincia Bolívar, 2015) Y en el campo financiero existen alrededor de 18 cooperativas de ahorro y crédito en toda la provincia, del total de 634 a nivel país (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria [SEPS], 2018).

El “Salinerito” es un ejemplo de economía solidaria, Salinas es una parroquia poblada por mestizos, indígenas y montubios. En 1970, por pedido de Mons. Cándido Rada, quien en ese entonces era el obispo de Guaranda, llega a la parroquia Salinas, el padre salesiano Antonio Polo, con algunos misioneros italianos, al ver la pobreza del sector deciden junto con su equipo que se debe "hacer algo", para que la gente tenga trabajo y pueda superar la pobreza. Esa decisión desembocó en la búsqueda de actividades productivas agropecuarias, mediante un equipo de voluntarios e involucrando a la comunidad (El Salinerito , s.f.).

El desarrollo de Salinas está basado en los principios del cooperativismo y la economía solidaria. Sus pilares fundamentales, contar con un grupo humano organizado para la producción comunitaria, otorgar créditos productivos a bajo costo, la no repartición de utilidades individuales, la colaboración colectiva y la rendición de cuentas puntual y permanente (El Salinerito , s.f.).

El Gobierno Nacional a través de sus distintas organizaciones está tratando de impulsar este modelo de desarrollo que ha traído éxito a esta población, por el trabajo que viene haciendo hace más de cuatro décadas y con base en los éxitos alcanzados y los fracasos (muchos proyectos fracasaron) porque, según el padre Polo "La gente no sabía vender", han surgido nuevas microempresas, cooperativas y entidades de apoyo. A la fecha, la Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria es el organismo rector de las cooperativas de producción. Actualmente se producen y comercializan cerca de 150 productos diferentes, para el consumo local e internacional (Jácome, s.f.).

El sistema económico productivo es de gran interés para los habitantes porque regula las diferentes actividades económicas. Sin embargo, este sistema no se limita exclusivamente a cuestiones económicas o comerciales sino que en muchos sentidos

traspasa esas fronteras para también incluir conceptos sociales, políticos y culturales (Jácome, s.f.).

Por las ventajas comparativas del territorio (diversidad de climas, suelos, topografía, etc.), ha sido posible generar una variedad de productos, pero también es indispensable diseñar herramientas en términos de incentivos fiscales, crediticios, transferencia tecnológica y de comercio justo, de manera que se puedan brindar medidas de soporte a los productores, que en el futuro se traducirían en altos niveles de productividad (El Salinerito, s.f.).

Por otra parte, la pobreza equivale al 73,91% por no existir fuentes de trabajo o inversiones de industrias y empresas que inyecten capital para una buena producción de ingresos económicos y fortalecer la economía del cantón. Tal realidad promueve a la asociatividad como una propuesta diferente de acceder a un empleo, generar bienestar familiar y colectivo generando ingresos los mismos que permiten paulatinamente que los involucrados de las asociaciones vayan mejorando su calidad de vida (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Chimbo, 2014-2019).

Frente a tal situación el gobierno ha tratado de impulsar la economía con nuevas estrategias una de ellas la creación de la Ley de Economía Social y Solidaria cuyo objetivo es fomentar y fortalecer al sector financiero Popular y Solidario en su ejercicio y relación con los demás sectores de la economía y con el Estado, potenciando las prácticas de la economía que se desarrollan en las comunidades, pueblos y en sus unidades económicas productivas (Asamblea Nacional, 2011).

Contextualización micro

En la parroquia de San José de Chimbo existen asociaciones como la de armeros, panaderos, hornaderos, ebanistas, carameleros, pirotécnicos y una cooperativa de ahorro y crédito (San José Ltda.), siendo esta última un modelo de gestión financiera enfocada en la rama de la economía social y solidaria al encontrarse en el segmento uno y que en la actualidad es una de las cooperativas más grandes del Ecuador, con 8 sucursales en diferentes ciudades del País empleando a más de 100 personas, ocupando

el liderazgo financiero en la provincia Bolívar siendo su principal competidor el Banco Pichincha.

Sin embargo, las asociaciones antes mencionadas en la parroquia San José de Chimbo no han logrado sobresalir como se esperaba. Teniendo en cuenta que hay artesanos, comerciantes, agricultores, se evidencia la necesidad de orientación para enrumbar a estos emprendimientos hacia una asociatividad exitosa en beneficio de la parroquia y del cantón.

Planteamiento del problema

San José de Chimbo posee muchos lugares favorecidos por la naturaleza, tierras fértiles, gente amable, artesanos calificados. Muchos son los campos en los que puede desarrollarse la asociatividad. Siendo una de las ciudades más antiguas del Ecuador, no ha alcanzado el realce económico que debería tener, esto se debe a la falta de capacitación y orientación en el tema de la asociatividad (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Chimbo, 2014-2019).

La actividad comercial en el cantón Chimbo hoy en día no tiene un desarrollo importante. Los pocos negocios existentes no mueven grandes capitales como hace algunos años atrás lo hacían para dinamizar la actividad en el ámbito económico productivo (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Chimbo, 2014-2019).

Es así, que el trabajo se debe enfocar en todas las áreas de producción, servicios y turismo que posee el Cantón Chimbo. La organización de las familias comunidades o grupos de personas es el factor principal para poner en ejecución las ideas y explotar al máximo todas las ventajas que se tiene en esta localidad, tomando en cuenta la importancia de la asociatividad en la generación de recursos que contribuyan al desarrollo local, fomentado las bases de crecimiento económico y social, mejorándose sustancialmente la calidad de vida de las familias involucradas.

La importancia que tienen las asociatividades, es significativa gracias al esfuerzo, el trabajo, la innovación, el liderazgo y sobre todo la asociatividad enfocada en el

beneficio social solidario que posibilite la sostenibilidad financiera en el contexto de la economía social y solidaria.

En la localidad de San José de Chimbo, no existe apoyo económico y técnico a los artesanos. Pese a que el cantón no es industrializado, es un sitio idóneo para emprendedores, por lo cual se puede aprovechar eficazmente los recursos por medio de las asociaciones, lográndose así, el desarrollo y el fortalecimiento económico, que permitirá con el pasar de los años ser un punto de referencia para otras localidades que quieran sostener su desarrollo en el emprendimiento solidario, que dan solución en gran parte al problema de la desocupación, y a la migración a otras ciudades por causas de falta de fuentes de empleo, por no existir empresas, industrias, y apoyo gubernamental en ingresos de capitales para la inversión sea en la agricultura, ganadería, microempresas (alfarería, gastronomía, ebanistería, comercio formal e informal) (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Chimbo, 2014-2019).

A partir de este estado, se plantea como problema científico la siguiente pregunta:

¿Cuál sería el modelo asociativo adecuado para las empresas productivas de la parroquia San José de Chimbo?

A su vez, el estudio propone cumplir determinados objetivos, entre los cuales se destacan:

Objetivo general

Estudiar un modelo asociativo para las empresas productivas de la parroquia San José de Chimbo.

Objetivos específicos

- Identificar los referentes teóricos que justifiquen la presente investigación.
- Diagnosticar la situación actual de los emprendedores en la parroquia San José de Chimbo.
- Diseñar la propuesta de modelo asociativo para el crecimiento de las empresas productivas.

Para alcanzar los objetivos planteados, el trabajo investigativo se estructura en tres capítulos:

El primer capítulo comprende el marco teórico o estado del arte y la práctica, en donde se contextualiza el objeto de estudio y se define el origen y evolución de los modelos asociativos productivos, la competitividad, tipos de modelos asociativos, características y objetivos de los modelos, entre otros aspectos.

En el segundo capítulo se explica los métodos y técnicas utilizados para la recolección de los datos así como el análisis respectivo de la encuesta aplicada a los 18 representantes de las empresas productivas de la parroquia San José de Chimbo.

El tercer y último capítulo es la propuesta “Modelo Asociativo para las empresas productivas de la parroquia San José de Chimbo”.

La tesis finaliza con las principales conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación

CAPÍTULO I

ESTADO DEL ARTE Y LA PRÁCTICA

Antecedentes de la investigación

Osmar Antonio Soto Anacleto, en el año 2014 en su propuesta de crear un modelo asociativo a los productores de palta en el Distrito de Motupe - departamento de Lambayeque en Perú, concluye que el modelo asociativo representa un mecanismo de cooperación y acción conjunta, que debe romper con las experiencias negativas del pasado, con la irresponsabilidad, el individualismo y el oportunismo de los miembros para dar paso a una nueva experiencia asociativa. Del mismo modo su propuesta se justifica en la contribución al desarrollo local, beneficiando directamente a los principales protagonistas del proyecto (Soto Anacleto, 2014).

Por otro lado, el investigador Héctor Gustavo Villares Villafuerte en el año 2014, identificó la relación entre la asociatividad y la productividad en las pequeñas y medianas empresas (PYMES), en donde considera la influencia de variables, tanto microeconómicas y macroeconómicas relacionadas con el proceso de producción en condiciones de no competencia perfecta de los mercados para comprender una estructura organizacional que permita fortalecer procesos internos, dinamizar mercados y llegar a acuerdos mutuos de cooperación en temas específicos como capacitación y formación, investigación y desarrollo, tecnología, mano de obra, entre otros (Villares Villafuerte, 2014).

Desarrollo Local

Tratar de comprender de manera empírica el término desarrollo local es confuso, incluso para quienes se encuentran en el día a día investigando sobre el estado del arte del desarrollo, es así que la investigadora (Castillo Marín, 2011) define al desarrollo económico como un proceso integral de incrementos sucesivos en las condiciones de vida de todas las personas o familias de un país o comunidad.

La concepción de desarrollo tiene directa relación con otros términos que lo anteceden de igual forma, tal es el caso de civilización, evolución, riqueza y crecimiento, pero además no se puede dejar de mencionar el aporte que han realizado diferentes corrientes y/o autores, siendo el concepto de desarrollo el planteado por Trujano, Garza, Valtierra & Solís (2018); Alcalá, Ferráez (2018); Aristizábal, Cárdenas & Rengifo (2018) como un proceso que mejora la calidad de vida de una determinada sociedad. Además, facilita el crecimiento económico de las comunidades, cantones, provincias y el país, con la participación de los ciudadanos.

Así mismo, la concepción de desarrollo, atraviesa la definición de local, haciendo relación a la noción sucesiva de lo global. Con el fin de conceptualizar la identidad local se establece que se encuentra compuesta por tres elementos que se interrelacionan entre sí, observados desde un espacio local, estos son: la historia, el territorio y el actor local. En este sentido, Sarmiento, Nava, Suárez y Hernández (2018), relaciona al actor local con la pretensión de mejorar la calidad de vida de los habitantes de esa localidad, lo que está relacionado con la escena social en la que desarrolla su acción.

Adicional a lo anteriormente planteado (Klein, 2005) sustenta al desarrollo local bajo la premisa de que es el resultado de la voluntad de varios actores sociales, políticos y económicos de intervenir de manera activa en los procesos que establece la nueva economía y su visión multidisciplinaria.

Por tanto, es importante manifestar que el desarrollo local no equivale a un desarrollo desde una perspectiva macro, sino como al conjunto de varias actividades de un sistema o sector productivo local, el mismo que surge tras la identificación de las

principales necesidades del territorio, con el fin de promover el trabajo mancomunado entre todos los actores de la localidad y con una visión integradora, que permita la superación a través del involucramiento para el uso de recursos (Klein, 2005).

Finalmente, el desarrollo local puede ser considerado como una peligrosa acción de utopías si se pierde de vista el objetivo principal, el mismo que se centra en la construcción de una sociedad local donde se pueda manifestar la iniciativa y capacidad de los individuos y/o grupos, organizaciones sociales y/o comunitarias, ONG, entre otras.

Competitividad

Hoy en día la competitividad es un factor muy importante en el crecimiento de todo tipo de organización productiva, para varios autores, entre ellos Cordero y Torres (2018), han planteado que el verdadero nivel de importancia estuvo regido por las condiciones cambiantes del mercado, las cuales demandaban a las organizaciones nuevas estrategias que les permitieran mantener una posición y participación idónea en un mismo mercado. En años recientes, este factor se ha convertido en una prioridad incluso por instituciones del sector público y gobiernos.

En la actualidad, la competitividad es un tema que abarca a los sectores productivos y todo tipo de actividad económica, como un reflejo de la tan conocida globalización, que para los investigadores Román & Román (2018), refleja el proceso a nivel general e internacional de ser más eficientes y eficaces en cuanto al manejo y utilización de los recursos en la organización.

Según (Maldonado, 2017) al 2017 el Ecuador mantuvo una mala calificación en temas de competitividad, ubicándose en el puesto 97 de 137 economías con un índice de competitividad global (ICG) del 3.91 cuya posición le ubicaba por debajo de Argentina (92) y Nicaragua (93).

El indicador sobre competitividad mide 12 elementos, que son considerados como pilares fundamentales en las PYMES, entre ellas destacan; infraestructura; estabilidad macroeconómica; salud y educación primaria; educación superior y entrenamiento;

eficiencia en mercado de bienes; eficiencia en el mercado laboral; desarrollo del mercado financiero; preparación tecnológica; tamaño del mercado; sofisticación en los negocios; e innovación. Cabe indicar que el Ecuador cae en 10 de los 12, en los que no registra descenso son salud y educación primaria (Maldonado, 2017).

El ranking de competitividad del Foro Económico Mundial (FEM), presenta además una serie de factores que afectan con mayor incidencia a los negocios en cada país. En el periodo 2017 la inestabilidad política, las tasas impositivas y las regulaciones laborales restrictivas se ubican como los tres factores que generan mayores sesgos en los negocios de Ecuador.

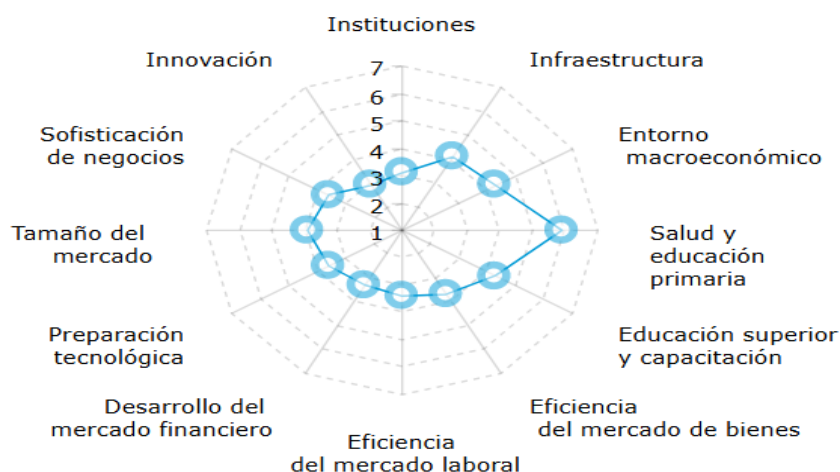


Gráfico 1. Índice de competitividad Global 2017 – 2018
Fuente: Foro Económico Mundial, 2018

La crisis en Ecuador es uno de los factores más negativos en la competitividad del país, según el informe del FEM, la economía más competitiva del mundo sigue siendo Suiza, por noveno año consecutivo. Estados Unidos sube un puesto, ubicándose ahora como la segunda economía más competitiva. Les siguen Singapur, Holanda y Alemania. Asimismo, la economía más competitiva de Latinoamérica sigue siendo Chile (33); le sigue Costa Rica en el puesto 47, mientras que Panamá cae a tercer puesto (50) (World Economic Forum, 2017).

Es necesario poder comprender que la competitividad de una región, país, ciudad, cantón o hasta la unidad de planificación pública más pequeña, está organizada por todos los actores que conforman no solo parte de la población económicamente activa (PEA), si no que en este grupo se involucran a todos los ciudadanos, con el fin de mejorar sus niveles de vida y niveles económicos.

En los sectores industriales y las grandes metrópolis se puede observar que la competitividad cada vez es más agresiva, debido al gran nivel de especialización, cadenas productivas, producción de bienes y exportación, al igual que al aprovechamiento de los recursos naturales mejoras continuas de la productividad y círculos de calidad en negocios existentes o que tratan de incursionar de manera exitosa en los mercados, según, Cruz, Blandón, & Cruz (2018); Fernández, Castillo, & Martínez (2018); Leyva, Cavazos, & Espejel, (2018), en este nivel se incluyen también aspectos relativos a la capacidad de exportación y venta de productos en los mercados externos de un país, al igual que la capacidad de defensa respecto a la excesiva penetración de importaciones; considerando entre otras cosas, las políticas monetarias, presupuestal, fiscal y comercial.

Modelos de Competitividad

En la actualidad coexisten varios modelos de la competitividad, en su mayoría centrados y enfocados en factores macro y micro económicos, así como también la penetración en nuevos mercados, utilización y apropiación de tecnología, nuevos competidores, generación de costos, control de calidad y reingeniería de procesos.

Los principales modelos de competitividad han sido contruidos con base en estudios de economía y administración, entre los más importantes se menciona:

- Los que estudian la productividad total de los factores,
- Aquellos inmersos en la competitividad y los ciclos económicos,
- Los que se perfila hacia las estructuras de mercado y la competitividad a nivel nacional e internacional, y

- Los que están orientados al desempeño de la economía abierta en relación con la competitividad

Las aportaciones de los autores como Learned, Christensen, Andrews y Guth con el modelo LCAG, el cual insiste en confrontar a la organización con el medio ambiente competitivo mediante el empleo de sus propios recursos y evaluando las limitaciones de la misma, no obstante a inicios de 1965, surgen los primeros modelos del análisis estratégico, destacando primeramente el trabajo realizado por Ansoff en el mismo año, en el que enfatiza en la evaluación interna y externa de las potencialidades respecto al entorno, los mismo que coinciden con los estudios de (Morales y Pech, 2000).

Por otro lado (Porter, 2010), ofrece una alternativa a las explicaciones de la competitividad, específicamente orientada en los factores que vuelven más competitiva a una industria, es decir, demanda, estrategia, rivalidad de las empresas, presiones y capacidades de la organización, siendo así que se adopta el concepto de ventaja competitiva con fin de aplicar en las industrias. La competitividad toma los factores externos de la organización para convertirlos en oportunidad, y a través de estrategias competitivas contribuir a la consecución de las metas organizacionales.

El modelo de los investigadores Grueso, Gómez y Garay (2009), determina la competitividad a través del análisis de factores internos y externos en donde se identifica tres grupos: empresarial (gestión, innovación y producción), estructurales, caracterizados por que pueden ser poco controlables (mercado, estructura industrial y regulaciones), los sistémicos, los cuales se constituyen como externos a la empresa y por su nulo control (legales, políticos, sociales y de infraestructura).

Consecuentemente, el autor Porter (2010) destaca el aporte del modelo de las cinco fuerzas tradicionales: Poder de negociación de los compradores o clientes, Poder de negociación de los proveedores o vendedores, Amenaza de nuevos competidores entrantes, Amenaza de productos sustitutos, Rivalidad entre los competidores; las mismas que interaccionan entre sí, convirtiéndole a una organización en competitiva. Según (Morales y Pech, 2000) esto permite obtener una plataforma triangular que

mediante un hilo conductor potencia el conjunto de dichos conceptos, donde cada uno de ellos tiene su propio valor.

El aporte de (Médici, 2018) argumenta la necesidad de un sistema financiero y fiscal competitivo enfocado en el desarrollo y apertura de nuevos mercados, bajo la premisa de hiper competencia global en el mercado nacional que propicien la confianza a los inversionistas, al mismo tiempo que se establecen tasas impositivas y bajos costos de transacción.

Los factores para competitividad de las empresas se agrupan en dos tipos: el primero de ellos está relacionado con la calidad de los productos, la incorporación de la tecnología, la eficiencia en los flujos de producción, las relaciones de colaboración con otras empresas y la capacitación de los trabajadores, el segundo hace referencia al precio y costos, pues destaca que al ser más competitiva la empresa, busca ofrecer un bien o servicio a menor precio que la competencia, y que a su vez, se reduzcan los costos como parte de la estrategia (Alarcón Villamil, 2016).

En algunos casos se cree que el directivo juega el papel más importante de la organización, sin embargo para Quero (2003), lo más importante es poner en marcha estrategias, desarrollar una amplia gama de alternativas, de tal manera que permitan aprovechar sus fortalezas y oportunidades para generar ventajas competitivas ante sus competidores posibilitándole la obtención de un lugar destacado en el mercado.

Por lo tanto, se puede decir que la competitividad no surge espontáneamente, sino que se alcanza bajo procesos de negociaciones y aprendizajes de grupos de personas y organizaciones que intervienen de forma directa e indirecta.

Modelo Asociativo

La asociatividad surge como un componente de cooperación en donde una empresa decide espontáneamente la participación y unión de esfuerzos en conjunto con otras empresas cuyas metas son compartidas, según el investigador Alarcón (2016), no importa su independencia jurídica y autonomía gerencial, ya que busca alcanzar las

metas organizacionales de todas las empresas participantes que consoliden sus esfuerzos mediante la cooperación, equidad, adaptación, liderazgo, consolidación, innovación, etc.

La autogeneración y construcción de espacios unificados por los actores principales del sector productivo, permite establecer las estrategias de acción colectiva que permita alcanzar los objetivos de cada participante (Barreto Cevallos & García Montesinos , 2005).

Origen y evolución de los modelos asociativos productivos

Partiendo de concepto asociativo, se lo puede entender como el efecto de asociarse o de asociar, una relación existente entre un grupo de personas que tienen un mismo fin en común, la Constitución de la República (Asamblea Nacional, 2015) en el artículo 39 establece que el Estado reconocerá a los jóvenes como actores estratégicos del desarrollo del país y les garantizará la educación, salud, vivienda, recreación, deporte, tiempo libre libertad de expresión y asociación, además fomentará su incorporación al trabajo en condiciones justas y dignas, con énfasis en la capacitación, la garantía de acceso al primer empleo y la promoción de sus habilidades de emprendimiento.

Así también el artículo 18 de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria (Asamblea Nacional, 2011) define al Sector Asociativo como el conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada bajo los principios definidos en el artículo 4 de la misma Ley:

- La búsqueda del buen vivir y del bien común;
- La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales;

- El comercio justo y consumo ético y responsable;
- La equidad de género;
- El respeto a la identidad cultural;
- La autogestión;
- La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas; y,
- La distribución equitativa y solidaria de excedentes.

Es así, como las asociaciones son organizaciones creadas por el hombre que tienen como objeto establecer el trabajo enfocado al desarrollo, con una estructura organizativa y un cuerpo jurídico que les permite ser reconocidas como organizaciones de ayuda social hacia los grupos más vulnerables del entorno.

En la antigüedad las asociaciones ya existían sin una figura legal, ni leyes que las amparen o normas jurídicas constituidas, nacen a partir de las necesidades de la población, con prácticas de solidaridad de colaboración de trabajo encaminado al fortalecimiento de su grupo social (Maldovan Bonelli, 2012).

Los registros históricos muestran que el origen de las asociaciones comienza desde el inicio mismo de la civilización, es así, como en el mundo antiguo la idea de asociarse se crea como una iniciativa que facilite alianzas, las mismas que permitan cubrir necesidades que solo con las asociatividades se las puede alcanzar, es así, que los ancestros comprendieron que era más fácil realizar las tareas o trabajos en forma colectiva que de manera individual, motivo por el cual, se comienza a dar un paso importante en el contexto asociativo para la obtención de bienes o servicios enfocados en el trabajo solidario (Aristizábal Botero et al., 2018).

Las comunidades primitivas colaboraban en las tareas de la caza, de la pesca y la recolección de frutos, que en consecuencia estas micro asociaciones empezaban a dar resultados en la obtención de recursos naturales de manera organizada y más efectiva (Tabío, 2015).

En tal sentido, la cooperación comienza en las comunidades, con el propósito de trabajar en la obtención de resultados los mismos que satisfagan las necesidades de un grupo (Causse Cathcart, 2009). El cooperativismo como trabajo que involucra a un grupo de personas, las mismas que laboran para la obtención de resultados que conlleven a un solo propósito fortaleciendo la participación activa de todos los individuos (Uribe-Macías et al., 2017).

Es así, que en el siglo XVII aparecen los precursores del movimiento cooperativo Plockboy y Bellers, los mismos que empiezan a formar los cimientos del cooperativismo, en el año de 1695 Beller, publica el trabajo titulado, Propositiones para la creación de una asociación de trabajo de todas las industrias útiles y de la agricultura. Este documento publicado relata la importancia de asociarse como alternativa de fortalecimiento y de crecimiento, estandarizando la confianza y la estabilidad acoplada al desarrollo que tiene como base el trabajo asociado (INSAFOCOOP, 2016).

Se menciona también, el aporte invaluable de muchos personajes, como Robert Owen (1771-1858) y Charles Fourier (1772-1837), Luis Blanc (1812-1882), pensador y político francés, considerado como precursor del cooperativismo de producción. En su publicación titulada La organización del trabajo (1839) demuestra su inclinación hacia el socialismo criticando el individualismo y la libre competencia, en tal sentido, según el autor, no se trataba de una libertad económica más bien era la real explotación de sector más débil de la sociedad. Por lo tanto, se crea la necesidad de una sociedad más igualitaria. Es así, como propone la idea de la creación de cooperativas obreras con democracia, las mismas que se encarguen del proceso de producción (Ramos, 2005).

Por lo tanto, se plantea la necesidad de la creación de asociación de producción que ofrezcan más oportunidades de desarrollo con justicia y equidad amparada en la verdadera libertad económica que es la competencia leal, justa e igualitaria favoreciéndose al sector más afectado económicamente llamado el sector débil.

Promoviendo la creación de las asociaciones y cooperativas de producción, se garantiza el derecho al trabajo siendo los mismos obreros los generadores de su propio ingreso (Jovanovic et al., 2018).

Por otra parte, en Europa en Inglaterra y en Alemania empieza a tomar forma las asociatividades de manera local, mientras que en Francia se empieza a realizar una obra humanista universal fundada en conceptos de justicia, por ende, las asociaciones obreras de producción tienen origen hacia el año de 1851 como una propuesta al modelo económico existente (Uribe-Macías et al., 2017).

Sin embargo, Monsalve (2017) adopta el término de asociación, como una propuesta al trabajo como acción colaborativa mas no individual con un concepto claro de eliminar los intermediarios y sean los mismos productores quienes puedan ofertar sus productos directamente al consumidor. A sí mismo, algunas asociaciones como las que hoy conocemos aparecieron en el reinado de Luis Felipe.

No obstante, entre los años de 1835 y en 1840 aparecieron ya las primeras asociaciones como la de joyeros y de zapateros, Así mismo, la asociación de panaderos, también otras asociaciones como la de Rochefort.

Por otro lado, se conoce como la primera asociación en los registros históricos en el año de 1884 «Rochdale Society of Equitable Pioneers», sin embargo, la existencia de muchas asociaciones en diversas partes del mundo, empiezan a incrementarse, asociaciones de diferente índole como lecheras, de arrendamientos de tierra, pescadores entre otras (Merino Hernández, 2005).

Sin embargo, una teoría formulada como socio-económica basada en la filosofía de personajes del siglo XIX, propone al cooperativismo como una parte del pensamiento del ser humano que le permite integrarse, cooperar involucrándose fielmente con la obtención de resultados que conllevan al mejoramiento continuo de la organización a la que pertenece (Lozano Monroy, 2010).

Orígenes de las asociaciones modernas

El punto de referencia al modelo de asociación data en el año de 1844 que surge en el poblado de Rochdale, Inglaterra; el 21 de diciembre, 28 individuos entre ellos una mujer se han propuesto en la tarea de formar la primera Cooperativa de consumo (COAC San José Ltda., 2018).

Sin embargo, las asociaciones han evolucionado en varios campos llegando su campo de acción en diversas áreas como: productivas y servicios. Son innumerables las asociaciones que existen en el mundo, en la actualidad constan de una estructura, generalmente se nombra una directiva en donde es común encontrar un equipo directivo encabezado por un representante legal que es el gerente y sobre este la asamblea general (Fundación Gestión y Participación Social, 2016). Son entidades flexibles que pueden perfectamente alinearse al enfoque de creación de áreas que promuevan el desarrollo organizacional, como comisiones de trabajo, control interno y más según las necesidades que presenten en su orientación social.

Tipos de modelos asociativos

Según la (Organización Internacional del Trabajo [OIT] Ministerio de Comercio Exterior y Turismo PERÚ, 2016) se establecen tres tipos de modelos asociativos:

- 1) Asociación:** Es una forma de organización que permite que los artesanos puedan lograr mayor productividad, es decir tener más productos en menor tiempo de trabajo, con menos costos y menos recursos. Se caracterizan por alcanzar objetivos comunes, se basa en la confianza y acuerdos consensuados, la colaboración es voluntaria y su trabajo es articulado.

Para el buen funcionamiento de una asociación, es importante que exista mutua confianza entre los socios, y para que ello ocurra, cada uno debe respetar los derechos que tienen los otros, así como cumplir con las obligaciones establecidas por la asociación.

Entre los principales derechos y obligaciones que tienen los socios se encuentran:

- Elegir y ser elegido con voz y voto.
- Participar en las decisiones (un socio un voto).
- Involucrarse activamente en la vida institucional.

Entre los beneficios de asociarse se encuentran:

- Reducción de costos: se puede comprar más insumos, ya que comprar de forma conjunta permite conseguir precios más bajos.
- Acceso a capacitación a menores costos: Se puede lograr que una entidad especializada le brinde servicios de capacitación y asistencia técnica a menores costos individuales.
- Mejora de la calidad y mayor precio de venta:
- Acceso a nuevos mercados
- Mayor volumen de producción

2) Consorcio: Es una modalidad asociativa ideal para los negocios, pueden asociarse personas naturales o jurídicas y aprovechar la oportunidad para hacer negocios conjuntos. Es un contrato por medio del cual dos o más personas se asocian para desarrollar uno o varios negocios.

3) Cooperativa: Es una asociación autónoma de personas unidas voluntariamente para satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales en común a través de una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática.

Según el investigador Barrera (2004) se establecen varios tipos de modelos asociativos los mismos que se articulan según las necesidades del sector en donde se realicen este tipo de proyectos:

a) Redes de Cooperación; Conjunto de empresas que comparten información, procesos o conglomeran ofertas, sin renunciar a funcionar de manera independiente. No existe una relación de subordinación.

- b) **Articulación Comercial;** Relación sostenida entre empresas ofertantes y demandantes la cual puede ser mediada o animada por un agente intermediario, bróker o gestor de negocios.
- c) **Alianza en Cadenas Productivas;** En base a acuerdos entre actores que cubren una serie de etapas y operaciones de producción, transformación, distribución y comercialización de un producto o línea de productos (bienes o servicios). Implica división de trabajo en la que cada agente o conjunto de agentes realiza etapas distintas del proceso productivo.
- d) **Alianza en Cluster;** De manera similar a las cadenas de valor, pero los actores están concentrados geográficamente y están interconectados en una actividad productiva particular. Comprende no sólo empresas sino también instituciones que proveen servicios de soporte empresarial.
- e) **Joint Venture;** Se constituye una nueva sociedad creada por dos o más empresas con personalidad jurídica independiente pero realiza una actividad empresarial supeditada a las estrategias competitivas de las empresas propietarias. Esta forma de cooperación implica la aportación de fondos, tecnología, personal, bienes industriales, capacidad productiva o servicios.
- f) **Consortios;** Aquél por virtud del cual dos o más personas se asocian para participar en forma activa y directa en un determinado negocio o empresa con el propósito de obtener un beneficio económico. Los Consortios se pueden formalizar legalmente sin que las empresas pierdan su personería jurídica pero con una gerencia común.

En cuanto a condiciones de los modelos asociativos, el investigador Alda (2018) establece que la confianza, solidaridad, colaboración, compromiso y responsabilidad, son factores importantes de solides entre las empresas organizadas bajo este tipo de modelos de gestión.

Del mismo modo, (Arango Benjumea, 2017) establece algunos factores importantes para la conformación de asociaciones: la confianza al momento de seleccionar a los socios, transparencia y mecanismos de control, objetivos comunes y

atractivos, planificación adecuada de la asociación, formulación y ejecución de proyectos que ayuden a la consecución de los apoyos económicos, autoridad de los directivos, resolución de desacuerdos y manejo de conflictos.

Características del modelo asociativo

Algunas principales características de la asociatividad son:

- a) **Su incorporación es voluntaria;** ninguna empresa es forzada a integrar un grupo, sino que lo hace cuando tiene la convicción de que puede generarle oportunidades de crecer y mejorar.
- b) **No excluyen a ninguna empresa por el mercado en el que operan;** estos modelos son aplicables a cualquier tipo de empresa, sin importar a la industria que pertenecen. Según el tipo de asociatividad que se adopte, puede estar enfocado a un determinado miembro o incorporar socios de actividades diversas.
- c) **Se mantiene la autonomía general de las empresas;** no se trata de un joint venture en el cual las decisiones de cada participante están en función de las necesidades de las demás. En el caso de los grupos asociativos, cada empresa mantiene su autonomía, y decide qué hacer con los beneficios que obtiene del proyecto.
- d) **Puede adoptar distintas modalidades;** tanto organizacionales como jurídicas.

Objetivos de los modelos asociativos

Las organizaciones y empresas que se asocian para obtener algún tipo de beneficio en forma conjunta, buscan mejorar sus modelos de negocios a través de la asociatividad y trabajo colaborativo, esto implica que debe hacerse, idealmente, entre empresas o socios que determinen objetivos y valores comunes y cuyas habilidades se complementen entre sí, de manera tal que todos tengan algo para contribuir.

Los objetivos o beneficios, planteados por el investigador Córdova (2012), pueden resumirse en tres principales: financieros, organizacionales y de comercialización.

- Entre los objetivos financieros, el más usual es el acceso a fuentes genuinas de financiamiento para reinversión, desarrollo de productos o mejoras y ampliaciones. Los empresarios suelen asociarse no sólo para contar con garantías necesarias, sino también para aumentar su capacidad de negociación ante organismos públicos encargados de instrumentar líneas de financiamiento. Otros objetivos asociativos son las compras e inversión conjunta, la reducción de costos operativos, el acceso a nuevos mercados, la diversificación de la oferta de servicios, etcétera;
- Los objetivos organizacionales se refieran a la mejora en los procesos productivos, la aplicación de nuevas formas de administración o instrumentar procesos de planeamiento estratégico, la posibilidad de intercambio de información productiva o tecnológica y la capacitación, el acceso a recursos críticos, tecnologías de procesos, y aumento conjunto del poder de negociación con proveedores y clientes.
- Finalmente, los objetivos de comercialización incluyen todos los beneficios derivados de la realización más o menos sistemática de estudios de mercado, al repartir costos y tecnologías entre los socios. Otros objetivos de comercialización se refieren al lanzamiento de nuevos productos al mercado, el intercambio de información comercial y la conformación de alianzas para vender y promocionar en forma conjunta.

CAPÍTULO II

MARCO METODOLÓGICO

Para definir la metodología, se ha utilizado el material bibliográfico de (Hernández Sampieri, Fernandez Collado , & Baptista Lucio, 2006) y (Salkind, 1999).

En una primera fase del proceso investigativo se utilizó el método científico toda vez que se acudió a diversas bibliotecas para obtener información sobre el tema, como libros, revistas, e internet. Asimismo, se utilizó el método inductivo, ya que se analizó la situación de las cadenas productivas en América Latina y el sector en mención en cuanto a su conformación.

La segunda fase del asunto de indagación consistió en obtener información más específica a la región, proporcionada por el Cuerpo de Bomberos de Chimbo; es decir, el catastro de todos los negocios con sus diversas actividades. También se estudió el modelo de Asociatividad de Salinas de Guaranda, "El Salinerito".

La fase final del proceso para recabar la información consistió en la realización de una encuesta con el gerente propietario de las empresas, se indagó sobre aspectos como: los eslabones con los cuales cuenta la organización, si la empresa cuenta con convenios con empresas o instituciones para mejora de la calidad y/o capacitación, si la adquisición de algunas materias de primas se realiza mediante alianzas estratégicas con sus competidores y finalmente sobre los beneficios que le proporciona a la empresa el integrarse como cadena productiva.

De esta manera se obtuvieron resultados, que permiten brindar material vigente a la sociedad en general, los cuales se muestran a continuación.

Procedimiento para la búsqueda y procesamiento de los datos

Población de estudio

Para realizar un estudio favorable en la obtención de la muestra, se ha obtenido información del catastro del Cuerpo de Bomberos de Chimbo, el mismo que contiene el listado de los negocios existentes en el Cantón, para lo cual se aplicó la técnica del muestreo estratificado (Morillas, 2010) porque se procedió a elaborar la división previa de la población de estudio en grupos homogéneos respecto al objetivo de estudio. Además se empleó un cuestionario con preguntas cerradas, en donde el encuestado selecciona una respuesta de las alternativas propuestas.

Tamaño de la muestra

En el párrafo que antecede ya se menciona la técnica de muestreo aplicada en la investigación, para el cálculo del tamaño de la muestra se toma como base el total de 449 negocios existentes en el Cantón Chimbo entre tiendas, cafeterías, pirotécnicos, ebanistas, bares, cyber, tiendas de agroquímicos, gasolineras, mecánicas, panaderías, heladerías, zapaterías, cabinas, comerciantes de granos, discotecas, bazares, librerías, gabinetes de belleza, tercenas, consultorios médicos, hoteles, ferreterías, entre otros. De los cuales se ha obtenido el sujeto de estudio conformado por 18 representantes de las empresas productivas, entre ellas: metalmecánica, panaderos y carpinteros o ebanistas.

Tabla 1. Listado de los representantes de las empresas productivas de la Parroquia San José de Chimbo

Nombres	Numero de Carpeta	Dirección	Actividad
Metal Mecánicas			
Albiño Ángel	5	Barrio San José	Fabricación de artículos en metal
Castillo Mora José Eladio	156	Calle Olmedo Y Luque	Taller de Puertas y Accesorios
Panaderías y Heladerías			
Becerra Guzmán Graciela Moraima	32	Chimborazo Y Sucre	Elaboración y venta de pan
Sánchez Bosques Víctor Vinicio	45	Circunvalación Vía A Guaranda	Elaboración y venta de pan
León Daniel Abdón	48	Guayas Y Olmedo	Elaboración de helado
Vásquez Vásquez Mariana de Jesús	113	Av 3 De Marzo # 1-77	Elaboración y venta de pan
Sosa Garofalo Dolores Bertha	390	Chimborazo y Juan Rosendo González	Elaboración y venta de pan
Lombieda Bonilla Gabriela	495	Tres De Marzo y Eloy Alfaro	Elaboración y venta de pan
Pérez Pérez Lola	532	Calle Chimborazo Vía a San Miguel	Elaboración y venta de pan
Caluña Agualongo Esthela Dolores	118	10 De Agosto Y Chimborazo	Elaboración y venta de pan
Chillo Jiménez Omar Bladimir	175	Chimborazo Y Sucre	Elaboración y venta de pan
García Guevara Luis Miguel	199	Barrio Corazón de Jesús	Elaboración y venta de pan
Velasco Silva Jorge	248	Av. Tres De Marzo	Elaboración y venta de pan
Carpinterías			
Zapata Ramos Ricardo Salomón	150	Calle Víctor Del Pozo	Carpintería
Tuala Holger Vinicio	4	San Sebastián Tumbiguan	Carpintería
Mora Veloz Oswaldo	15	Vía Tamban	Carpintería
Verdezoto Barragán Lizardo	60	Calle Guayas	Carpintería (ebanista)
Silva Núñez Romeo Fernando	160	Casa Guayco	Carpintería

Fuente: Elaboración propia con la información del catastro de empresas proporcionado por el Cuerpo de Bomberos del Cantón Chimbo

Cabe mencionar que en esta investigación se aplica el Modelo Asociativo de Tipo Alianza en Cadenas Productivas, el mismo que cubre las diferentes etapas de producción, distribución y comercialización de los productos, con base a acuerdos entre sus integrantes.

El enfoque de cadenas productivas es útil para generar procesos de desarrollo, puesto que permite visualizar la cadena en su conjunto, identificando puntos críticos y oportunidades de mercado, y de esta manera diseñar e implementar estrategias que permitan a los miembros que hacen parte de la cadena, lograr sus objetivos y construir una visión de futuro compartida que les permitan construir cadenas de valor (Córdova, 2012).

El poder asociarse permite enfrentar los problemas de manera conjunta en lo organizacional, financiero y comercial. Convenciéndose así en la mejor forma de afrontar su situación actual, favoreciendo a todos por igual.

En este sentido, es necesario que se establezca las relaciones de autoridad, para que determinen cómo los recursos financieros, materiales y humanos fluyen y se localizan dentro de la cadena productiva. De esta manera, una buena asociatividad de este tipo debe permitir:

- Identificar los intereses comunes a partir de la negociación de intereses diversos.
- Un acuerdo claro sobre los roles de cada uno de los miembros.
- Definirse conjuntamente las normas, reglas claras y mecanismos de control para su cumplimiento.
- Tomar decisiones estratégicas de forma participativa.
- Construir una visión conjunta.
- Establecer relaciones en las que todos los miembros obtengan beneficios como resultado equitativo de un proceso desarrollado.

El estudio permite hacer un análisis de la cadena productiva centrándose en la forma que los asociados acceden y construyen capital social. En este sentido, el capital social se refiere a los aspectos de la organización como la confianza, normas y redes que pueden mejorar la eficiencia de una sociedad al facilitar la acción coordinada (Ostrom & Ahn, 2003). Una buena gobernabilidad permitirá sancionar el comportamiento negativo, cuando se cometen transgresiones que afectan el desarrollo de la cadena, y estimular el comportamiento positivo (Hewitt, 1998).

Variables

Dependiente:

Modelo Asociativo

Independiente:

Empresas productivas

Operacionalización de variables

Tabla 2. Operacionalización de variables

Variables	Dimensiones	Ítems
Variable dependiente: Modelo Asociativo	Organización y estructura	Constitución de la empresa
		Estructura interna
		Objetivos organizacionales claros
		Reglamento interno de trabajo
	Gestión de recursos humanos	Manual de funciones y responsabilidades
		Proceso para la contratación de personal
		Inducción del personal
		Plan de capacitación
		Trabajo en equipo
		Indicadores de desempeño

	Desarrollo de tecnología	Innovación
		Actividades de Investigación y desarrollo
		Acceso a Internet
	Aprovisionamiento	Inventario de materiales
		Política de adquisiciones
		Proveedores y contactos
Variable independiente: Empresas productivas	Logística interior	Distribución en planta
		Sistema de producción
		Control de materiales e insumos
		Maquinaria y equipo
	Operaciones	Optimiza los tiempos de fabricación
		Adaptabilidad para satisfacer cambios en la demanda
		Proceso productivo
		Controles e inspecciones
		Plan de seguridad y salud ocupacional
	Logística exterior	Competencia
		Inventario de productos terminados
		Análisis de los costos
		Cuidado al medio ambiente
	Marketing y ventas	Producto terminado de calidad
		Identificados de clientes
		Registro de clientes
		Necesidades y expectativas de clientes
		Publicidad
		Medios electrónicos de venta
	Servicios	Servicios posventa
		Reclamos de clientes
		Satisfacción de clientes

Fuente: Elaboración propia con la información de entorno

Resultados del diagnóstico de la situación actual

A continuación se exponen los resultados obtenidos de forma general de la aplicación de la encuesta a los miembros de las empresas productivas, cuya función es la transformación de las materias primas en productos elaborados destinados al consumo y o uso.

Tabla 3. Tabulación general de encuesta

ETAPAS	PREGUNTAS	RESPUESTAS		PORCENTAJE	
		SI	NO	SI	NO
Organización	¿Tiene usted conocimiento de la Ley de Economía Popular y Solidaria?	0	18	0%	100%
	¿Se encuentra constituida legalmente su empresa?	18	0	100%	0%
	¿La empresa goza de una estructura interna adecuada?	3	15	17%	83%
	¿Se han planteado objetivos dentro de la empresa?	7	11	39%	61%
	¿Usted forma parte de alguna asociación?	9	9	50%	50%
	¿Conoce las necesidades de su parroquia?	15	3	83%	17%
	¿Su actividad productiva genera fuentes de trabajo para los habitantes de su parroquia?	16	2	89%	11%
	¿Su empresa dispone de un reglamento interno de trabajo?	0	18	0%	100%
	¿Su empresa cuenta con un manual de funciones y responsabilidades?	0	18	0%	100%
	¿Se encuentra normado el proceso para la contratación del personal?	0	18	0%	100%
	¿Usted cuenta con plan de capacitación para el personal?	0	18	0%	100%
	¿Usted motiva a realizar el trabajo en equipo?	14	4	78%	22%
	¿Usted mide el desempeño de sus empleados?	10	8	56%	44%
	¿Cuenta la opinión de su personal en la toma de decisiones?	3	15	17%	83%
Producción	¿Usted utiliza la tecnología para la fabricación de su producto?	13	5	72%	28%
	¿Se optimiza el tiempo en la fabricación de los productos?	7	11	39%	61%
	¿Se realizan controles durante la elaboración del producto?	15	3	83%	17%
	¿Posee un inventario un inventario de materiales y productos terminados?	8	10	44%	56%
	¿Conoce cuánto le cuesta producir su producto?	7	11	39%	61%

	¿Usted, lleva un control de materiales?	12	6	67%	33%
Distribución	¿Usted tiene definido su mercado?	15	3	83%	17%
	¿Dispone de un registro de proveedores?	12	6	67%	33%
	¿Dispone de un registro de clientes?	6	12	33%	67%
	¿Tiene acceso al internet?	14	4	78%	22%
Comercialización	¿Usted, promociona sus productos a través de algún medio de comunicación?	5	13	28%	72%
	¿Ha realizado ventas a través del uso de internet?	3	15	17%	83%
	¿Realiza el servicio de posventa?	4	14	22%	78%
	¿Se atienden los reclamos de los clientes?	18	0	100%	0%
	¿Mide la satisfacción del cliente?	14	4	78%	22%
	¿Conoce a su competencia?	15	3	83%	17%
	¿Usted cree que al formar parte de una asociación, obtendrá mayores beneficios?	16	2	89%	11%

Fuente: Elaboración propia con la información de la encuesta aplicada a los representantes de las empresas productivas de la parroquia San José de Chimbo

Análisis de la etapa Organización

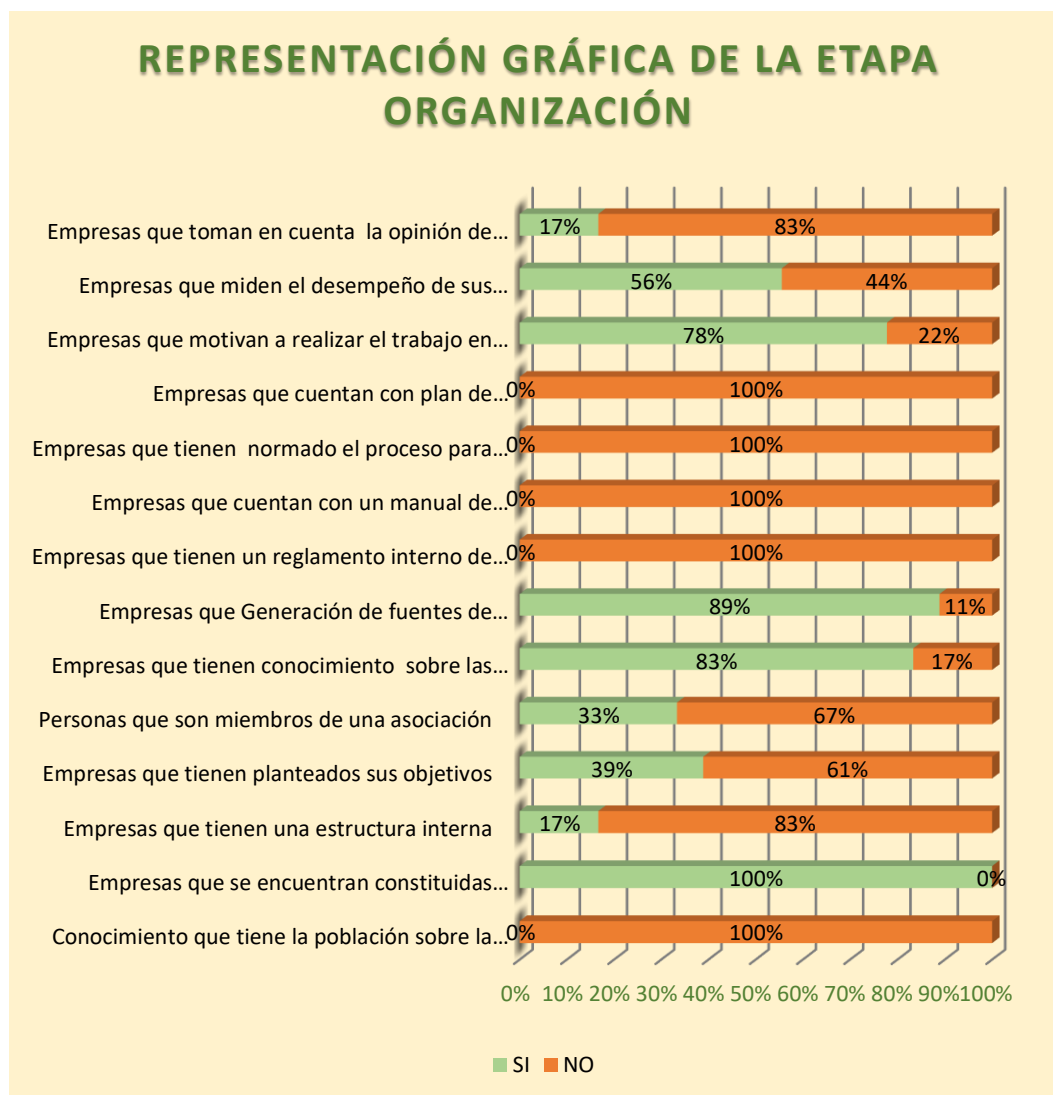


Gráfico 2. Resultado de la encuesta de la primera etapa “Organización”

Fuente: Elaboración propia con la información de la encuesta aplicada a los representantes de las empresas productivas de la parroquia San José de Chimbo

Los resultados muestran que existe desconocimiento sobre la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, lo cual es preocupante porque esta ley define a la economía social como la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para

satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital.

Legalmente las empresas se encuentran constituidas y por ende con sus permisos de funcionamiento al día; en la organización interna, pocas son las que tienen definida su estructura (17%) así como el planteamiento de objetivos alcanzar en un periodo dado (39%). Así también, el 33% de empresas son miembros de alguna asociación; en su gran mayoría (83%) conocen las necesidades de la parroquia, lo cual es una fortaleza en vista de que se puede orientar la producción a satisfacer las necesidades existentes. Como es lógico, las empresas crean fuentes de trabajo, en el caso de estudio se genera un 89% de empleo, contribuyendo así al desempleo del cantón.

Se visualiza la carencia de herramientas administrativas que favorecen el trabajo en todas las áreas de la empresa, tal es caso de un reglamento interno, que de cierta manera es perjudicial porque por medio del mencionado instrumento el empleador regula las obligaciones y prohibiciones a las que deben ajustarse los trabajadores, en relación con sus labores. El mismo caso se da con el manual de funciones y responsabilidades en donde se describe y establece la función básica, las funciones específicas, las relaciones de autoridad y dependencia, así como los requisitos para acceder al puesto de trabajo.

De igual forma la inexistencia de un proceso para la contratación del personal así como un plan de capacitación, se convierten en debilidades para las empresas, ya que para el buen funcionamiento independientemente si se asocian o no, son necesarios para una organización interna eficiente, que regule el control y uso adecuado de sus recursos.

La esencia de una asociatividad es el trabajo en equipo orientado a alcanzar objetivos en común, es así que un 78% sí trabaja en la motivación a realizar el trabajo en equipo, lo cual conlleva a lograr mejores resultados.

La medición del desempeño es crucial en una empresa por el mismo hecho de que está generando fuentes de empleo y la vez invirtiendo recursos en la localidad, este tema no ha sido descuidado, así lo demuestran los resultados en un 56%.

La participación de los empleados en la toma de decisiones es necesaria porque se puede conocer su punto de vista y mediante este, trabajar en conjunto para alcanzar lo que se propone para beneficio colectivo, es un factor que se toma en cuenta por las empresas en un 17%.

Análisis de la etapa Producción

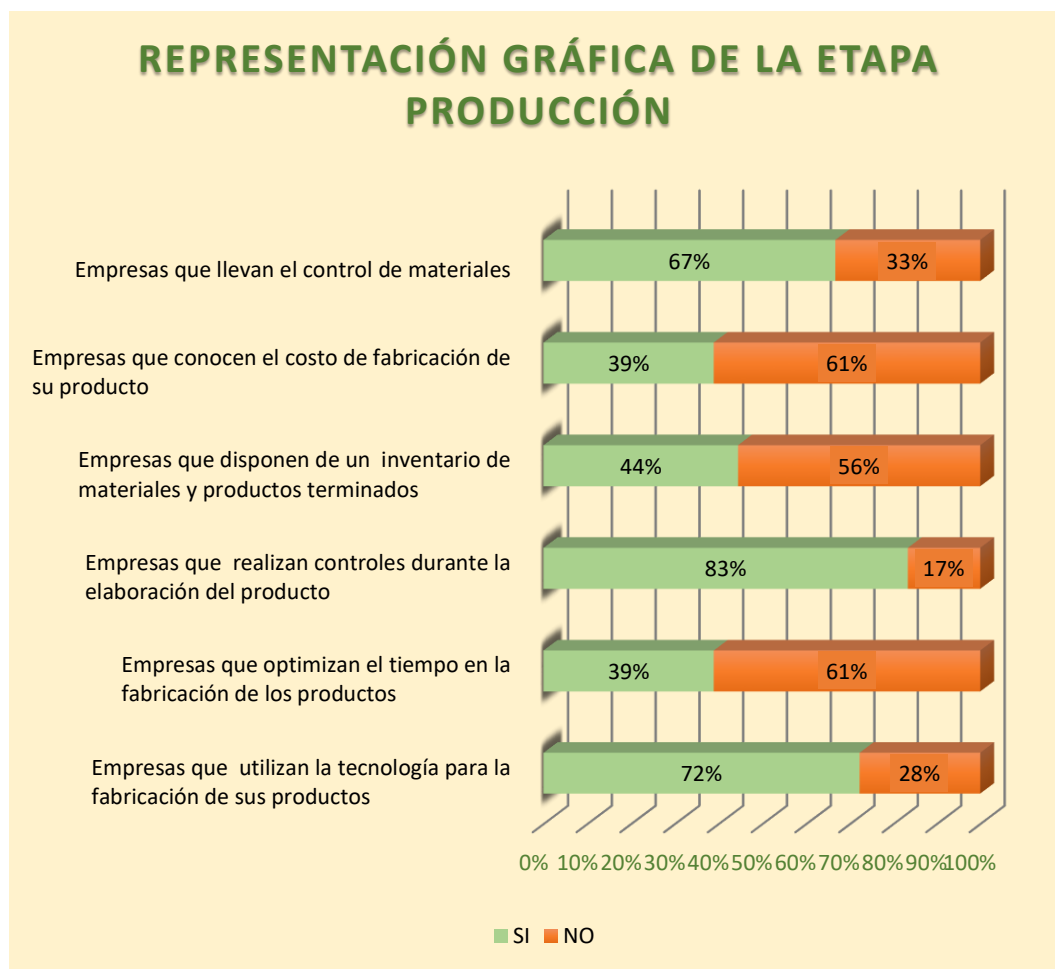


Gráfico 3. Resultado de la encuesta de la segunda etapa “Producción”

Fuente: Elaboración propia con la información de la encuesta aplicada a los representantes de las empresas productivas de la parroquia San José de Chimbo

La etapa de la producción es la razón de ser de una empresa productiva, es ahí en donde sucede el proceso de transformación de las materias primas en producto terminado, el mismo que impactará de forma positiva o negativa en el mercado. Por esta razón es crucial el uso de la tecnología en el proceso, favoreciendo positivamente al desarrollo de las actividades productivas, es así que el 72% sí cuenta con tecnología para la fabricación de los productos.

El desconocimiento de herramientas administrativas como ya se mencionaba en el análisis de la etapa de la organización interna, produce resultados que impactan en los costos, esto hace referencia a que el 39% de empresas optimizan el tiempo en la fabricación de los productos, mientras que el 61% no lo hace.

El control permite que una actividad se realice adecuadamente para obtener un resultado óptimo, es así que el 83% si realiza controles durante la elaboración del producto, pero si le relacionamos con la pregunta que le antecede, algo está fallando en el control ya que no se está optimizando el tiempo.

Un inventario es esencial en una empresa productiva, porque es ahí donde se encuentra su capital de trabajo, el mismo que le genera utilidad o pérdida. En este sentido, el 56% no disponen de un inventario de materiales ni de productos terminados y por ende no llevan un control en la asignación de recursos para la fabricación de un producto, por lo que el 61% desconoce el costo de lo que le cuesta producir.

Análisis de la etapa Distribución

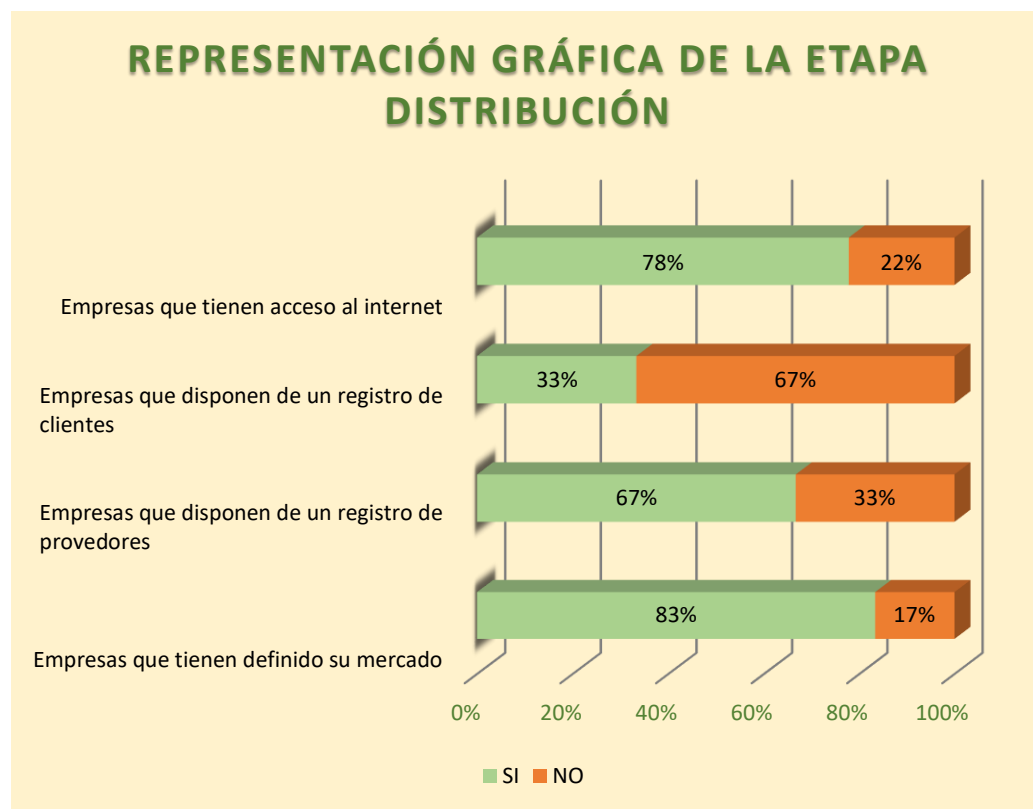


Gráfico 4. Resultado de la encuesta de la tercera etapa “Distribución”

Fuente: Elaboración propia con la información de la encuesta aplicada a los representantes de las empresas productivas de la parroquia San José de Chimbo

La distribución no es más que el conjunto de actividades, que se realizan desde que el producto se encuentra fabricado, consiste en llevar al mercado el resultado del proceso de producción a través de estrategias de comunicación. En este sentido las empresas productivas de la parroquia San José de Chimbo tiene definido su mercado en un 83%, disponen de un registro de proveedores un 67%; de un registro de clientes el 33% y tienen acceso al internet un 78%. Los factores mencionados son aceptables y pese a que son empresas pequeñas de producción, van actualizándose de a poco sobre el mejor manejo de la logística interna de preventa.

Análisis de la etapa de comercialización

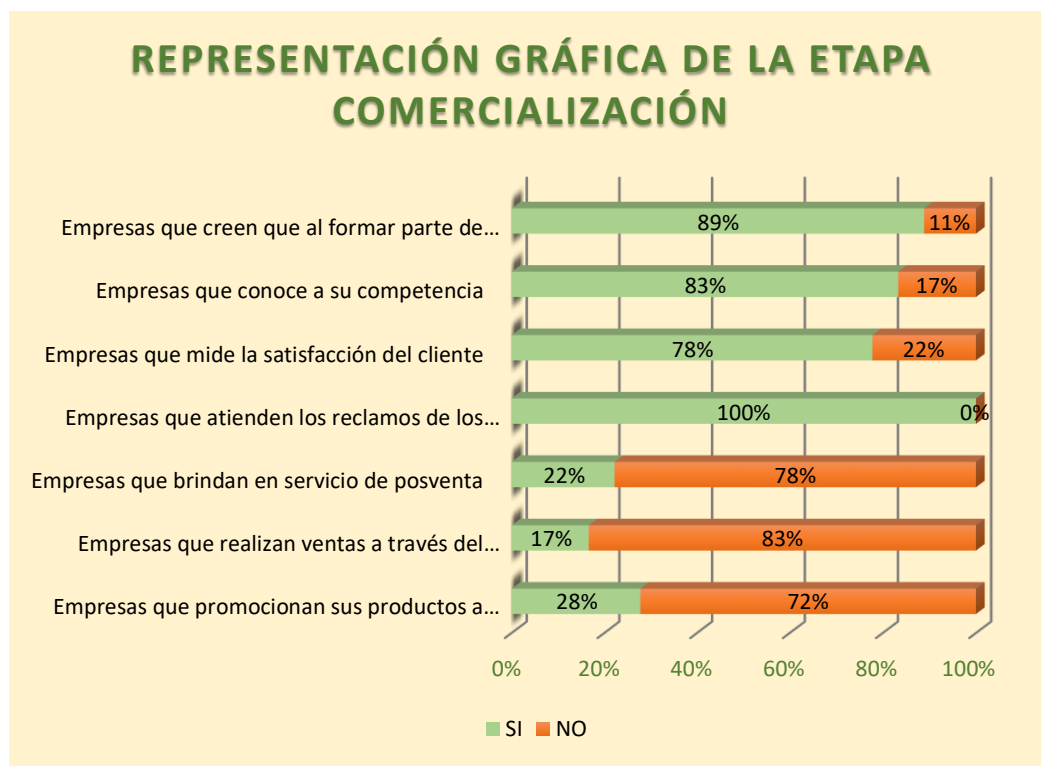


Gráfico 5. Resultado de la encuesta de la cuarta etapa “Comercialización”

Fuente: Elaboración propia con la información de la encuesta aplicada a los representantes de las empresas productivas de la parroquia San José de Chimbo

Una estrategia para la venta de los productos es la publicidad en cualquier medio de comunicación, en donde se da a conocer las bondades del producto. Siendo un elemento principal para que las ventas sean mayores, se observa que el 72% no promociona sus productos, el 83% no hace uso de la tecnología para hacer ventas.

Se resalta también el servicio de posventa en un 22%; la atención frente a las quejas y reclamos de los clientes, se recepta positivamente por parte de las empresas. Trabajan en la medición de la satisfacción del cliente en un 78%.

El análisis ha demostrado que las empresas productivas de la parroquia San José de Chimbo, requieren fortalecer la etapa de la organización interna, tomándose como punto de partida para una gestión productiva eficiente. De esta manera es necesario que

se estructure un modelo asociativo que permita a las empresas ser más competitivas, con una mayor participación en las decisiones, formulándose una visión conjunta para la obtención equitativa de resultados.

CAPÍTULO III

MODELO ASOCIATIVO PARA EMPRESAS PRODUCTIVAS DE LA PARROQUIA SAN JOSÉ DE CHIMBO

El modelo se lo relaciona con el logro de los Objetivo nacionales de desarrollo del Eje 2 de la Economía al servicio de la sociedad; directamente con el Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria. Destacándose la importancia de fortalecer la asociatividad en el marco de la economía popular y solidaria.

El modelo asociativo en general, permitirá:

- Reducir los costos
- Incorporar tecnología
- Mejora el posicionamiento en el mercado
- Acceso a mercados de mayor envergadura
- Capacitación y adiestramiento del personal
- Incremento de productividad
- Desarrollo de nuevos productos
- Ventajas competitivas
- Mejora las posibilidades de negociación con clientes y proveedores

Objetivos

Objetivo General

Proponer un modelo de asociatividad basado en la alianza de cadenas productivas para las empresas productivas de la parroquia San José de Chimbo.

Objetivos Específicos

- Establecer un marco de referencia para la asociatividad de empresas productivas en la parroquia San José de Chimbo.
- Analizar la cadena productiva para la aplicación del modelo asociativo.
- Validar un modelo asociativo para las empresas productivas de la parroquia San José de Chimbo

Elementos del modelo Asociativo

Las empresas productivas son parte de un sistema sobre el cual tienen derechos y deberes, por lo que se debe gestionar los impactos, sean estos positivos o negativos, de manera responsable y asociativa, con una lógica de crear valor compartido para los distintos grupos de interés, con una mirada de sustentabilidad económica, social y ambiental de todo el sistema en el cual está inmersa.

Al haber obtenido el resultado de las encuestas en el capítulo anterior, se observa la ausencia de sistemas administrativos y de información (deficiente estructura interna, falta de objetivos en beneficio de la empresa, entre otros.); resistencia al cambio por el desconocimiento (no se considera importante un reglamento interno de trabajo, un proceso para reclutar al personal, un plan de capacitación); la mentalidad autosuficiente al no involucrar al personal en la toma de decisiones; el desconocimiento de sus deficiencias como empresas al llevar los costos de forma empírica, es decir desconociendo el costo del producto y a su vez sin contabilizar los inventarios; en ciertos casos el fabricar lo que el competidor produce sin evaluar las tendencias del mercado.

Por lo cual, la construcción del modelo se sustenta en la cooperación interempresarial, la cual sin menoscabo de su constitución jurídica y autonomía de cada una y por voluntad propia deciden integrarse a la asociatividad, a través de la cual se busca que las empresas de características similares, sumen sus capacidades de producción y se complementen, lográndose resultados a ser distribuidos de forma equitativa.

Con base a las fuentes consultadas y de acuerdo a los beneficios que presenta la asociatividad, se ha diseñado el siguiente Modelo Asociativo de Alianza en Cadenas Productivas para las Empresas Productivas de la parroquia San José de Chimbo. El mismo consta de tres fases.

FASE 1: Preparatoria

PASO 1: Creación del Grupo de cadenas

La Asociatividad productiva en la Parroquia San José de Chimbo es aplicable a todas las empresas, tal es el caso para los panaderos, ebanistas (carpinteros), y metalmecánicos.

Para lo cual, se parte de la constitución legal de la asociatividad a través de la inscripción en el Registro Público que estará a cargo del ministerio de Estado que tenga a su cargo los registros sociales. Dicho registro habilitará el acceso a los beneficios de la Ley de Economía Popular y Solidaria cuyo objeto es establecer un marco jurídico común para sus integrantes.

Además su actividad, deberá ser guiada por los siguientes principios:

- La búsqueda del buen vivir y del bien común;
- La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales;
- El comercio justo y consumo ético y responsable;
- La equidad de género;
- El respeto a la identidad cultural;
- La autogestión;

- La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas; y,
- La distribución equitativa y solidaria de excedentes.

Su estructura interna en lo que se refiere a gobierno y administración, constarán en su estatuto social, que preverá la existencia de un órgano de gobierno, como máxima autoridad; un órgano directivo; un órgano de control interno y un administrador, que tendrá la representación legal; todos ellos elegidos por mayoría absoluta, y sujetos a rendición de cuentas, alternabilidad y revocatoria del mandato.

Es necesario que para la ejecución de esta fase “Preparatoria” para la creación del grupo de cadenas productivas, se fomente la participación de las empresas productivas, siendo este un soporte fundamental que promueve el progreso de la comunidad. En este sentido, las estrategias a emplearse serían:

- La difusión y sensibilización en las personas a través de charlas y capacitaciones sobre la asociatividad, su importancia y beneficios para el fortalecimiento de un crecimiento económico sostenible.
- Abrir un espacio de diálogo sobre la problemática y las posibles soluciones enfocado a cambiar la mentalidad y cultura.
- La participación en el proceso será con todos los asistentes, especialmente con quienes no acostumbran emitir su criterio ya sea por miedo a equivocarse o por algún otro factor.
- Facilitar el acceso a la información a través del uso de la tecnología, que contribuya al conocimiento y cada vez sean más los interesados en participar.
- Motivar y cultivar el amor por el cantón, asumiendo como propios los desafíos en la construcción del modelo asociativo, cuyo resultado sería la identificación cultural que genere riqueza en bien colectivo.

De tal modo, se busca desarrollar las habilidades de las personas, resolver problemas, cambio de actitud y responsabilidad colectiva.

PASO 2: Determinación del objeto de análisis de la cadena

Objetivo: Acceder a nuevos y mejores mercados, con mayor cantidad de productos, eliminando intermediarios y agregando valor a la producción. Manteniéndose una relación donde todos estén al mismo nivel de compromiso e involucramiento en el uso eficiente de los recursos, para obtener mejores rendimientos y con ello ingresos superiores para las familias.

Política: Las empresas productivas a través del modelo asociativo están impulsadas por la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible, de manera redistributiva y solidaria, comprometiéndose a cumplir con lo dispuesto en la normativa legal y con los acuerdos suscritos con sus clientes y con el resto de grupos de interés.

PASO 3: Selección de la cadena y productos objeto de estudio

La cadena seleccionada corresponde a los ebanistas, quienes artesanalmente se dedican a la fabricación de guitarras, requintos, charangos, bajos, entre los principales. Es poca la generación de empleo en esta rama porque se produce en menor escala y el trabajo lo hace quien tiene el conocimiento en la familia, por lo general el jefe de hogar. En este sentido, los ingresos que se percibe son para sus propias necesidades.

La elaboración de estos instrumentos musicales se lo viene haciendo desde hace muchos años atrás, actividad productiva sobresaliente en la parroquia, cuyo mercado es nacional, siendo sus principales clientes los músicos, jóvenes, estudiantes, turistas, fanáticos de las artesanías, entre otros.

La mejora que se les puede dar a estos productos es en los acabados a través de la capacitación, uso de maquinaria y tecnología.

La mejora en los fabricantes sería asociarlos para producir a mayor escala, abrir más mercado y principalmente generar fuentes de trabajo.

PASO 4: Determinación del alcance del análisis

Se plantea analizar la importancia de la asociatividad en la producción de guitarras con la finalidad de expandir el mercado por ende generar un incremento de las ventas.

Diagrama de relaciones

Los ebanistas en la parroquia de San José de Chimbo, son personas que tienen una edad entre 60 y 70 años aproximadamente y la actividad productiva la vienen realizando desde su juventud. Los ingresos percibidos han ayudado a sacar a sus familia adelante pero el problema radica en que este sector productivo de la fabricación de guitarras no ha surgido del todo y sus ventas son bajas y se deduce que todavía no llega al punto de equilibrio (es el umbral donde no existe ni pérdida ni ganancia, pues los ingresos son iguales a los egresos, por lo tanto superado el punto de equilibrio, todo es ganancia.) y en el peor de los casos, no hay interés en los jóvenes por aprender el arte de fabricar los instrumentos de cuerda.

Los elementos generados en la problemática fueron:

- Ventas bajas
- Incremento de los costos de producción
- Falta de tecnología
- Deficiente posicionamiento en el mercado
- Falta de capacitación y adiestramiento
- Baja productividad
- Escasa posibilidad de negociación en un mercado externo

Las ventas bajas causa o influye sobre:

- ¿Los costos de producción? **Si** por que el costo es mayor
- ¿La tecnología? **Si** porque se trabaja manualmente
- ¿El posicionamiento en el mercado? **Si**
- ¿La capacitación y el adiestramiento? **No**

- ¿La Productividad? **Si** porque la relación juega entre la cantidad y los recursos utilizados.
- ¿La posibilidad de negociación en un mercado externo? **Si** porque si el producto no es de calidad, pierde espacio en el mercado.

Análisis del diagrama de decisión

Tabla 4. Diagrama de decisión

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P00	Fuerza de causa
P1	Ventas bajas	0	1	0	1	0	1	1	0	4
P2	Incremento de los costos de producción	0	0	1	0	0	0	0	0	1
P3	Falta de tecnología	1	1	0	1	0	1	1	1	6
P4	Deficiente posicionamiento en el mercado	1	0	1	0	0	1	1	1	5
P5	Falta de capacitación y adiestramiento	0	1	0	0	0	1	0	0	2
P6	Baja productividad	0	1	1	1	0	0	1	1	5
P7	Escasa posibilidad de negociación en un mercado externo	0	0	1	1	0	1	0	1	4
Fuerza de efecto		2	4	4	4	0	5	4	4	

Fuente: Elaboración propia con la información de los elementos analizados de la problemática

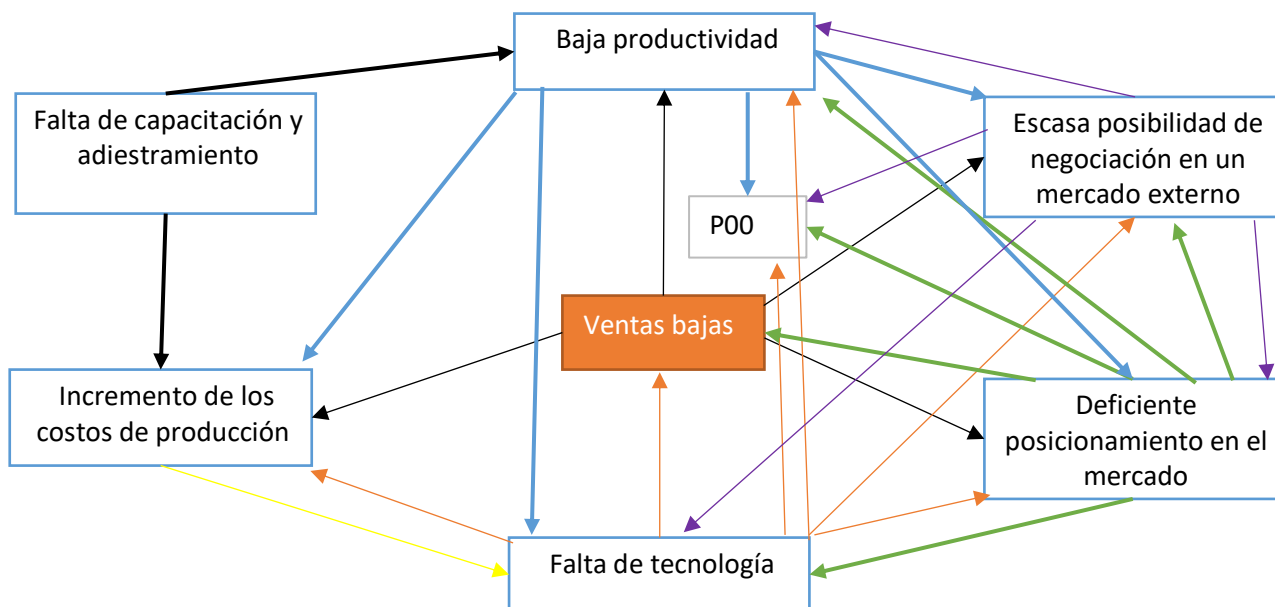


Gráfico 6. Representación gráfica del análisis de relaciones

Fuente: Elaboración propia con la información de los elementos analizados de la problemática

Tabla 5. Resultado Causa y Efecto

Elemento	Causa / Efecto / Total	Tipo
Ventas bajas	4/2/6	Efecto principal
Incremento de los costos de producción	1/4/5	Efecto principal
Falta de tecnología	6/3/9	Elemento clave
Deficiente posicionamiento en el mercado	5/4/9	Elemento clave
Falta de capacitación y adiestramiento	2/0/2	Causa principal
Baja productividad	5/5/10	Elemento clave
Escasa posibilidad de negociación en un mercado externo	3/4/7	Efecto principal

Fuente: Elaboración propia con la información de los elementos analizados de la problemática

Con este análisis he obtenido la causa principal del problema sobre la cual se debe enfocar, los efectos que se debe evitar y los problemas que deben ser vigilados.

Se trabajará directamente en los elementos clave, buscando resolver aquellos que traen un efecto en cada cadena sobre otras causas y efectos. Por ejemplo si se mejora el posicionamiento en el mercado, existiría la posibilidad de negociación en un mercado externo.

PASO 5: Diseño de instrumentos y métodos de recogida de información.

En este paso, se aplicará encuestas y entrevistas de ser el caso, con la finalidad de recabar información que permita identificar los factores positivos y negativos de la asociatividad o en otras palabras sus fortalezas y debilidades, oportunidades y amenazas; para tomar decisiones adecuadas en beneficio común. Por ejemplo, en presente estudio se aplicó una encuesta que evaluaba los elementos de la empresa productiva: organización interna, producción, distribución y comercialización.

FASE 2: Análisis de la cadena productiva

PASO 6: Aplicación de instrumentos y métodos

Se procederá aplicar los instrumentos diseñados en el paso 5. Obligatoriamente se realizará el trabajo de campo.

PASO 7: Procesamiento de la información obtenida por herramientas y entrecruzadas

La información recabada del paso 6, será ingresada en un software para tabular las encuestas, así como también se puede hacer uso del programa Excel para los gráficos estadísticos posterior al análisis.

PASO 8: Determinación de puntos críticos y ventajas competitivas

Adicional a la encuesta o entrevista, se debe realizar un análisis integrado de los factores que afectan a la organización tomando en cuenta los elementos externos e internos, (entorno social, económico, político, religioso, etc.) que puedan brindar solución a los posibles problemas presentados.

PASO 9: Diseño de estrategias

Las estrategias a diseñarse, guardan estricta relación con el análisis interno y externo o más conocido como FODA aplicado en el paso 5. Ya que en esta etapa se define claramente el diagnóstico de empresa y por ende se analizan todos los componentes y ayuda a generar cuatro tipos de estrategias: Estrategias de fortalezas y oportunidades (FO); de fortalezas y amenazas (FA); de debilidades y oportunidades (DO); de debilidades y amenazas (DA).

Este es un proceso clave para el establecimiento de estrategias, metas y objetivos. Considerándose a las estrategias como acciones que al momento de formularlas requieren de cierto análisis y para su ejecución requieren de esfuerzo.

FASE 3: Análisis del desarrollo de relaciones socioeconómicas

PASO 10: Desarrollo de proyectos de creación e implementación de cadenas productivas.

El proyecto es un sistema dinámico que tiene su duración, permite resolver problemas identificados, los cuales de una u otra forma van a mejorar las condiciones de vida del grupo en estudio, además de ello permiten acceder a diversas fuentes de financiación las cuales basan sus decisiones en diseño de estrategias. En la Gestión Integrada de

Proyectos puede considerarse como la gestión empresarial que se preocupa de la planificación, administración de los recursos humanos, financieros, mercadológicos, destinados a transformar una decisión de inversión en una realidad física operativa logrando la optimización de los mismos.

PASO 11: Marco metodológico para la determinación de resultados de impacto.

El monitoreo es crucial en la ejecución de todo proyecto sea cualquiera su naturaleza, porque permite:

- Mejora la toma de decisiones, no sólo para la asociatividad sino también para los usuarios internos, siendo vital para la creación de estrategias.
- Previene problemas, soluciona los inconvenientes antes de que impacten a los clientes.
- Evalúa el avance del presupuesto, permite programar actualizaciones, mejoras y anticipar su costo.
- Previene pérdidas cuyo fin se enfoca a alcanzar constantemente el máximo rendimiento.

Una vez que se ha propuesto el modelo asociativo para las empresas productivas de la parroquia San José de Chimbo, se espera alcanzar el objetivo propuesto de promover el desarrollo económico – productivo. Al haber escogido a los ebanistas para el diseño del modelo, la expectativa es incrementar las ventas de forma progresiva a través de la asociatividad a su vez generar fuentes de trabajo y que estas no sean solo para los familiares. Aplicado la herramienta del diagrama de relaciones, en la que se analizó las causas y efectos, se asevera que la causa principal a ser objeto de estudio es la Falta de capacitación y adiestramiento, por lo que se aspira a que este trabajo sea una guía para la implementación de modelos asociativos.

Plan de costo de la propuesta

Tabla 6. Plan de costo para la socialización de la propuesta

Fases	Objetivo	Actividades	Recursos	Responsable	Fecha inicio	Fecha fin	Presupuesto en actividades
Promoción y Selección	Socializar a las empresas los beneficios de la asociatividad.	Convocatoria	Proyector, computador, materiales de oficina	Investigador	01/05/2019	10/05/2019	\$ 100,00
		Promoción del proyecto	Proyector, computador, materiales de oficina	Investigador	13/05/2019	17/05/2019	\$ 50,00
		Pre-identificación de empresas participantes.	Computador, materiales de oficina	Investigador	20/05/2019	25/05/2019	\$ 50,00
		Evaluación de factores.	Computador	Investigador - Empresas pre identificadas	27/05/2019	01/06/2019	\$ 100,00
		Selección definitiva	Computador	Investigador - Empresas pre identificadas	03/06/2019	05/06/2019	\$ 20,00
Construcción de confianza	Realizar actividades para la construcción de confianza mutua entre las empresas participantes	Reuniones colectivas	Proyector, computador	Investigador - Empresas participantes	06/06/2019	08/06/2019	\$ 50,00
		Análisis de resultados	Proyector, computador	Investigador - Empresas participantes	10/06/2019	12/06/2019	\$ 50,00
		Acuerdo asociativo	Proyector, computador	Investigador - Empresas participantes	13/06/2019	15/06/2019	\$ 50,00

Desarrollo de actividades	Desarrollar actividades estratégicas	Diagnóstico estratégico interno.	Proyector, computador	Investigador - Empresas participantes	17/06/2019	05/07/2019	\$ 500,00
		Diagnóstico operativo interno.	Proyector, computador	Investigador - Empresas participantes	08/07/2019	10/08/2019	\$ 500,00
		Correctivos.	Proyector, computador	Investigador - Empresas participantes	12/08/2019	23/08/2019	\$ 200,00
Ejecución y autogestión	Diseñar un proyecto asociativo	Diseño de proyecto asociativo	Proyector, computador	Investigador - Empresas participantes	26/08/2019	06/09/2019	\$ 300,00
		Puesta en marcha	Proyector, computador	Investigador - Empresas participantes	09/09/2019	21/12/2019	\$ 2.000,00
		Monitoreo y evaluación	Proyector, computador	Investigador - Empresas participantes	09/09/2019	21/12/2019	\$ 1.000,00
TOTAL							\$ 4.970,00

Fuente: Elaboración propia a partir de la información del modelo diseñado

Validación de la propuesta

La validación de la propuesta “Modelo Asociativo para empresas productivas de la parroquia San José de Chimbo” se lo realizó con tres profesionales del cantón. Como se trata de individuos que normalmente pasan la mayor parte del tiempo en su trabajo, procedí a solicitar en el domicilio de su participación en el proceso de validación de la propuesta, se mantuvo un conversatorio con los participantes sobre el contenido de la misma y además se entregó un documento guía para contrarrestar lo explicado y una matriz para la validación.

Durante el conversatorio surgieron interrogantes, entre las principales tenemos: ¿De dónde nace la idea de asociar a las empresas productivas si regularmente trabajan de forma individual y cada una ya tiene sus clientes? ¿Cuál es el objetivo para la parroquia el asociar a los ebanistas? ¿Cuál es el punto de partida para iniciar con la asociatividad?

A tales inquietudes, he manifestado que la creación del modelo obedece a la necesidad de buscar un camino viable que permita el desarrollo económico de la parroquia; se toma en cuenta a los ebanistas, en vista de que son personas mayores las que actualmente se dedican a la producción de los instrumentos musicales a cuerda, por lo que es urgente que esta actividad sea impartida a otras personas y de preferencia a los jóvenes. El punto de partida para iniciar la asociatividad sería cambiar la cultura de la gente mediante la capacitación con miras a expandir el mercado de los productos.

A continuación el perfil profesional de los validadores:

Nombres y Apellidos:	Patricio Marcelo Remache
Cargo actual:	Gerente
Especialidad:	Metalmecánica
Titulado/a: Universitario (x) Magíster () PhD ()	

Nombres y Apellidos:	Manuel Roberto Sierra
Cargo actual:	Gerente propietario
Especialidad:	Marketing
Titulado/a:	Universitario (x) Magíster () PhD ()

Nombres y Apellidos:	Fredy Rolando Verdezoto
Cargo actual:	Vicerrector – Docente
Especialidad:	Educación
Titulado/a:	Universitario () Magíster (x) PhD ()

Los dos primeros validadores tienen alto conocimiento y experiencia en el tema de la asociatividad; el tercero, tiene alto conocimiento en el tema con experiencia media.

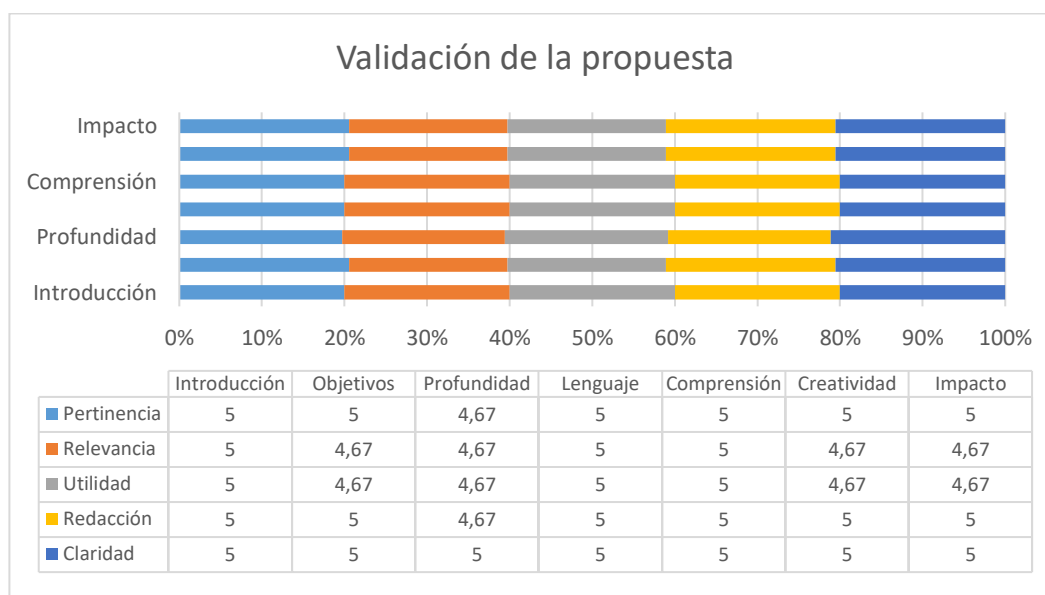


Gráfico 7. Resultado de la validación de la propuesta

Fuente: Elaboración propia con la información proporcionada por los validadores

Se estableció una escala de calificación al contenido de la propuesta, que va de 1 a 5, siendo 1 la calificación más baja y 5 la mejor. Obteniéndose que la introducción,

objetivos, profundidad, lenguaje, comprensión, creatividad e impacto del contenido de la propuesta, cumple con las características de pertinencia, relevancia, utilidad, redacción y claridad.

Las tres personas validan la propuesta como Aplicable y emiten los siguientes comentarios:

- Debería mejorarse los canales de distribución y ventas locales y a nivel nacional que permitan incrementar la venta de instrumentos musicales de cuerda.
- Se tome en cuenta la idiosincrasia de la gente.
- Implemente capacitaciones mediante la experiencia de emprendedores en otros proyectos realizados en el país.
- Se tome en cuenta los segmentos y necesidades.
- Se investigue profundamente las alternativas de tecnologías para aplicarlas según costo – beneficio.
- Es una propuesta muy buena que con seguridad generará un gran impacto.

Los argumentos se han tomado en consideración para la propuesta, por lo que se identifica que la aplicación de un modelo asociativo, requiere primeramente de capacitación a todos sectores productivos que se los vaya a asociar, con la finalidad de difundir los beneficios que se tendrían con la asociatividad y crear en las personas el deseo de participar en la asociación. A su vez se motiva al uso de tecnología para la producción, como en este caso es la fabricación de instrumentos a cuerda, los mismos que tendrían un mejor acabado y con miras a generar fuentes de trabajo y buscar un mejor posicionamiento en el mercado.

Los argumentos expuestos por los validadores, son ejecutables y se han considerado para la propuesta, dentro de las fases del modelo; siendo el más dificultoso el del uso de la tecnología, ya que se trata de fabricantes artesanales cuyo trabajo es realizado empíricamente.

CONCLUSIONES

- La asociatividad entiéndase como un mecanismo de cooperación entre pequeñas y medianas empresas, en donde cada una, manteniendo su independencia jurídica, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con otras empresas en la búsqueda de un objetivo común.
- La situación actual de las empresas productivas de la parroquia San José de Chimbo de la Provincia de Bolívar, atraviesan un desfase en cuanto a la organización interna, por tanto se pudo identificar las principales falencias sobre las etapas de producción, distribución y comercialización.
- La propuesta del modelo asociativo para las empresas de la parroquia San José de Chimbo, es un marco referencial para el fomento y la participación asociativa de todo tipo de empresas productivas, con el fin de mejorar su competitividad y sostenibilidad en el mercado.
- Las empresas asociadas pueden ofrecer menores costos y precios más competitivos, en función del mercado meta a atender.

RECOMENDACIONES

- Socializar y dar a conocer a las empresas productivas de la parroquia San José de Chimbo, los beneficios de la asociatividad, con el fin de establecer un marco referencia que genere interés en formar parte de la alianza en cadenas productivas.
- Realizar un diagnóstico periódicamente que permita evaluar constantemente el nivel de asociatividad de las empresas productivas participantes con el fin de conocer las mejoras en cuanto al modelo aplicado.
- Validar la propuesta del modelo asociativo, con la finalidad de receptar sugerencias que permitan el mejoramiento del mismo.

BIBLIOGRAFÍA

Alarcón Villamil, N. O. (11 de Agosto de 2016). La asociatividad como estrategia de desarrollo competitivo para las pymes. *Pensamiento Republicano*(2). Obtenido de

<http://ojs.urepublicana.edu.co/index.php/pensamientorepublicano/article/view/306>

Alcalá Ferráez, C. (2018). Cambios demográficos en el estado de Campeche (México). *Conflictos, desarrollo y economía, 1846-1910. HiSTORELo. Revista de Historia Regional y Local*, 10(20), 134–164. <https://doi.org/10.15446/historelo.v10n20.67384>

Alda, M., Marco, I., Marzo, A., (2018). La reforma del sistema público de pensiones español: el factor de sostenibilidad. *Revista Finanzas y Política Económica*, 10(1), 25–63. <https://doi.org/10.14718/revfinanzpolitecon.2018.10.1.2>

Arango Benjumea, J. J. (2017). Identificación de factores esenciales para la creación de empresas desde la perspectiva del emprendedor: El caso del paquete del emprendimiento. *Cuadernos de Contabilidad - Pontificia Universidad JAVERIANA*, 18(45).

Aristizábal Botero, C. A., Cárdenas Avendaño, Ó. M., & Rengifo González, C. J. (2018). Desplazamiento, trayectorias y poblamiento urbano. El caso de la Comuna 3 Manrique, Medellín, 1970-2010. *Estudios Políticos (Medellín)*, (53), 126–147. <https://doi.org/10.17533/udea.espo.n53a06>

Asamblea Nacional. (2011). *Ley Orgánica de la Economía Popular y del Sistema Financiero Popular y Solidario*. Quito.

Asamblea Nacional. (2015). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito.

Barrera, A. (2004). *Asociatividad económica en los encadenamientos productivos*. Universidad de Chile. Santiago, (INDAP).

Barreto Cevallos, T., & García Montesinos, M. (2005). Modelo asociativo para el mejoramiento de la competitividad de la pequeña y mediana empresa del sector confección. *Cayapa Revista Venezolana de Economía Social*, 5(10), 113. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=62201007>

Castillo Marín, P. (2011). Política Económica: Crecimiento Económico, Desarrollo Económico, Desarrollo Sostenible. *Revista Internacional del Mundo Económico y del Desarrollo*, III, 12. Obtenido de <http://www.revistainternacionaldelmundoeconomicoydelderecho.net/wp-content/uploads/RIMED-Pol%C3%ADtica-econ%C3%B3mica.pdf>

Causse Cathcart, M. (2009). El concepto de comunidad desde el punto de vista socio - histórico-cultural y lingüístico. *Centro de Información y Gestión Tecnológica*(3), 12-21. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181321553002>

COAC San José Ltda. (2018). San José Cooperativa. Obtenido de <http://coopsanjose.com/origen-del-cooperativismo/>

Cordero-Torres, J. M. (2018). El gobierno municipal ¿Promotor del desarrollo local? El caso del municipio semiurbano de Cd. Ixtepec, Oaxaca. *Estudios Sociales. Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 28(52). <https://doi.org/10.24836/es.v28i52.575>

Córdova, D. M. (2012). Procesos de intervención con enfoque de cadena productiva y su contribución a la articulación a mercado de productores a pequeña escala. *Las Relaciones Internacionales de la Pobreza en América Latina y el Caribe*. Buenos Aires, Argentina: CLACSO. Obtenido de <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/clacso/clacso-crop/20120308125701/11.Procesos>

Cruz Díaz, J., Blandón Lopez, A., & Cruz Rincón, D. (2018). Pertinencia de los instrumentos de desarrollo empresarial ofertados por entidades que conforman la

Comisión Regional de Competitividad e Innovación del departamento del Quindío. Tendencias, 19(1), 46. <https://doi.org/10.22267/rtend.181901.87>

El Salinerito . (s.f.). Recuperado el 17 de Abril de 2019, de Red de economía solidaria: <http://salinerito.com/economia-solidaria/red-de-economia-solidaria>

Fernández Hurtado, S. R., Castillo Triana, D., & Martínez Martínez, L. Á. (2018). Clúster virtual: nueva alternativa a la competitividad eficaz en las empresas. Tendencias, 19(1), 164. <https://doi.org/10.22267/rtend.181901.92>

Fundación Gestión y Participación Social. (04 de 02 de 2016). Cuadernos prácticos . Obtenido de Cómo crear una asociación Análisis de la realidad: <http://www.asociaciones.org/guia-de-gestion/asociaciones#que-es>

Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia Bolívar. (2015). PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA PROVINCIA BOLÍVAR. Guaranda.

Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Chimbo. (2014-2019). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. Chimbo.

Grueso, H., Gómez, H. & Garay, Q. (2009). Procesos de asociatividad empresarial: aproximaciones conceptuales e impacto económico, social y organizacional. Universidad Del Rosario. Retrieved from <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/%0A10336/3783/01248219-2009-44.pdf?sequence=1>

Hernández Sampieri, R., Fernandez Collado , C., & Baptista Lucio, P. (2006). Metodología de la Investigación (Cuarta ed.). (M.-H. Interamericana, Ed.) México.

Hewitt, C. (Marzo de 1998). "Usos y abusos del concepto de gobernabilidad". Revista Internacional de Ciencias Sociales(155).

INSAFOCOOP. (2016). Historia del Cooperativismo. Retrieved from <http://www.insafocoop.gob.sv/historia-del-cooperativismo/>

Isaac, & Zepeda-Jazo. (2018). Agricultura, sociedad y desarrollo. *Agricultura, Sociedad y Desarrollo*, 15(1), 99–108. Retrieved from http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-54722018000100109&script=sci_arttext

Jácome, L. (s.f.). Líderes. Recuperado el 17 de Abril de 2019, de El Salinerito un ejemplo de economía solidaria: <https://www.revistalideres.ec/lideres/salinerito-ejemplo-economia-solidaria.html>

Jovanovic, R., Sánchez, D. C., Pavlovic, S., Devedzic, M., Jovanović, R., Sánchez, D. C., ... Devedžić, M. (2018). Principios de sostenibilidad en clusters de turismo rural: los casos del Alto y el Bajo Danubio en Serbia. *Revista de Geografía Norte Grande*, (70), 211–233. <https://doi.org/10.4067/S0718-34022018000200211>

Klein, J. L. (2005). Iniciativa local y desarrollo: respuesta social a la globalización neoliberal. *EURE Revista Latinoamericana de Estados Urbanos Regionales*, 31(94). Obtenido de <https://www.eure.cl/index.php/eure/article/view/1334>

Leyva Carreras, A. B., Cavazos Arroyo, J., & Espejel Blanco, J. E. (2018). Influencia de la planeación estratégica y habilidades gerenciales como factores internos de la competitividad empresarial de las Pymes. *Contaduría y Administración*, 63(3), 41. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2018.1085>

Lozano Monroy, F. D. (Diciembre de 2010). La Asociatividad como Modelo de Gestión para promover las Exportaciones en las Pequeñas y Medianas Empresas en Colombia. *Revista de Relaciones Internacionales, Estrategia y Seguridad*, 5(2). Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1909-30632010000200007

Maldonado, P. (26 de 09 de 2017). Ecuador sigue cayendo en el índice de competitividad global. *El Comercio*. Obtenido de https://www.elcomercio.com/app_public.php/actualidad/ecuador-indice-competitividad-global-economia.html

Maldovan Bonelli, J. (2012). Trabajo, asociatividad y acción colectiva. NB - Núcleo Básico de Revistas Científicas Argentinas (Caicyt-Conicet)(19). Obtenido de www.unse.edu.ar/trabajosociedad

Médici, F., & Médici, F. (2018). Términos de Intercambio, cuenta capital y el modelo de crecimiento restringido por la balanza de pagos: un análisis empírico. Cuadernos de Economía, 37(74), 443–470. <https://doi.org/10.15446/cuad.econ.v37n74.56191>

Merino Hernández, S. (2005). La cooperación como fenómeno previo al cooperativismo. En S. M. Hernández, Los orígenes del cooperativismo moderno. Obtenido de <http://www.ehu.es/ojs/index.php/gezki/article/viewFile/3330/2956>

Monsalve, C. M. (2017). Claves para la formación ciudadana en la era digital. Revista Q, 6(11). Retrieved from https://revistas.upb.edu.co/index.php/revista_Q/article/view/7775

Morales, M., & Pech, J. (2000). Competitividad y estrategia: el enfoque de las competencias esenciales y el enfoque basado en los recursos. Revista Contaduría y Administración, 47–63. Retrieved from <https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/32529152/RCA19705.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1555091402&Signature=YSi8SHc34iYX%2FLnE2YYZuapdxjY%3D&response-content-disposition=inline%3B filename%3DRCA19705.pdf>

Morillas, A. (2010). Muestreo en poblaciones finitas. Obtenido de https://www.u-cursos.cl/ingenieria/20101/N3401/1/material_docente

Organización Internacional del Trabajo [OIT] Ministerio de Comercio Exterior y Turismo PERÚ. (2016). Creación y gestión de modelos asociativos. Perú. Obtenido de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/.../wcms_536567.pdf

Ostrom, E., & Ahn, T. K. (2003). "Una perspectiva del capital social desde las ciencias sociales: Capital Social y Acción Colectiva" en Political theory Analysis (US: Indiana University) .

Porter, M. E. (2010). Ventaja competitiva creación y sostenibilidad de un rendimiento superior.

Quero, L. (2003). Estrategias competitivas: Factor clave de desarrollo. Revista Científica Electrónica Ciencias Gerenciales, 10(4), 61–73.

Ramos, J. (2005). La función social de la propiedad privada y la libre empresa en una economía de mercado. Retrieved from <http://institutoacton.org/2015/08/10/la-funcion-social-de-la-propiedad-privada-y-la-libre-empresa-en-una-economia-de-mercado/>

Salkind, N. J. (1999). Métodos de investigación (3a. Ed. ed.). México: Prentice Hall Hispanoamericana S.A. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=3uIW0vVD63wC&printsec=frontcover&q=inauthor:%22Neil+J.+Salkind%22&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjQ8oy26MrhAhUmtlkKHZkZA10QuwUIMzAB#v=onepage&q&f=false>

Sarmiento Paredes, S., Nava Mozo, V., Carro Suárez, J., & Hernández Cortés, C. (2018). Estudio comparativo de los factores de innovación en la pequeña y mediana empresa de manufactura textil. Contaduría y Administración, 63(3), 45. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2018.1268>

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo [SENPLADES]. (2017- 2021). Plan Nacional de Desarrollo. Quito. Obtenido de www.planificacion.gob.ec

Soto Anacleto, O. A. (2014). Repositorio Dspace. Propuesta de un modelo asociativo a productores de palta en el distrito de Motupe, departamento de Lambayeque (Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú). . Obtenido de <http://tesis.usat.edu.pe/handle/usat/138>

Superintendencia de Economía Popular y Solidaria [SEPS]. (10 de Junio de 2018). Catastro Sector Financiero. Obtenido de <https://servicios.seps.gob.ec/gosf-internet/paginas/consultarOrganizaciones.jsf>

Tabío, E. E. (2015). La comunidad primitiva, ¿uno o varios modelos de producción? Cuba Arqueológica(2). Obtenido de ISBN 1852-0723

Trujano-Ramos, S. Y., Garza-Bueno, L. E., Valtierra-Pacheco, E., & Solís-Sánchez, J. B. (2018). Del autoconsumo a la inserción en el mercado local en el marco del proyecto estratégico de Seguridad Alimentaria (PESA) en los municipios de Tianguistengo y Xochicoatlán, Hidalgo. Estudios Sociales. Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional, 28(52). <https://doi.org/10.24836/es.v28i52.573>

Uribe-Macías, M. E., Vargas-Moreno, Ó. A., Merchán-Paredes, L., Uribe-Macías, M. E., Vargas-Moreno, Ó. A., & Merchán-Paredes, L. (2017). La responsabilidad social empresarial y la sostenibilidad, criterios habilitantes en la gerencia de proyectos. Entramado, 14(1), 52–63. <https://doi.org/10.18041/entramado.2018v14n1.27107>

Villares Villafuerte, H. G. (2014). Biblioteca Digital de Vanguardia para la Investigación en Ciencias Sociales Región Andina y América Latina. Asociatividad y productividad de las PYMEs del Ecuador para el año 2010, 66. Quito, Pichincha, Ecuador: FLACSO Sede Ecuador. Recuperado el 28 de Marzo de 2018, de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/6758>

World Economic Forum. (2017). The Global Competitiveness Report. Retrieved from <http://www3.weforum.org/docs/GCR2017-2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2017–2018.pdf>

ANEXOS

Anexo 1.- Encuesta



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA**

DIRECCIÓN DE POSGRADO

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DE LA
ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA**

Objetivo: Mejorar el desempeño de las empresas productivas de la Parroquia San José de Chimbo, con base al diseño un modelo asociativo en cadenas productivas.

Instrucciones: El estudio tiene carácter netamente académico, por lo que se le pide brinde información real y los datos que aquí se recogen no comprometen el carácter anónimo de la presente encuesta.

Preguntas

1. ¿Tiene usted conocimiento de la Ley de Economía Popular y Solidaria?

Si () No ()

2. ¿Se encuentra constituida legalmente su empresa?

Si () No ()

3. ¿La empresa goza de una estructura interna adecuada?

Si () No ()

4. ¿Se han planteado objetivos dentro de la empresa?

Si () No ()

5. ¿Usted forma parte de alguna asociación?

Si () No ()

6. ¿Conoce las necesidades de su parroquia?

Si () No ()

7. ¿Su actividad productiva genera fuentes de trabajo para los habitantes de su parroquia?

Si () No ()

8. ¿Su empresa dispone de un reglamento interno de trabajo?

Si () No ()

9. ¿Su empresa cuenta con un manual de funciones y responsabilidades?

Si () No ()

10. ¿Se encuentra normado el proceso para la contratación del personal?

Si () No ()

11. ¿Usted cuenta con plan de capacitación para el personal?

Si () No ()

12. ¿Usted motiva a realizar el trabajo en equipo?

Si () No ()

13. ¿Usted mide el desempeño de sus empleados?

Si () No ()

14. ¿Cuenta la opinión de su personal en la toma de decisiones?

Si () No ()

15. ¿Usted utiliza la tecnología para la fabricación de su producto?

Si () No ()

16. ¿Se optimiza el tiempo en la fabricación de los productos?

Si () No ()

17. ¿Se realizan controles durante la elaboración del producto?

Si () No ()

18. ¿Posee un inventario un inventario de materiales y productos terminados?

Si () No ()

19. ¿Conoce cuánto le cuesta producir su producto?

Si () No ()

20. ¿Usted, lleva un control de materiales?

Si () No ()

21. ¿Usted tiene definido su mercado?

Si () No ()

22. ¿Dispone de un registro de proveedores?

Si () No ()

23. ¿Dispone de un registro de clientes?

Si () No ()

24. ¿Tiene acceso al internet?

Si () No ()

25. ¿Usted, promociona sus productos a través de algún medio de comunicación?

Si () No ()

26. ¿Ha realizado ventas a través del uso de internet?

Si () No ()

27. ¿Realiza el servicio de posventa?

Si () No ()

28. ¿Se atienden los reclamos de los clientes?

Si () No ()

29. ¿Mide la satisfacción del cliente?

Si () No ()

30. ¿Conoce a su competencia?

Si () No ()

31. ¿Usted cree que al formar parte de una asociación, obtendrá mayores beneficios?

Si () No ()

Gracias por su colaboración

Anexo 2.- Validación de la propuesta



MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

"DISEÑO DE UN MODELO ASOCIATIVO PARA EMPRESAS PRODUCTIVAS DE LA PARROQUIA SAN JOSÉ DE CHIMBO"

1. Datos personales del validador

Nombres y Apellidos:	Patricio Marcelo Remache López
Cargo actual:	Gerente
Especialidad:	Metalmecánica
Titulado/a: Universitario (x) Magister () PhD ()	

2. Autovaloración del validador

Argumentación de conocimiento	Alta	Media	Baja
Conocimiento del tema	x		
Experiencia en el tema	x		
Referencias de propuestas similares en otros contextos	x		

Observaciones:

Ninguna

3. Validación de la propuesta

Los ítems de cada dimensión deben calificarse marcando una X en escala de 1 a 5, siendo 1 la calificación más baja y 5 la mejor.

Dimensión	Pertinencia					Relevancia					Utilidad					Redacción y extensión					Claridad y apariencia				
Ítems	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Introducción				X					X					X					X						X
Objetivos				X				X					X					X							X
Profundidad				X				X					X					X							X
Lenguaje				X				X					X					X							X
Comprensión				X				X					X					X							X
Creatividad				X				X					X					X							X
Impacto				X				X					X					X							X

Validez

Aplicable

☒

No Aplicable

☐

Comentarios

Mejorar canal de distribución y ventas
(Localiza a nivel nacional que vendan instrumentos
musicales)

Validado Por: Patricia Kuehls Bonate López
Mail: marcelo.rlos@yaho.com
Fecha: 28 Abril 2019

Cédula de Identidad: 0201229481


Firma:



**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DE LA
ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA**

VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

**“DISEÑO DE UN MODELO ASOCIATIVO PARA EMPRESAS PRODUCTIVAS
DE LA PARROQUIA SAN JOSÉ DE CHIMBO”**

1. Datos personales del validador

Nombres y Apellidos:	MANUEL ROBERTO SIERRA REHACHE
Cargo actual:	GERENTE PROPIETARIO
Especialidad:	MARKETING
Titulado/a: Universitario (<input checked="" type="checkbox"/>) Magister () PhD ()	

2. Autovaloración del validador

Argumentación de conocimiento	Alta	Media	Baja
Conocimiento del tema	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Experiencia en el tema	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Referencias de propuestas similares en otros contextos	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Observaciones:

3. Validación de la propuesta

Los ítems de cada dimensión deben calificarse marcando una X en escala de 1 a 5, siendo 1 la calificación más baja y 5 la mejor.

Dimensión	Pertinencia					Relevancia					Utilidad					Redacción y extensión					Claridad y apariencia				
Ítems	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Introducción				X					X					X					X						X
Objetivos				X					X					X					X						X
Profundidad			X					X					X					X							X
Lenguaje				X					X					X					X						X
Comprensión				X					X					X					X						X
Creatividad				X					X					X					X						X
Impacto				X					X					X					X						X

Validez

Aplicable

☒

No Aplicable

☐

Comentarios

* TOMAR EN CUENTA IDIOSINCRASIA DE LA FENTE

* IMPLEMENTAR CAPACITACIONES MEDIANTE LA EXPERIENCIA DE OTROS TALENTOHUBS EN OTROS PROYECTOS REALIZADOS EN EL PAIS.

* TOMAR EN CUENTA SECAHOTOS Y NECESIDADES

* INVESTIGAR PROFUNDAMENTE LAS ALTERNATIVAS DE TECNOLOGIAS PARA APLICARLAS SEGUN COSTO - BENEFICIO

Validado Por: MANUEL ROBERTO SIERRA

Cédula de Identidad: 1711135069

Mail: robertotms@hotmail.com.

Fecha: 28-04-2019



Firma:



**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DE LA
ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA**

VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

**"DISEÑO DE UN MODELO ASOCIATIVO PARA EMPRESAS PRODUCTIVAS
DE LA PARROQUIA SAN JOSÉ DE CHIMBO"**

1. Datos personales del validador

Nombres y Apellidos:	FREDY ROLANDO VERDEGOTO JIMÉNEZ
Cargo actual:	VICERECTOR - DOCENTE
Especialidad:	MASTER ORIENTACIÓN EDUCATIVA
Titulado/a: Universitario () Magister (x) PhD ()	

2. Autovaloración del validador

Argumentación de conocimiento	Alta	Media	Baja
Conocimiento del tema	x		
Experiencia en el tema		x	
Referencias de propuestas similares en otros contextos			x

Observaciones:

ninguna

3. Validación de la propuesta

Los ítems de cada dimensión deben calificarse marcando una X en escala de 1 a 5, siendo 1 la calificación más baja y 5 la mejor.

Dimensión	Pertinencia					Relevancia					Utilidad					Redacción y extensión					Claridad y apariencia				
Ítems	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Introducción				X					X					X					X						X
Objetivos				X					X					X					X						X
Profundidad				X					X					X					X						X
Lenguaje				X					X					X					X						X
Comprensión				X					X					X					X						X
Creatividad				X					X					X					X						X
Impacto				X					X					X					X						X

Validez

Aplicable

☒

No Aplicable

☐

Comentarios

ES UNA PROPUESTA MUY BUENA, QUE CON SEGURIDAD GENERARÁ UN GRAN

IMPACTO.

Validado Por: Ing. FREDY EDUARDO VARGAS J., MSc. Cédula de Identidad: 02.01140001

Mail: verdazje@fide-yoloco.es

Fecha: 18 de abril de 2019



Firma:

Anexo 3.- Fotografías



