



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACION**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN EJECUTIVA**



**TESIS DE GRADO**

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TITULO DE LICENCIADO**  
**EN ADMINISTRACIÓN EJECUTIVA**

**TEMA**

**“INCIDENCIAS DE ASOCIATIVIDAD A LOS PEQUEÑOS AGRICULTORES**  
**EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ARROZ EN LA PARROQUIA LA UNIÓN**  
**CANTON BABAHOYO PROVINCIA DE LOS RÍOS”**

**DIRECTOR DE TESIS**

LICDO .JULIO WIMPER VERA MÁRQUEZ MSC

**LECTORA DE TESIS**

MSC. GINA REAL ZUMBA

**AUTORA**

MORÁN ARAUJO CHRISTIAN ISIDRO

**BABAHOYO – ECUADOR**

**2015**



**UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACION**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN EJECUTIVA**

**CERTIFICADO FINAL DE APROBACION DEL DIRECTOR DE TESIS  
PREVIA A LA SUSTENCION.**

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, designado por el Consejo Directivo, certifico que el señor. **MORÁN ARAUJO CHRISTIAN ISIDRO**, ha desarrollado el trabajo de grado titulado:

**INCIDENCIAS DE ASOCIATIVIDAD A LOS PEQUEÑOS AGRICULTORES  
EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ARROZ EN LA PARROQUIA LA UNIÓN  
CANTON BABAHOYO PROVINCIA DE LOS RÍOS.**

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al mencionado estudiante, reproduzca el documento definitivo, presente a las autoridades de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a su exposición, ante el tribunal de sustentación designado.

**Atentamente,**

  
\_\_\_\_\_  
**LCDO. JULIO WIMPER VERA MÁRQUEZ MSC**

DOCENTE DE LA FCJSE



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACION  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN EJECUTIVA

**CERTIFICADO FINAL DE APROBACIÓN DE LA LECTORA DEL  
TRABAJO DE GRADO PREVIA A LA SUSTENCIÓN**

En mi calidad de Lectora del Trabajo de Grado, designado por el Consejo Directivo, certifico que el señor. **MORÁN ARAUJO CHRISTIAN ISIDRO**, ha desarrollado el trabajo de grado titulado:

**INCIDENCIAS DE ASOCIATIVIDAD A LOS PEQUEÑOS AGRICULTORES  
EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ARROZ EN LA PARROQUIA LA UNIÓN  
CANTON BABAHOYO PROVINCIA DE LOS RÍOS.**

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al mencionado estudiante, reproduzca el documento definitivo, presente a las autoridades de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a su exposición, ante el tribunal de sustentación designado.

  
\_\_\_\_\_  
**LCDA. GINA REAL ZUMBA MSC DOCENTE  
DE LA FCJSE**



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS, SOCIALES Y DE LA  
EDUCACION



## CARRERA DE ADMINISTRACIÓN EJECUTIVA

EL TRIBUNAL EXAMINADOR DEL PRESENTE TRABAJO

TEMA:

**“INCIDENCIAS DE ASOCIATIVIDAD A LOS PEQUEÑOS AGRICULTORES  
EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ARROZ EN LA PARROQUIA LA UNIÓN  
CANTÓN BABAHOYO PROVINCIA DE LOS RÍOS”**

DELSRCHRISTIAN ISIDRO MORÁN ARAUJO

OTORGA LA CALIFICACIÓN DE: 9

EQUIVALENTE A: Nueve

TRIBUNAL:

MSC. MAYA SANCHEZ SOTO  
DELEGADO DEL SR DECANO

MSC. FREDDY ROMERO  
JACOME  
PROFESOR  
ESPECIALIZADO

MSC. JOSE LUCIO ERAZO  
DELEGADO H.  
CONSEJO DIRECTIVO

AB.ISELA BERRUZ  
MOSQUERA  
SECRETARIA



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**

**FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS, SOCIALES Y DE LA  
EDUCACION**



## **CARRERA DE ADMINISTRACIÓN EJECUTIVA**

Los presentes criterios emitidos en el trabajo de investigación  
**“INCIDENCIAS DE ASOCIATIVIDAD A LOS PEQUEÑOS AGRICULTORES EN  
LA COMERCIALIZACIÓN DE ARROZ EN LA PARROQUIA LA UNIÓN  
CANTON BABAHOYO PROVINCIA DE LOS RÌOS”**.

Son de exclusiva responsabilidad del autor.

**CHRISTIAN ISIDRO MORÁN ARAUJO**

## DEDICATORIA

*Dedico esta tesis especialmente al ser único verdadero e infinito que siempre está en todos los lugares que brinda amor, bondad, fe, esperanza, luz es JESÚS nuestro DIOS.*

*Enviándome a maravillosas personas como lo son mi esposa, mis hijas y mis padres quien a lo largo de mi vida ha sido el apoyo fundamental en todo momento.*

**CHRISTIAN ISIDRO MORÁN ARAUJO**

## **AGRADECIMIENTO**

*Agradezco especialmente a Dios y a la Virgen María por haberme llenado de luz y guiado por el camino de la sabiduría*

*A mi madre por ser el pilar fundamental en todas las situaciones que se me han presentado.*

*Mi familia en general por estar en los momentos de dificultad dándome siempre sus consejos para que no me rinda y prosiga en todas las metas que se presenten*

*A mi esposa por sus palabras constantes de apoyo y dureza para que no me resigne y luche hasta obtener este sueño.*

*A mis amigos, tutores y de más personas que me han acompañado en el recorrido de mis estudios.*

**CHRISTIAN ISIDRO MORÁN ARAUJO**

## INDICE



## INTRODUCCIÓN

La asociatividad no es un término nuevo en el país, y existen varias formas permitidas mediante normativas jurídicas en Ecuador. La conformación de asociaciones, comunas, cooperativas de producción, entre otras han tenido dentro de sus objetivos el no estar aislado comercial y productivamente dialogando, mucho más cuando las fallas del mercado agrícola producen numerosas contravenciones en contra de los intereses de los pequeños agricultores.

El arroz es uno de los principales productos que se cultivan en gran escala en la provincia de Los Ríos. Más adelante se verá cómo justamente programa ha logrado asociar pequeños agricultores de dichos cantones.

El sector agrícola no solamente de Los Ríos, sino de todo el territorio ecuatoriano tiene varias problemáticas generadas por el hecho de que la mayoría son pequeños productores, y se ven en desventajas al momento de comercializar sus productos respecto de los grandes productores, y principalmente por la existencia de una gran cadena de intermediarios. En una economía de mercado, muchas de las veces es importante la intervención y regulación del estado, mucho más cuando sectores productivos están viendo su productividad y rentabilidad. En este sentido, no solamente que se han establecido políticas y estrategias a nivel del proceso de producción, sino de acopio y de comercialización. Es aquí donde una institución que tiene funciones específicas de incentivos en el desarrollo de actividades agrícolas como el MAGAP está tomando gran participación dentro de la asociatividad de los pequeños agricultores. Son varias las estrategias tomadas por el gobierno a través del MAGAP, dentro de las cuales se han establecido proyectos como el de Competitividad.

El objetivo general de la presente investigación fue analizar la incidencia de la asociatividad de los pequeños agricultores dentro de la comercialización de arroz en Parroquia La Unión Cantón Babahoyo Provincia de Los Ríos. La variable independiente es: La asociatividad”, mientras que la variable dependiente es: “la comercialización de arroz. Hay que señalar, como se ve reflejado dentro del marco referencial, que la asociatividad es una organización voluntaria de los pequeños agricultores independientes que buscan una organización y planificación bien estructurada y un crecimiento productivo donde ellos podrán crecer y obtener ayuda de las autoridades pertinentes como el MAGAP para solicitarles diferentes tipos de beneficio para la comercialización de arroz.

En relación a la metodología que se utilizó, hay que señalar que se realizó una investigación descriptiva, de campo y bibliográfica. Los métodos utilizados fueron los deductivos e inductivos, complementados con técnicas como los cuestionarios estructurados a los pequeños agricultores de arroz de la provincia de Los Ríos, y los miembros de la directiva de asociatividad la Parroquia La Unión.

Mediante la presente investigación se ha podido comprobar que los pequeños agricultores por no estar dentro de una asociatividad han tratado de vender su producto a copiadore a un costo no muy deseado ya que ellos invierten mucho y muchas veces salen en contra, por lo tanto existe un considerable número de socios que decidieron entrar a una asociatividad donde los integrante les ofrece ser capacitados para que conozcan su forma de trabajo dentro de la asociatividad y la comercialización de arroz. Está tesis se estructura de la siguiente manera:

Capítulo I, campo contextual problemático, aquí se plantea la situación problemática en donde se puntualiza su problema a investigar con sus respectivas interrogantes, sus objetivos de trabajo que delinear el camino a

alcanzar, así como la justificación en donde se destaca la importancia, la factibilidad y sus beneficiarios.

Capítulo II, marco teórico, que parte de los antecedentes investigativos, el marco conceptual sustentado su contenido científico en la investigación documental, la misma que se encuentra referida y cita para su validación, además se determina la hipótesis con sus respectivas variables que luego son aliadas

El capítulo III, metodología de trabajo, corresponde al tipo de investigación empleado, la población a la cual se le extrajo la muestra, fuentes de la información obtenida mediante la aplicación de los instrumentos de recolección, los mismos que se analizaron e interpretaron para puntualizar las conclusiones y recomendaciones que determinan la posible solución al problema.

El capítulo IV, propuesta, contiene el título de la propuesta, la justificación, sus objetivos operativos y el desarrollo que contienen una guía de estrategias para incrementar la captación de socios.

## **CAPITULO I**

# 1 CAMPO CONTEXTUAL PROBLEMÁTICO

## 1.1. Situación Problemática

El Ecuador trata bajo una economía de mercado, y muchas veces, el propio mercado no puede corregir problemas o fallas presentes en la comercialización y distribución de productos agrícolas. Algunos de estos problemas son, en realidad, fallas de mercado, que impiden el acceso de los productores a oportunidades de desarrollo de sus propias empresas, y es aquí donde el estado pudiera intervenir. Una de las del sector agropecuario es referir con políticas de Estado para largo plazo.

Es esta actividad de los productores lo que permite un mejor desarrollo del mercado independiente de lo que conocemos en el mundo. Si se estudiara la agricultura actual de carácter empresarial se mueve con la necesaria participación de organismos asociativos capaces de integrarse con los procesos de comercialización, contribuyendo a lograr el progreso y el aumento de la competitividad, a partir de la solución conjunta de problemas frecuentes, consiguiendo flexibilidad en la capacidad de respuesta al entorno de la empresa, identificar claramente los problemas a partir de una base de diagnóstico común a todas las empresas involucradas, intensificación de los esfuerzos a partir de una adecuada coordinación de los actores implicados y mejorar la búsqueda de alternativas a confrontar antes de decidir una estrategia común.

La estrategia asociativa, basada y sostenida por el compromiso mutuo de resolver problemas comunes, puede abarcar la conversión de las organizaciones involucradas o limitarse a un aspecto que requiera el aprovechamiento de escalas que surgirán del accionar conjunto empresarial.

Estas formas o modalidades asociativas constituyen el llamado fenómeno de la integración en la agricultura que permite mantener vigente la tradicional clasificación entre contratos conmutativos y asociativos, esencialmente, contribuir al progreso de la agricultura y a la innovación de las estructuras de la propiedad y de la empresa agraria.

La realidad nos muestra que las figuras asociativas son variadísimas, se dirige a la fusión total o parcial de empresas agrarias preexistentes, creación de empresas sociales de mayor escala y eficiencia, asociación entre empresas o entre empresarios o productores agrarios

Sin embargo, las mismas que han sido realizadas por los diferentes gobiernos no han logrado eliminar o disminuir ciertamente las problemáticas detalladas dentro de la descripción del existente en el campo, que ligan entre sí a la población rural. Son problemas de organización social. Muchos como la los pequeños agricultores de la Parroquia la Unión no tienen mayor acceso al financiamiento en las instituciones financieras y conocimientos sobre cómo mejorar su comercialización, y muchas veces desde que comienzan a sembrar es propiedad de intermediarios, arrendadas o agroindustrias que les facilitan el recurso monetario, pero si el agricultor pudiera librarse de esta situación podría conseguir mejores precios para su producto y obviamente mejorara su economía.

La asociatividad ha generado mucho soporte a todo los pequeños agricultores en todo el mundo ya que observaron por un lado, las ventajas y desventajas que tenían la asociatividad, ellos observaron que habían muchos productores y, por el otro lado pocos compradores, lo cual acontece en todas partes .En cualquier mercado del mundo se observar que en definitivos rubros hay pocos agroindustriales que compran, frente a muchos productores que le venden, también se puede identificar que la relación se produce cuando los propios productores con algún grado de asociatividad

han tratado de acortar ese enlace de comercialización independiente de lo que se puede avanzar con algunos instrumentos del estado.

Por lo tanto proponen los directivos de la asociación de la parroquia la Unión dar a conocer a los socios los beneficios que ellos obtendrían en pertenecer a dicha asociatividad, como mejorar su producción tener insumos, maquinarias una comercialización basada en conocimientos explicito para entrar dentro de mercado.

## **1.2. Problemas de investigación**

### **1.2.1. PROBLEMA GENERAL**

¿De qué manera incide la asociatividad de los pequeños agricultores en la comercialización de arroz en la Parroquia La Unión, Cantón Babahoyo, Provincia de Los Ríos?

### **1.2.2. PROBLEMAS DERIVADOS**

- ¿Cuáles serían los beneficios que obtendrían los agricultores al constituirse como asociatividad?
- ¿Cómo la captación de socios permite elevar los niveles de utilidad en la comercialización del arroz?
- ¿Cuáles serían las estrategias para incrementar la captación de socios para elevar los niveles de rentabilidad en la comercialización de arroz?

### **1.3. Delimitación del problema**

**Variable independiente:** Asociatividad de los pequeños agricultores

**Variable dependiente:** Comercialización de Arroz

#### **1.3.1 DELIMITACION ESPACIAL**

La instigación se realizará con los pequeños agricultores de la Parroquia La Unión del cantón Babahoyo, provincia Los Ríos.

#### **1.3.2 DELIMITACION TEMPORAL**

En este trabajo se tomará como período de estudio el presente año.

#### **1.3.3 DELIMITACIÓN DEMOGRÁFICA**

La investigación se la realiza a directiva y a los pequeños productores de arroz

## **1.4. Objetivos De Trabajo**

### **1.4.1 Objetivos Generales**

Analizar la incidencia de la asociatividad de los pequeños agricultores dentro de la comercialización de arroz en Parroquia La Unión Cantón Babahoyo Provincia de Los Ríos.

### **1.4.2 Objetivos Específicos**

- Identificar los beneficios que obtendrán los agricultores al constituirse como asociatividad.
- Contribuir en la captación de los socios para elevar los niveles de utilidad en la comercialización del arroz.
- Proponer estrategias para incrementar la captación de socios para elevar los niveles de utilidad en la comercialización de arroz.

## **1.5. JUSTIFICACIÓN**

A través de una asociatividad los pequeños agricultores en la comercialización de arroz de la parroquia la unión cantón Babahoyo provincia de los ríos, se tratará de promover el concepto de Asociatividad en el sistema productivo, que se establezca sobre la propiedad común de los medios de producción y sobre el trabajo comunitario con acceso igualitario a los resultados económicos (ganancias o pérdidas), se logre inculcar el



sentido de pertenencia e identificación de los agricultores productores de arroz del cantón Babahoyo con empresas que acorten la cadena de intermediación y busquen mejores precios para sus agremiados.

Se espera que se mejore la productividad en la producción de arroz y mantener su calidad, aplicando sistemas de trazabilidad que permitan tener total control y proporcionar un diferencial entre calidad y precio.

Las acopiadoras de arroz o centros de acopio necesitan sobrevivir como empresas, para fortalecer la cadena productiva, aumentar el volumen de producción y calidad disminuyendo así los costos operativos para la comercialización interna y exportación.

El agricultor ecuatoriano necesita capacitarse en los procesos asociativos. Se justifica entonces promover proyectos y programas con diversas lógicas de intervención y variedad de conceptos como los de negocios inclusivos, comercio justo, proyectos con empresas ancla o PPP (Proyectos público y privados), Administración, Presupuesto, Tributación, Redes de comercialización, Líneas de venta, Ventajas y desventajas entre otros, y desarrollar una investigación que dé respuesta a un modelo de empresa asociativa que plantee una respuesta a una problemática social y que se plasme en una empresa viable y rentable

Se prevé que este trabajo investigativo ayudará a los pequeños agricultores de la parroquia la Unión en su necesidad de crecer económicamente así como de enriquecerse de conocimientos que los impartirá a diferentes individuos de otras comunidades con el afán de convertirse en un gremio agrícola.

## **CAPITULO II**

### **2.- MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes de la Investigación**

Al respecto y en concordancia con el tema de estos autores nos habla referente a muchos puntos relacionados de la asociatividad y comercialización donde nos da énfasis a obtener mayor conocimiento

En esta investigación realizada por Marcos Ramón Codena Chávez, Eligio Antonio Villacrés Franco La asociatividad en las microempresas, de la ciudad

de Portoviejo, como estrategia de crecimiento económico Universidad Técnica de Manabí Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas Carrera de Economía 2012, concluye que a través de las encuestas, se determinó que los Microempresarios, no han recibido ningún tipo de capacitación formal, sean estas técnicas, vocacionales o de otra índole sobre lo que significa la asociatividad(Coveña Chávez & Franco, 2012)

Muchas de los pequeños agricultores de la parroquia la unión ingresan a la asociación y no conocen los requisitos, beneficios que obtienen a formar parte de una asociatividad por lo tanto se dan acuerdos de voluntades y protocolos escritos que ayuden a precisar los compromisos, derechos y responsabilidades esto les genera una confianza y una participación de todos los miembros de la asociación, donde cada agricultor pueda expresar su opinión y puntos de vista, para al final generar un mutuo acuerdo donde las responsabilidades sean compartidas y cada integrante de la asociatividad asuma su cumplimiento de acuerdo con lo pactado; debe existir plena conformidad con las decisiones que se tomen en esta etapa pues las soluciones han sido tomadas a partir de la participación de todos los asociados.

Esta investigación elaborada por Días Titán Martha Marlene. Producción, comercialización y rentabilidad dela naranja (*citrus aurantium*) y su relación con la economía del cantón el maná y su zona de influencia, Universidad Técnica De Cotopaxi 2013 la falta de asesoramiento técnico y la escasa oferta en los mercados influye que la actividad de producción se desarrolle lentamente pese a la gran demanda, siendo uno de los productos que inevitablemente existe en cada finca de los productores(Días Titán, 2013).

Por lo tanto los pequeños productores de la parroquia la Unión observaron que si integraban a una asociatividad la comercialización de su producto evitarían los intermediarios, obtendrían mejores precios, disminuirían costos y serían más eficientes. En el transcurso asociativo lograrían asemejar

problemas y necesidades comunes, y sobre todo metas e intereses compartidos. Decidieron unirse para resolver temas comerciales y necesidades particulares de capacitación con otras dos asociaciones, ahorrando recursos y manteniendo su autonomía con un objetivo de mejorar para poder seguir incrementando socios. La comercialización agrícola cubre los servicios que se ocupan de hacer llegar el producto agrícola de la granja al consumidor por lo tanto la directiva busca ayuda a las autoridades pertinentes como el MAGAP para obtener beneficios de toda índole.

## **2.2. MARCO CONCEPTUAL**

Asociatividad.- Otra manera de definir la asociatividad, es descomponiendo cada una de sus palabras y definir las por separado:

El concepto de Asociatividad proviene de la definición de Asociar del latín *associare* y significa. Asociar

- Unir una persona a otra que colabore en el desempeño de algún trabajo, comisión o encargo.
- Juntar una cosa con otra para concurrir a un mismo fin.
- Relacionar.
- Juntarse, reunirse para algún fin.

La asociatividad “es un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa participante, manteniendo su

independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común”(ALopez Cerdan, 3003)

La asociatividad, tal como se ha señalado, compone uno de las vías viables para el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas; y no sólo para lograr la supervivencia en mercados cada vez más abiertos a la competencia, sino rescatar formas alternativas de riqueza y equidad para este sector a través de la colaboración y trabajos en equipo.

Mecanismo de cooperación entre organizaciones, empresas, personas o territorios en donde cada participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía, decide voluntaria mente participar en un esfuerzo conjunto, para la búsqueda de objetivos, oportunidades y metas comunes

(Chavez tapia, 2008)

La asociatividad puede minimizar debilidades y potenciar fortalezas; disminuir las barreras de entrada a ciertos mercados; permitir la coordinación en las cadenas productivas; facilitar la creación de economías de escala; reducir los costos de transacción en las etapas del proceso productivo; propiciar un uso más eficiente de los factores de producción; reducir los riesgos asociados a la volatilidad del mercado; mejorar el acceso a los servicios financieros y a la información técnica y de mercado; o incrementar la capacidad y el poder de negociación(Zrama, 2009)

Todos estos autores llegan a una misma conclusión que asociatividad es para cubrir y llegar a un objetivo común en la comercialización de su producto con nuevas perspectivas en el futuro

***Otro concepto: Asociatividad Empresarial ¿Qué es la Asociatividad Empresarial?***

Es un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, donde comparten la misma necesidad; cada empresa mantiene su independencia jurídica y autonomía gerencial y decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto para la búsqueda de un objetivo en común. El objetivo principal de este grupo es trabajar en conjunto su posicionamiento externo, desde las gestiones anteriores a exportar hasta trabajar ligadamente en las actividades que se realicen en el exterior, con una oferta integrada y fortalecida.

## **Asociatividad Agrícola**

### **Gremio:**

Grupo de personas o entidades con fines de representación de defensa y promoción del interés comunes de sus miembros.

### **Empresas:**

Sociedad de personas o entidades con fines exclusivamente económicos: comerciales industriales y/o de servicios. Su único objetivo es generar y ahorrar dinero en pro de la capitalización. (Vegas rodrigues, 2008)

### ***¿Por qué Asociarse?***

#### **1. Razones internas a las empresas:**

Disminuir la incertidumbre y las debilidades y conjugar capacidades específicas.

#### **2. Razones competitivas:**

Reforzar posiciones en el mercado.

#### **3. Razones estratégicas:**

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

### **¿QUE IMPLICA ASOCIARSE?**

- Asumir compromisos y cumplir
- Cultivar relaciones de confianza
- Existencia de comunicación permanente
- Disposición a invertir dinero y tiempo
- Disposición para compartir cotos y riesgos

### **Ventajas y Desventajas de la Asociatividad**

#### **Ventajas**

Incremento de la producción y productividad

- Mantener la autonomía de los participantes, “la unión hace la fuerza”. Esto permite que las empresas asociadas compartan los recursos que sólo se refieren a la asociatividad, manteniendo aquellos puntos estratégicos y que no desean ser compartidos en plena confidencialidad.
- Mayor poder de negociación.
- Mejora el acceso a tecnologías de productos o procesos y a financiamiento.
- Se comparte riesgos y costos.
- Reducción de costos.
- Mejora de la calidad y diseño.
- Mejora la gestión de la cadena de valor (mayor control).
- Mejora la gestión del conocimiento técnico – productivo y comercial.
- Adoptar diversas modalidades jurídicas, organizacionales y/o empresariales. Es decir, relaciones empresariales como la subcontratación, las franquicias, los contratos de cooperación, etc.
- La Pymes obtendrán los beneficios de la asociatividad de acuerdo a su grado de participación y el compromiso que en ello coloquen.

- Existe flexibilidad entre las partes, principalmente cuando no existen contratos que generen responsabilidades entre las partes y que por lo tanto sea acuerdos voluntarios e informales, el ingreso y salida de miembros en este caso es sencilla y poco conflictiva.
- Mejorar la productividad y competitividad, lo que permite ampliar los mercados (mayor escala o nuevos mercados).
- Generan en las empresas y los empresarios varios “efectos secundarios” como una mentalidad más abierta, mayor confianza, una visión unificada a más largo plazo, mayor integración, mayor positivismo, más dinamismo.

### **Desventajas**

- Muchas veces el individuo no puede solicitar préstamos o crédito, puesto que no tiene una firma colateral.
- Los pequeños agricultores que ofrecen una limitada cantidad de productos, por lo regular no reciben un buen precio por sus productos en el mercado local.
- La compra de insumos resulta más cara, puesto que los vendedores no le ofrecerán un descuento por la compra de semillas, fertilizantes y otros insumos, y si se lo ofrecen, éste será mínimo.
- Por lo regular, las agencias ofrecen capacitación y entrenamiento a grupos, no a individuos.

### **Tipos de integración**

Una investigación desarrollada en la ESPOL por parte de Luis Adolfo Dueñas Cabezas, denominado: “Análisis del impacto socioeconómico del cooperativismo como una alternativa de desarrollo para la provincia de Los Ríos, expresan que entre las posibles formas de organización con las que se puede contar para agrupar a las personas de clase social desproveída tenemos: (Lourdes Dueñas, 2001)



- Fundaciones
- Asociaciones
- Comunas
- Cooperativas

**Fundaciones:** Dependen de una voluntad extraña que destina ciertos bienes para el fin que se propone y que realizarán otras personas. Las fundaciones tienen que cumplir con el fin señalado por sus fundadores. En las fundaciones encontramos que sus finalidades son servir al prójimo, ayudar desinteresadamente a la colectividad, algunas inclusive con un espíritu caritativo, de dádiva. En cambio, en las cooperativas, esta misma ayuda desinteresada, este amor al prójimo, va más allá de la misma filantropía.

**Asociaciones:** Las asociaciones se pueden constituir de una manera formal e informal. Las formales deben contar con el debido registro en el Ministerio de Bienestar social. Las informales no tienen necesidad de legalizarse. Esto las identificaría como sociedades de hecho, y las faculta para obtener ventajas temporales.

No existen muchas diferencias notables en cuanto a requisitos legales entre la formación de una asociación o una cooperativa. Para formar una asociación se debe contar por lo menos con once personas interesadas, mayores de edad y que posean capacidad de ejercer derechos y contraer obligaciones.

Una asociación puede ser definida como la relación entre individuos que llevan a cabo un negocio o actividad en común con el fin de obtener algún beneficio. Las principales ventajas de esta forma de organización son su simplicidad y flexibilidad. Simplicidad en el sentido que esta estructura es determinada por acuerdo entre socios y flexibilidad en que no son sujetas a impuestos y requieren de pocas formalidades para su gobierno. Una de las

limitaciones de esta estructura organizativa es que depende mucho de la confianza entre socios lo cual puede llevar a conflictos en el futuro. La diferencia entre una asociación y una cooperativa radica solamente en una distinción legal que refleja las actividades y metas de la organización.

Una asociación es solo una organización de pequeños productores que representa los intereses de sus miembros. Una cooperativa es un tipo de empresa rural. Ambas formas de organización son controladas por los miembros bajo una estructura de decisión democrática.

**Comunas:** En cuanto al ente comunal, la Ley de Organización y Regímenes de comunas, se refiere a este como: “Todo centro poblado que no tenga categoría de parroquia, que existiera en la actualidad o que se estableciere a futuro, y que fuere conocido con el nombre de caserío, anejo, barrio, partido, comunidad, parcialidad o cualquier otra designación, con más de cincuenta habitantes radicando en ella.

**Cooperativas:** Son sociedades organizadas en forma voluntaria por un grupo de personas con el objeto de servir a sí mismos y; por consiguiente a la comunidad. Bajo el concepto de cooperación se entiende una acción mancomunada de personas, conducente a la realización de objetivos comunes. La cooperación incluye, primero, personas con intereses comunes convergentes; segundo, una acción conjunta y coordinada y tercero objetivos comunes correspondientes a los intereses de las personas que actúan

Según la Alianza Internacional de Cooperativas (ICA) la cooperativa es “una asociación autónoma de personas unidas voluntariamente para satisfacer sus necesidades económicas, sociales y culturales comunes y sus aspiraciones a través de empresas controladas democráticamente y de propiedad común que ofrecen a sus socios acceso a insumos, mercados y crédito” (ICA 2004).

## **Cooperativas de producción**

Son aquellas en las que sus socios se dedican personalmente a actividades productivas lícitas, tiene por objeto principal las producciones de bienes, tales como agrícolas, frutícolas, vitivinícolas, de huertos familiares, de colonización, comunales, forestales, pecuarias, lecheras, avícolas, de inseminación, apícolas, 30 Organización internacional de las Cooperativas de Pesqueras, artesanales, industriales, de construcción, artísticas y de exportación e importación.

- Cooperativa de Producción Agrícola.- Los integrantes de esta cooperativa tienen como objeto trabajar en común las tierras, comercializar sus productos, realizar compras en conjunto de consumidor agrícolas y en general efectuar sus labores en forma conjunta

## **Tipos de Asociaciones**

Para Junkin Ruth, consultora del Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza, las empresas rurales pueden ser:

Asociaciones de primer grado: Son organizaciones locales conformadas por productores que se enfocan en la producción y que comercializan sus productos en mercados locales o a través de intermediarios. Estos serían el caso de las seis organizaciones que actualmente conforman el MAGAG en Los RIOS, y que se dedican a la producción o comercialización de arroz. (Aguirre Roberth, 2010.)

Asociaciones de segundo grado: Son organizaciones que aglutinan la producción de organizaciones de primer grado, y que se encargan de la comercialización y en determinados casos de la transformación primaria o secundaria de los productos. Se da en el caso de intermediarios que justamente en muchas ocasiones no pagan un precio justo al pequeño

productor, pero que también puede incluir instituciones estatales como la Unidad Nacional de Almacenamiento que se encarga de acopiar ciertos productos y los comercializa, pagando eso sí un mejor precio que en condiciones normales al agricultor. (Junkin R, 2005)

Asociaciones de tercer grado: Son organizaciones que aglutinan la producción de las organizaciones de segundo grado, y que se encargan de la comercialización con una visión al mercado internacional con productos orientados a satisfacer una nueva demanda en mercados nacionales e internacionales, tales como los productos especiales.

### **El Proceso Asociativo: Etapas**

En el proceso de formación de un grupo asociativo se pueden distinguir distintas fases que podemos clasificar de la siguiente manera: (Rosa Casquete, 2005)

1. Etapa de gestación
2. Etapa de estructuración
3. Etapa de madurez
4. Etapa productiva o de gestión
5. Etapa de declinación

1. Etapa de gestación: Durante este período se despierta el interés de los participantes al iniciarse un proceso de acercamiento. Aquí comienzan las acciones para la creación e integración del grupo asociativo, se analiza el potencial de cada una de las empresas, las ventajas de llevar adelante el proyecto. Será importante dentro de la investigación de campo que se realizara más adelante, conocer si esta etapa se dio por parte del MAGAP de una manera planificada, y fundamentalmente observando las potencialidades de la asociación como de la comunidad

2. Etapa de estructuración: En esta etapa, los empresarios ya han definido su rol dentro del grupo y han aceptado al mismo como herramienta para alcanzar el o los objetivos planteados. En este momento se definen las estrategias a seguir para el logro de los objetivos comunes. De igual forma, hay que señalar de parte de los autores de esta investigación, que existen particularidades diferentes de producción y comercialización entre los productores agrícolas, y cada quien de forma individual tiene sus propios fines y metas, por lo que es necesario que los objetivos generales de la asociación busque el mayor equilibrio posible para el beneficio de todos los miembros, en este sentido debe realmente observar las necesidades reales y las prioridades de la asociación o comunidad. (35 Martínez A, 2001)

3. Etapa de madurez: A esta altura del proceso de desarrollo, los empresarios ya han definido pautas de organización del grupo, el mismo ha adquirido identidad como tal, y existe claridad sobre las acciones a seguir. En esta etapa se define la forma jurídica, basándose en las necesidades planteadas por la actividad a desarrollar. Así se crean las bases para el auto sostenibilidad del grupo. Muchas veces se elige la forma jurídica de organización sin observar los objetivos y fines, debido a la poca preparación o instrucción del habitante del sector rural. Basados en la nueva Ley de Economía Solidaria, estas organizaciones deben tomar más en serio su proceso de organización, mucho más cuando pareciera que ha faltado control en muchos aspectos de Martínez, A. (2001). Asociatividad, una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las Pymes. Argentina. (Martinez, 2001)

4. Etapa productiva o de gestión: Este es el período donde se llevan a cabo las acciones para la obtención de los resultados esperados. Los procesos operativos internos se agilizan para llevar adelante la gestión empresarial, todos los proyectos que se dieron a partir del 2008, han presentado problemas a niveles productivos, por lo que habrá que indicar

que la etapa de gestión no ha estado de acuerdo con los objetivos planteados, y por tanto los procesos administrativos y operativos han tenido sus dificultades.

5. Etapa de declinación: Esta etapa comienza cuando los rendimientos de la gestión disminuyen y la relación costo-beneficio del accionar del grupo es negativa. Es aquí donde deberá tomarse la decisión de desintegrar el grupo o iniciar nuevos proyectos.

Para Mauricio Tobar Rivas, técnico del Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria y Forestal de San Salvador, se debe iniciar un proceso productivo articulado al mercado con un grupo de productores y productoras interesados Martínez, A. (2001). Asociatividad, una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las Pymes. Argentina. De una zona, sector o microcuencia, es conveniente enfatizar tres principios básicos para su desarrollo. Ellos son:

- La participación de los y las integrantes en la toma de decisiones y en la ejecución de las acciones.
- La organización como una herramienta para emprender el reto y,
- La responsabilidad para cumplir con los compromisos contraídos. Es muy difícil lograr el éxito si falta uno de estos principios.

Consideramos como autores de esta investigación que es el MAGAP, conjuntamente con la futura Superintendencia de Economía Solidaria, quienes deben promocionar, crear los incentivos, pero fundamentalmente controlar eficazmente la gestión de este tipo de organizaciones, más que todo en lo que respecta a la participación social, organización y cumplimiento de compromisos.

## **ASOCIATIVIDAD PARA MEJORAR EL NEGOCIO AGRÍCOLA.**

La asociatividad es necesaria para que los pequeños y medianos productores puedan mejorar su eficiencia productiva, incrementar su poder de negociación y lograr una mayor y mejor articulación con el mercado. Identificar opciones Investigación Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria y Forestal. Tobar, J. (2002). Asociatividad para mejorar el negocio agrícola. El Salvador. Productivas con potencial de mercado apropiadas para una región dada y aceptadas por la comunidad<sup>40</sup>. A pesar de que este criterio detalla grandes ventajas que traería consigo la asociatividad voluntaria, la falta de participación, de liderazgo, de instrucción educativa, ha hecho que exista una intervención del estado en componentes complementarios a la producción y asociatividad.

Para Juan Carlos Vegas Rodríguez, consultor de Asecal Mercurio Consultores, las ventajas fundamentales que produce la asociatividad son:

- Disminuir costos. A criterio de los autores de esta investigación esta disminución es evidente, ya que se pueden negociar mayores volúmenes de insumos, de transporte, entre otros. Inclusive los costos por financiamiento se ven notablemente disminuidos por los pequeños agricultores
- Acceder a nuevos mercados. De manera individual, el pequeño productor cae en manos de los intermediarios, y no tendría alternativas para poder escoger las mejores condiciones en la venta. El lograr inclusive que le den valor agregado a sus productos, bajo mejores parámetros de productividad e innovación, traería mucho más la presencia de nuevos compradores.
- Aumento de productividad y competitividad.

- Desarrollo mayor de investigación e innovación. Como autores de esta investigación, creemos que en condiciones climáticas normales, la investigación y aplicación de nuevas técnicas, tecnologías y otros recursos, puede permitir mayores cosechas, y mayores ingresos si además el proceso de comercialización se da en condiciones más justas mediante la intervención grupal de una asociación.

## **DESVENTAJAS QUE SE PUEDEN DAR CON LA PRESENCIA DE LA ASOCIATIVIDAD EN LA AGRICULTURA.**

Definitivamente a criterio de los autores de esta investigación, una gestión eficiente respecto de la figura de asociatividad trae grandes ventajas principalmente a pequeños productores, sin embargo, si ciertas variables dentro de esta gestión no se llevan a cabo de buena manera, pueden presentarse dificultades. Este punto es importantísimo respecto de la presente investigación, ya que varias veces se ha repetido que el desarrollo de la gestión financiera, legal y productiva de las asociaciones que tienen convenio con el CADERS no es eficiente, y se están dando inconvenientes.

### **Capacitación**

La capacitación consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador.

La capacitación es proporcionar conocimientos, habilidades y también es un factor importante para que el colaborador pueda desempeñarse eficientemente; en síntesis podemos afirmar que toda empresa debe orientar la “capacitación como herramienta para la calidad y la productividad” y existe varias técnicas para capacitarse. El tiempo requerido para la capacitación puede reducirse drásticamente con una cuidadosa selección del personal.



La capacitación en el área de trabajo es fundamental para la productividad. Este es el proceso de adquirir conocimientos técnicos, teóricos y prácticos que mejorarán el desempeño de los empleados en sus tareas laborales.(Chiavenato, 2002, pág. 415)

La buena capacitación puede traer beneficios a las organizaciones como mejorar su imagen y la relación con los empleados, además de que aumenta la productividad y calidad del producto. Para los empleados, también hay beneficios como el aumento en la satisfacción del empleo y el desarrollo de sentido de progreso (Winter, 2002)

Por consiguiente la capacitación es proporcionar conocimientos, en los aspectos técnicos del trabajo. Fomentando e incrementando los conocimientos y habilidades necesarias para desempeñar su labor.

## **Comercialización**

Gilberto Mendoza, especialista en mercadeo agrícola, considerado que los términos comercialización y mercadeo son sinónimos y se refieren a la fase del proceso productivo de los bienes agrícolas y pecuarios:

La comercialización exige la realización de algunas de las siguientes actividades

ProducciónMercadeo Consumo

El mercadeo o conjunto de proceso y etapas que deben superar los productos en el fijo de traslado desde el productor hasta el consumidor final. Incluye actividades físicas y económicas, bajo un marco legal e institucional.

- La comercialización exige la realización de todas o algunas de las siguientes actividades
- Acopio
- Transporte
- Selección
- Limpieza clasificación y normalización

- Almacenamiento
- Empaque
- Transformación búsqueda de abastecedores y de mercados
- Financiación de los gastos que ocasionan
- Conservación del producto desde que se paga al productor hasta que el consumidor lo compra.
- Aceptación de los riesgos que entraña la conservación del producto mientras se encuentra en el mercado
- Información sobre precios y mercado
- Compra y venta
- Todas las demandas operaciones que implican llevar los artículos del productor al consumidor final

## **PROBLEMÁTICA EN LA COMERCIALIZACIÓN AGRÍCOLA.**

Los pequeños productores enfrentan limitaciones tanto internas como externas para acceder a las oportunidades de los mercados internacionales y nacionales.

Acceso a tecnologías de comunicación e información (TIC): La falta de acceso a las TIC limita la capacidad de las organizaciones empresariales expandirse en los mercados internacionales de productos nicho porque no pueden obtener información de primera acerca del comportamiento de la demanda y oferta. El conocimiento y manejo de las TIC es fundamental si se quiere acceder hacia nuevos mercados; por ejemplo, conocer la demanda actual del bien o servicio, y establecer contacto con posibles compradores<sup>17</sup>. Consideramos como autoras de este proyecto que la falta de recursos monetarios y financiamiento influyen en esta situación abordada en este

Punto, y es menester del estado cambiar esta circunstancia, cuando muchas veces falta de equipos y maquinarias eficientes para mejorar su

productividad, además de poder contar con tecnología para informarse de precios de compra de insumos, precios del arroz, entre otros datos que se necesitan tener a la mano para tomar decisiones acertadas. Sociabilizar y concertar capacitaciones grupos de organizaciones agrícolas conllevaría menos pérdida de tiempos y mayor conciencia de la importancia de programas como el de las Escuelas de la Revolución Agraria (ERA) implementadas desde el 2010 por el MAGAP, las cuales tienen el objetivo de fomentar y mejorar la intervención tecnológica y la aplicación práctica, lo que puede permitir a corto y mediano plazo mejorar la productividad y reducir los costos de producción. (Jose Lopez Cordova)

Organización interna sólida: La organización interna es otro factor crítico para el desarrollo de las empresas rurales; por ejemplo, una deficiente administración en el manejo de los capitales de la empresa por parte de los administrativos de una empresa, puede llevar a prácticas oportunistas que ponen a la empresa al borde de la quiebra y el fracaso. Además, dentro de la organización interna de las empresas rurales debe existir una buena comunicación, afinidad y confianza entre miembros. Esta es la problemática que directamente abordamos en este proyecto, y es que como. López, J. (2008). Oportunidades y limitaciones para el posicionamiento de pequeños cafetaleros y sus empresas asociativas en mercados diferenciados. Costa Rica.

Muchos de los convenios realizados con asociaciones arroceras están fracasando en su gestión, lo que demuestra que aunque se promoció y logre mayor cantidad de asociatividad entre los agricultores, de nada valdría esta situación, sino se controla la existencia de transparencia y participación total de la comunidad o grupo, de forma que todos conozcan los logros, y puedan dirigir sus esfuerzos en un solo sentido.

Acceso a infraestructura productiva: Por ejemplo, al no contar con una red caminera en buenas condiciones, los productos que se producen en áreas

rurales remotas no podrán llegar en las condiciones óptimas que generalmente exigen los compradores y consumidores especialmente si son perecederos.

Costos de transacción: Los costos de transacción son los costos de obtener información acerca de los partidos, bienes y servicios intercambiados, costos de monitoreo e implementación de acuerdos. Los costos de transacción surgen debido a que el acceso a información es una tarea costosa y su distribución es asimétrica entre los diferentes actores de una cadena de valor. Los costos de transacción pueden ser interpretados como los costos asociados con el intercambio en el mercado, incluyendo los costos de buscar opciones, contratos de negociaciones, refuerzo de los acuerdos y los pagos a los intermediarios de transacción<sup>19</sup>. El Proyecto PIDAASSE del MAGAP tiene como uno de sus objetivos implementar un sistema de información geográfica y de precios. Consideramos que una mayor comunicación e información respecto de las condiciones del mercado pueden permitir exigir un precio justo en los procesos de producción y comercialización, mucho más cuando existe gran nivel de pobreza en la población del sector rural.

Para (Guillermo Gutiérrez Castillo, 2010), en cambio las principales dificultades que se le presenta al agricultor son las siguientes:

- Los productores/as venden su producción como materia prima al primer eslabón en la cadena<sup>20</sup>. Para el caso del arroz, está claro que los agricultores riosenses venden su producto a empresas, piladoras o a intermediarios, pero muy poco se le da valor agregado por ellos mismos, situación que podría traerles mayores beneficios. En este sentido, el MAGAP con su programa PRONERI, está tratando a nivel nacional fomentar iniciativas de articulación productiva y comercial entre pequeños productores y empresas industriales López, J. (2008). Oportunidades y limitaciones para el posicionamiento de pequeños cafetaleros y sus empresas asociativas en mercados diferenciados. Costa Rica.

## **Asociatividad para mejorar el mercadeo y comercialización agrícola con pequeños y medianos productores.**

No cuentan con estructuras de almacenamiento por lo que venden en el peor momento. En Ecuador desde el año 2009, hay que indicar que entró a funcionar la Unidad Nacional de Almacenamiento (UNA), que es una entidad adscrita al MAGAP, justamente debido a que los pequeños y medianos agricultores no poseen silos adecuados para poder conservar y guardar sus cosechas, situación que apresura la venta a intermediarios, y muchas veces a precios que son impuestos por dichos intermediarios. Se repite que esta problemática está siendo abordada por el estado con la intervención de la UNA, de forma que se le compre a un precio más justo sus productos, pero sin embargo como autoras de esta investigación consideramos que mayor provecho traería contar con centros de acopio propio, como ya se ha dado a través de este programa con el financiamiento a la Asociación Agrícola Juan Palomino del cantón Rocafuerte respecto de este asunto.

- Los productores/as no producen en función de una demanda de mercado. En este sentido, son frecuentes iniciativas de desarrollo que promueven el aumento de la producción y la productividad sin tener mercado. No es de obviar los bajos niveles de educación de la población del sector rural en Babahoyo, Los Ríos, donde muchos apenas terminan la primaria, (GUTIERREZ G, 2009) lo que provoca desconocimiento del mercado, y sus acciones de producción y comercialización más la realizarían en base a la costumbre y tradición. Sin embargo el MAGAP a través de las ERAS trata de entregar mayor conocimiento sobre el mercado, y mediante el PRONERI trata de que se realice un comercio equitativo entre pequeños productores e industrias mediante la vinculación y articulación de actividades.
- Los productores/as compran y venden de manera individual, atomizada. Lo que refleja de manera generalizada el poco nivel de

asociatividad que normalmente tienen los pequeños productores, y que es la problemática abordada en nuestra investigación.

### **2.3 Fundamentación Legal**

La Asociatividad aparece justificada en nuestra Constitución en el Capítulo VI Derechos de la libertad, Art. 66, numeral 15 el cual manifiesta: "El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental"; reconociendo así, el derecho a la libres asociación para alcanzar un fin común.

Aún con lo expuesto en el párrafo anterior, hay que señalar que de nada valdría que a nivel de mandato constitucional se incluyan el derecho a la asociatividad, cuando para todos es conocido los bajos niveles de instrucción o educación de la mayor parte de la población rural que se dedica a la agricultura en la provincia los Ríos parroquia la Unión, por lo cual debería el estado fomentar por su propia iniciativa este hecho, ya que de por sí solo es muy difícil que los agricultores decidan asociarse, bajo esta circunstancia es que se ha implementado el proyecto de obtener una asociatividad, conjuntamente con otras estrategias complementarias.

En el Art. 319 del Capítulo Sexto, sección primera de la Constitución de la República del Ecuador reconoce diversas formas de organización de la producción de la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

Consideramos que en un país en donde la desigualdad económica y social impera en la mayor parte de la población, y donde el estado no ha logrado cubrir las necesidades básicas en su integridad, el cooperativismo surge

como una alternativa válida y eficaz para mejorar las condiciones de vida de la sociedad, y tal es así que estas instituciones son mayoría dentro de lo que ahora se denomina “Economía Solidaria”, y en donde las fundaciones, cooperativas y otras entidades de carácter social tendrán su propio organismo de control, situación que puede permitir una mayor eficiencia en la gestión de este tipo de organizaciones.

## **PLAN DE BUEN VIVIR**

El Plan Nacional para el Buen Vivir que señala la importancia de establecer un sistema económico social, solidario y sostenible. Además, de impulsar la actividad de pequeñas y medianas unidades económicas asociativas y fomentar la demanda de los bienes y servicios que generan. La Política 11.6 pretende impulsar la diversificación de mecanismos para los intercambios económicos, además de promover esquemas justos de precios y calidad para minimizar las distorsiones de la intermediación y, privilegiar la complementariedad y la solidaridad, además de impulsar las redes de comercialización directa y las iniciativas de compras solidarias.

Con lo anterior queda totalmente claro que son necesaria la inclusión de reglas para que el productor agrícola, y muy especialmente los que tienen pequeños espacios de tierra, puedan acceder a la venta de sus productos a un precio justo, situación que puede permitirles mejorar sus ingresos y sus condiciones de vida; y consideramos que la asociatividad es una herramienta que puede el estado utilizarla para mejorar esta situación.

## **LEY DE CENTROS AGRÍCOLAS Y ASOCIACIONES.**

Esta ley en su artículo 2 establece que todo productor agropecuario propietario de predios rústicos tiene derecho de pertenecer al Centro Agrícola

de su respectiva jurisdicción cantonal y/o a la Asociación de Productores del principal producto que se genere en su propiedad. En el evento de que el productor cultive diferentes productos, podrá afiliarse a diferentes asociaciones. A través de la afiliación a estas entidades, los productores estarán afiliados a su respectiva Cámara de Agricultura.

El mismo derecho se reconoce a quien sin ser propietario del predio, estuviere a cargo de su explotación en virtud de contrato de arrendamiento celebrado legalmente.

Lo descrito en los dos párrafos anteriores, ratifica el hecho de que cualquier agricultor es libre de asociarse dentro de su jurisdicción, y no debieran existir limitaciones o trabas para que se dé esta circunstancia. Lo que sucede es que muchas veces estos centros agrícolas o asociaciones son dirigidos por grandes productores, y no les convendría tener como socios a pequeños productores, o en todo caso la organización no toma el protagonismo que debería tomar.

## **LEY DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA.**

El artículo 2 de esta ley establece que son formas de organización de la economía popular y solidaria las siguientes:

Las organizaciones económicas constituidas por agricultores, artesanos o prestadores de servicios de idéntica o complementaria naturaleza, que fusionan sus escasos recursos y factores individualmente insuficientes, con el fin de producir o comercializar en común y distribuir entre sus asociados los beneficios obtenidos, tales como microempresas asociativas, asociaciones de producción de bienes o de servicios, entre otras, que constituyen el sector asociativo. Algo importante respecto a lo anterior, es que a través de esta Ley se pretende darle mayores impulsos a sectores desprotegidos y como se explica con escasos recursos, es decir aquellos que



tienen poco acceso al financiamiento en el sistema financiero nacional, y mucho más cuando los grandes intermediarios que participan en la cadena de comercialización no otorgan condiciones más justas a los pequeños productores.

### **LEY DE SOBERANÍA ALIMENTARIA.**

Artículo 15. Fomento a la Producción agroindustrial rural asociativa.- El Estado fomentará las agroindustrias de los pequeños y medianos productores organizados en forma asociativa.

Para los autores de esta investigación, parte del buen vivir del que se habló en párrafos anteriores se vería reforzado por una ley como la de Soberanía Alimentaria, y donde se expone la importancia de la asociatividad como pieza fundamental para mejorar no solamente las cantidades y variedades de producción, sino también de la comercialización y consumo; considerando necesario que se ofrezcan condiciones justas y equitativas de comercialización como base para que los precios sean justos también en la venta minorista al consumidor.

### **3.4. MARCO REFERENCIAL**

Se entiende por Asociatividad la organización voluntaria y no remunerada de individuos o grupos que establecen un vínculo explícito, con el fin de conseguir un objetivocomún. (Ramon, 2008)

Esto nos ayuda a definir que La Asociatividad: es una forma de cooperación equitativa entre los organismos pertinentes y los pequeños agricultores independientes que buscan un crecimiento productivo con el fin de satisfacer necesidades a los individuos .Esto les da un énfasis para fomentar la asociatividad con una organización y planificación bien estructurada con todos los requisitos planteados y estando de acuerdo con cada uno de ellos y dando a conocer sus inquietudes y soluciones para que esta identidad pueda generar mayor ingresos por dicha conocimientos para lograr superar los desafíos que se puedan presentar en el transcurso del proceso de crecimiento de la asociatividad, con el fin de cumplir con el objetivo deseado.

Estos nos ayudan visualizar todos los aspectos agrarios desde la iniciación hasta donde se va a trasladar el producto para poder llegar al mercado con mayor tendencia y competitividad

La comercialización es un factor clave para que un emprendimiento pueda sostenerse y crecer. Al mismo tiempo, es el punto débil de todos los emprendedores. Conjunto de funciones que se desarrollan desde que el producto sale del establecimiento de un productor hasta que llega al consumidor.

Mercado: lugar de encuentro entre la oferta y la demanda.

Mercadeo: movimiento de la producción agrícola desde la explotación donde se produce hasta el consumidor o el fabricante. Comprende: la Manipulación, el transporte, la elaboración y el embalaje inicial, la Clasificación y el control de calidad.(Luis, 2008)

Aunque la comercialización nos da una pauta más amplia a los pequeños agricultores de la parroquia la Unión a incrementarnos a una asociatividad por tantos inconvenientes que se presentan en el momento de vender el producto, entregando a un acopiador donde él se encarga de transportar pero el agricultor se queda con tanto esfuerzo y poca recompensa y mientras el acopiador se enriquece por el motivo que está plasmado de información masiva donde puede trasladar el producto. Por eso la Directiva trata incrementar socios para poder ser más potentes en la comercialización buscando quienes le faciliten líquidos, abono, maquinarias de productividad además de poder contar con tecnologías para informarse de precios de compras de insumos , precios de arroz entre otros datos que se necesitan tener a la mano para tomar decisiones acertadas .

La comercialización busca fuentes importantes para incrementar su producción dentro de diferentes mercados donde obtengan mayor porcentaje de la economía conociendo de la competencia para fortalecer la asociatividad

## **2.5. GLOSARIOS DE TÉRMINOS**

**Asociatividad Empresarial:** Entendemos todas aquellas formas de cooperación entre empresas, ya sea horizontal, transversal o verticalmente, que tiene por objeto principal mejorar la gestión, la productividad y competitividad de las empresas asociadas. (Pallares Villegas, 2003)

**Comercialización.-** La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales.

**Comercialización Agrícola.-** Cubre los servicios que se ocupan de hacer llegar el producto agrícola de la granja al consumidor. Existen numerosas actividades interconectadas implicadas en este proceso. La comercialización agrícola es realizada más bien por el sector privado que por los gobiernos y todos los pasos de la cadena deben mostrar un beneficio para los participantes.

**Rentabilidad.-** Es el beneficio renta expresado en términos relativos o porcentuales respecto a alguna otra magnitud económica como el capital total invertido o los fondos propios. Frente a los conceptos de renta o beneficio que se expresan en términos absolutos, esto es, en unidades monetarias, el de rentabilidad se expresa en términos porcentuales. Se puede diferenciar entre rentabilidad económica y rentabilidad financiera.

**El margen de rentabilidad.-** Es la ganancia de la compañía luego de pagar el costode la mercadería vendida, habitualmente es expresado como porcentaje sobre las ventas.

Rentabilidad = Costo de Compra - Costo de Venta (por el margen de ganancia que consideres, oscila entre de un 20 a un 60% dependiendo oferta y manda del producto o servicio).

**Métodos.-** Selección y aplicación de procedimientos coherentes y eficaces o medios técnicos para realizar un trabajo, actividad u operación para alcanzar

determinados objetivos que influyen o condicionan en la obtención del resultado deseado.

**Técnicas.-** Conjunto de normas, métodos y procedimientos operativos basados en la experiencia y en el desarrollo de ciertos conocimientos específicos de administración o producción, que permiten obtener los mejores resultados o mayores beneficios con el menor esfuerzo y tiempo posibles.

## **Producción**

La asociación incrementa la productividad del trabajo en las organizaciones porque facilita los procesos en la cadena productiva, permite unificar esfuerzos dispersos, propicia el ahorro de recursos y mejora la eficiencia y eficacia

**Producción Agrícola.-** Es aquel que se utiliza en el ámbito de la economía para hacer referencia al tipo de productos y beneficios que una actividad como la agrícola puede generar. La agricultura, es decir, el cultivo de granos, cereales y vegetales, es una de las principales y más importantes actividades para la subsistencia del ser humano, por lo cual la producción de la misma es siempre una parte relevante de las economías de la mayoría de las regiones del planeta, independientemente de cuan avanzada sea la tecnología o la rentabilidad

**Mercado:** Es el contexto en donde tienen lugar los intercambios de productos y servicios. Es decir que en ese contexto es en dónde se llevan a cabo las ofertas, las demandas, las compras y las ventas.

**Asistencia Técnica:** La asesoría dada mediante contrato de prestación de servicios incorporales, para la utilización de conocimientos tecnológicos aplicados por medio del ejercicio de un arte o técnica.

**Fallas de Mercado:** En economía fallo de mercado es el término usado para describir la situación que se produce cuando el suministro que hace un mercado de un bien o servicio no es eficiente, bien porque el mercado suministre más cantidad de lo que sería eficiente o también se puede producir el fallo porque el equilibrio del mercado proporcione menos cantidad de un determinado bien de lo que sería eficiente.

**Seguridad Alimentaria:** Seguridad alimentaria hace referencia a la disponibilidad de alimentos, el acceso de las personas a ellos, y el aprovechamiento biológico de los mismos<sup>52</sup>.

**Mercados Globales:** Mercado globalizado impide la competitividad de las empresas de países en vías de desarrollo y trae como consecuencia la agudización de la pobreza a extremos en el que para las mayorías, sobrevivir es un “éxito”.

**Competitividad Agrícola:** La competitividad no es un concepto, es un proceso que se desarrolla a través de los años y que tiene de acuerdo con las condiciones de cada país diferentes formas de manifestarse. En los países europeos y Estados Unidos han fortalecido a través de los años su sector agrícola, dándole la necesaria protección con precios internos adecuados para que la actividad sea rentable.

**Intermediarios.** Por lo general, los productores o fabricantes, no suelen vender sus productos directamente a los consumidores o usuarios finales; sino que tales productos discurren a través de uno, o más, Intermediarios, los

cuales desempeñan distintas funciones de mercadotecnia; recibiendo sus denominaciones, de acuerdo a tales funciones.

**Organización Comunitaria:** Es aquella organización con personalidad jurídica y sin fines de lucro que tiene por objeto representar y promover valores e intereses específicos de la comunidad.

### **Análisis Foda**

El análisis FODA porque conjunta las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas considerados como factores claves de una organización, a fin de establecer estrategias que la organización sea capaz de implementar en base a sus recursos.

### **Amenazas**

Es una situación favorable, actual o futura, que ofrece el ambiente a la organización, cuyo aprovechamiento adecuado u oportunidad mejoraría su posición de competencia.

### **Debilidades**

Actividades o atributos internos de una organización que inhiben o dificultan el éxito de una empresa.

### **Fortalezas**

Actividades y atributos internos de una organización que contribuyen y apoyan el logro de los objetivos de una institución.

### **Oportunidades**

Eventos, hechos, o tendencias en el entorno de una organización que podrían facilitar o beneficiar el desarrollo de ésta, si se aprovechan en forma oportuna y adecuada.

## **Estrategia**

Es el patrón o plan que integra las principales metas y políticas de una organización y, a la vez, establece la secuencia coherente de las acciones a realizar. Una estrategia adecuadamente formulada ayuda a poner orden y asignar, con base tanto en sus atributos como en sus deficiencias internas, los recursos de una organización, con el fin de lograr una situación viable y original, así como anticipar los posibles cambios en el entorno y las acciones imprevistas de los oponentes inteligentes.

## **Objetivos**

Resultados a corto y largo plazo que una empresa espera lograr para hacer real la misión y la visión.

## **Visión**

La visión es algo que la empresa desea ser en el futuro al final de la planificación, mediante la cual podemos dar respuesta a las preguntas ¿Hacia dónde vamos? ¿A dónde queremos llegar?

## **Misión**

Considerada como la razón de ser la empresa. Es la estructuración de los propósitos de una empresa que la distingue de otros negocios en cuanto al cubrimiento de sus operaciones y sus productos.

## **Políticas**

Son reglas que expresan los límites dentro de los que debe ocurrir la acción y toman la forma de decisiones de contingencia para resolver los conflictos.



## **2.6 HIPÓTESIS DE TRABAJO**

### **HIPÓTESIS GENERAL**

Si se analizara la incidencia de la asociatividad de los pequeños agricultores dentro de la comercialización de arroz en Parroquia La Unión Cantón Babahoyo Provincia de Los Ríos

### **HIPÓTESIS DERIVADAS**

- Si se identifican los beneficios obtendrían entonces una mejor asociatividad.
- Si lográramos una captación de socios adecuada, entonces se puede elevar los niveles de utilidad en la comercialización del arroz.
- Si se proponen las estrategias adecuadas incrementa la captación de socios y se elevarían los niveles de utilidad en la comercialización de arroz.

## **2.7 VARIABLES**

### **2.7.1 VARIABLE INDEPENDIENTE**

Asociatividad de los pequeños agricultores

### **2.7.2 VARIABLEDEPENDIENTE**

Comercialización de arroz





## 2.8 Operacionalización de las variables

**Variable independiente:** Asociatividad de los pequeños agricultores

CONCEPTUALIZACIÓN	ASOCIATIVIDAD	INDICADORES	TÉCNICAS	ÍTEMS
-------------------	---------------	-------------	----------	-------

<p>Asociatividad nos ayuda a mejorar la situación de comercialización de la producción de arroz</p>	<p>Asociatividad</p>	<p>Niveles de asociatividad</p>	<p>Agricultores arroceros Asociados Datos bibliográficos e históricos</p>	<p>¿Ustedes como directiva han tenido este cargo antes en otra asociatividad?</p> <p>¿Cuál fue la principal razón por la que quiso pertenecer a una directiva?</p> <p>¿Usted brindan sus aportes, ideas y soluciones a favor de todos los integrantes de la asociación.</p> <p>¿Considera que el proceso de comercialización ha mejorado con las estrategias que usted ha</p>
---	----------------------	---------------------------------	---	---

				<p>planteado?</p> <p>¿Cuál es el principal beneficio que le ha traído consigo el incorporarse a una directiva?</p> <p>¿Se ha realizado plan de financiamiento con la banca privada para potenciar el trabajo agrícola de los socios?</p> <p>¿Cree usted que ha existido un liderazgo adecuado de parte de la directiva para conseguir los fines comunes en la asociación?</p> <p>¿Cuál es la principal problemática que tiene la directiva respecto al proceso de producción acopio o comercialización de su producto?</p> <p>¿Considera usted que la directiva cumple con las</p>
--	--	--	--	--

				<p>expectativas de todos los socios?</p> <p>¿Cómo directiva Han recibido capacitación sobre organización campesina. Liderazgo o desarrollo local?</p> <p>¿Existen los medios de comunicación y canales de participación adecuados dentro de su directiva para coordinar de mejor manera el</p>
--	--	--	--	--

**Variable dependiente:** Comercialización de arroz



CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION	INSTRUMENTO	ÍTEMS
Para acarrear su producto ya no como simplemente como vendedores si no como acopiadores y distribuidores de su producción y comercialización	Comercialización	Producción  Comercialización planificación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disponibilidad de mercado</li> <li>• Calidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta dirigida a los pequeños productores</li> <li>• Instrumento que se realiza cuestionario</li> </ul>	<p>¿Ha Pertenecido en alguna asociación, cooperativa u otra figura de asociatividad?</p> <p>¿Cuál fue la principal razón por la cual paso a pertenecer a su asociación o Cooperativa?</p> <p>¿Cree Ud. importante brindar sus aportes, ideas y soluciones en todo momento sin esperar recargo en su remuneración?</p> <p>¿Mejoro las formas de comercialización una vez que se incorporó a su Asociación o</p>

					<p>Cooperativa a la que actualmente pertenece?</p> <p>¿Cuál cree que es el principal beneficio que le ha traído consigo el incorporarse a una asociación o cooperativa?</p> <p>¿Ha mejorado su acceso al financiamiento en la banca privada desde que forma parte de una asociación de productores de arroz?</p> <p>¿Cree usted que ha existido un liderazgo adecuado de parte de las autoridades de su Asociación o Cooperativa de</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>Producción en fin de conseguir los objetivos comunes?</p> <p>¿Cuál es la principal problemática que tiene su organización respecto del proceso de producción, acopio o comercialización de sus productos?</p> <p>¿Considera que su asociación o cooperativa es bien dirigida y liderada por las actuales autoridades en bien y cumplimiento de los objetivos comunes de todos los socios?</p> <p>¿Han recibido capacitación sobre organización</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>campesina, Liderazgo o desarrollo local?</p> <p>¿Existen los medios de comunicación y canales de participación adecuados dentro de su organización para coordinar de mejor manera el funcionamiento de dicha organización?</p> <p>¿La comercialización de toda su cosecha la realiza directamente o a través de su Asociación?</p>
--	--	--	--	--	---

## CAPITULO III –

### 3 METODOLOGÍA DE TRABAJO

#### 3.1 TIPOS DE INVESTIGACION

El tipo de investigación que regirá esta tesis será de Investigación de campo, además de los datos que se pudieran obtener a través de los métodos empíricos fundamentales, como son la encuesta y la observación, esta investigación se apoyará en informaciones que provienen entre otras, de entrevistas, cuestionarios y formularios, estadísticas, y análisis o estudios.

#### 3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA DE TRABAJO

##### **Población**

La población es el grupo de individuos que habitan en una determinada zona donde se realiza la investigación. En este caso tenemos una población de estudio determinada en 60 pequeños agricultores de la parroquia La Unión del cantón Babahoyo.

##### **Muestra**

Se considera como muestra a una parte de la investigación que facilita el estudio y hace más eficaz a la investigación para lo cual aplicamos la siguiente fórmula.

Se considerará la cantidad de 60 pequeños agricultores de la parroquia La Unión del cantón Babahoyo como base, para luego aplicar la siguiente formula.

$$n = \frac{e^2 (N - 1)}{1}$$

Donde:

$N$  = tamaño de la muestra

$n$  = tamaño de la población  $e$  = error máximo admisible

Se calcula la muestra, utilizando la fórmula anterior.

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

$$n = \frac{60}{(0.05)^2(59 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{60}{(0.0025)(59) + 1}$$

$$n = \frac{60}{0.1475 + 1}$$

$$n = 52$$

Una vez aplicada la fórmula, se obtuvo la cantidad de 52 pequeños agricultores de la parroquia La Unión del cantón Babahoyo, a considerarse para la recolección de datos de esta investigación.

### 3.3 INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS

**Observación Directa.-** Será utilizada con mayor importancia porque se realizará un trabajo de campo continuo para determinar las influencias que intervienen en este fenómeno.

#### **Cuestionario Estructurado**

Se les realizara a los integrantes de la directiva y a los pequeños agricultores que se encuentran dentro de la asociativa dad de la parroquia la Unión

### 3.4 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

3.4.1 Encuesta aplicada a los 15 integrantes directiva de la asociación de los pequeños agricultores de la Parroquia la Unión cantón Babahoyo Provincia de los Ríos.

1.- ¿Ustedes como directiva han tenido este cargo antes en otra asociatividad?

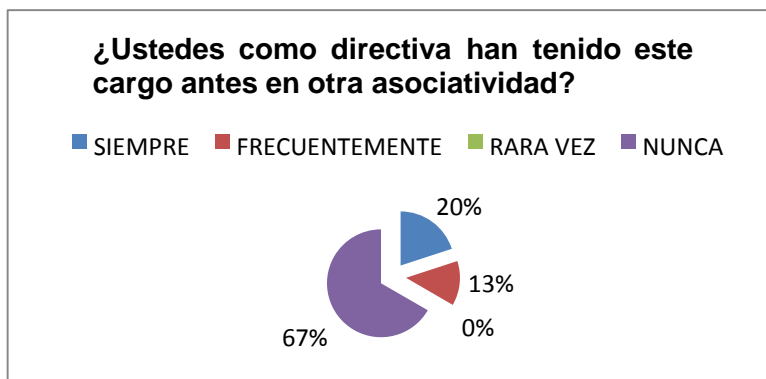
Tabla N° 1 Directiva

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
SIEMPRE	3	20%
FRECUNTE MENTE	2	13%
RARA VEZ	0	0
NUNCA	10	67%
TOTAL	15	100%

Elaborado: CHRISTIAN Morán

Fuente de investigación: Parroquia la Unión

Gráfico N° 1



#### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Un 67% de los integrantes de la directiva han expresado que nunca han pertenecido dentro de otra directiva, mientras que un 20% han respondido de

forma que siempre, el 13% que frecuentemente el 0% nos dijo que rara vez ha pertenecido a ninguna directiva. Se analiza que un bajo porcentaje de la directiva no ha realizado este cargo dentro de otra asociatividad.

## 2.- ¿Cuál fue la principal razón por la que quiso pertenecer a una directiva?

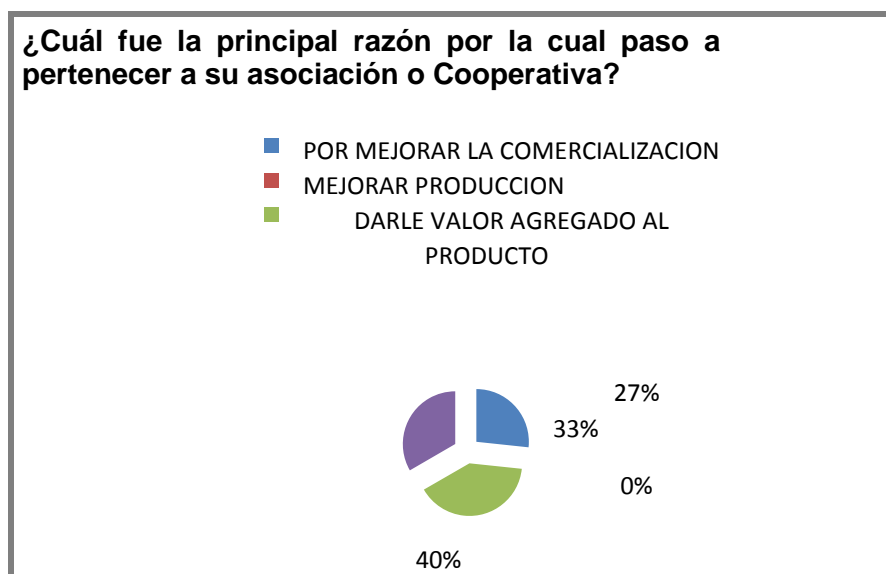
**Tabla N° 2 Directiva**

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
POR MEJORAR LA COMERCIALIZACION	4	27%
MEJORAR PRODUCCION	0	0%
DARLE VALOR AGREGADO AL PRODUCTO	6	40%
Otros	5	33%
TOTAL	15	100%

**Elaborado:** CHRISTIAN Morán

**Fuente de investigación:** Parroquia la Unión

**Gráfico N° 2**





## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Un 40% por mejorar su producción, un 33% para mejorar su comercialización, un 27% porque le dio un valor agregado al producto y un 0% otros según la encuesta un alto porcentaje coincidió en que estar en una directiva podrían realizar gestiones para mejorar su comercialización.

**3.- ¿Usted brindan sus aportes, ideas y soluciones a favor de todos los integrantes de la asociación.**

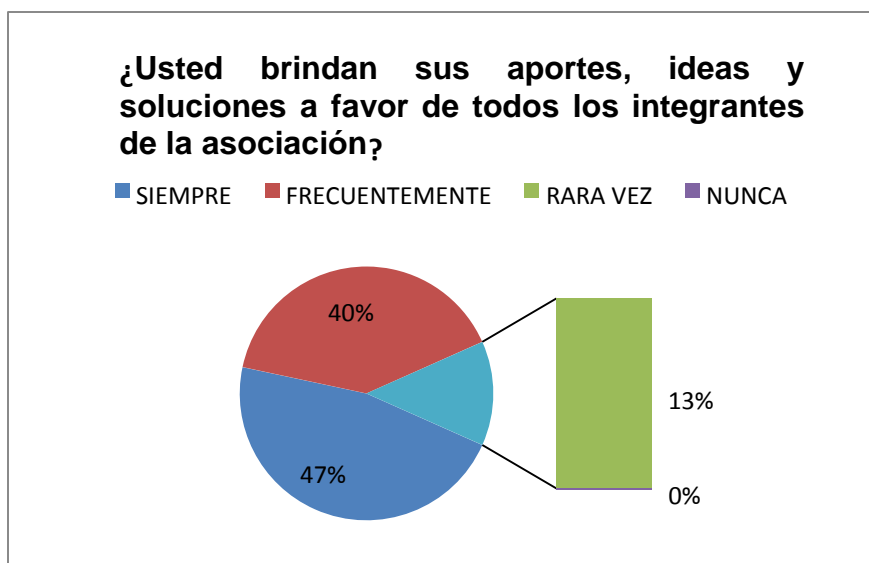
**Tabla N° 3 Directiva**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SIEMPRE	7	47%
FRECUNTEMENTE	6	40%
RARA VES	2	13%
NUNCA	0	0
TOTAL	15	100%

**Elaborado:** CHRISTIAN Morán

**Fuente de investigación:** Parroquia la Unión

**Gráfico N° 3**



### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

De los resultados obtenidos se ha podido verificar que el 47% de los directivos creen importante brindar sus aportes, ideas y soluciones en todo momento sin esperar recargo en su remuneración el 40% considera que frecuentemente y 13% opinan que rara vez. Para la mayoría de las directivas les resulta beneficioso impulsar ideas y proyectos para mejorar la asociatividad.

**4.- ¿Considera que el proceso de comercialización ha mejorado con las estrategias que usted ha planteado?**

**Tabla N° 4 Directiva**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>
MUCHO	14	93%
POCO	1	7%
NADA	0	0

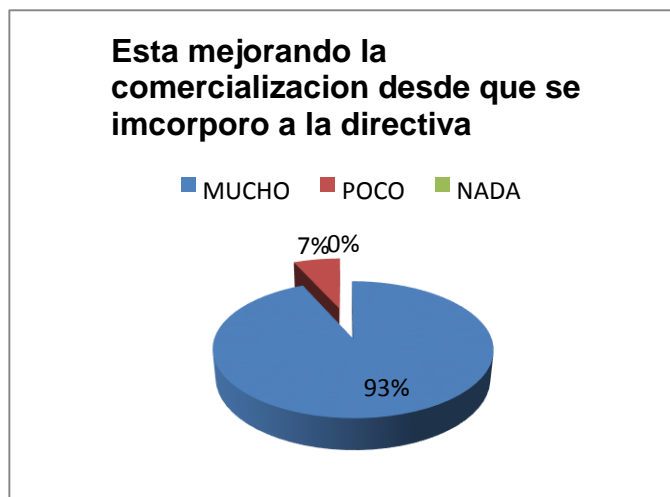
## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

TOTAL	15	100%
-------	----	------

Elaborado: CHRISTIAN Morán

Fuente de investigación: Parroquia la Unión

**Gráfico N° 4**



Un 93 % de los encuestados han señalado que con las estrategias planteadas si ha mejorado su formas de producción o comercialización dentro de esta asociatividad y 7% frecuentemente. Los encuestados opinaron que con las estrategias planteadas y desarrolladas han logrado incrementar su forma de producción y comercialización.

**5.- ¿Cuál es el principal beneficio que le ha traído consigo el incorporarse a una directiva?**

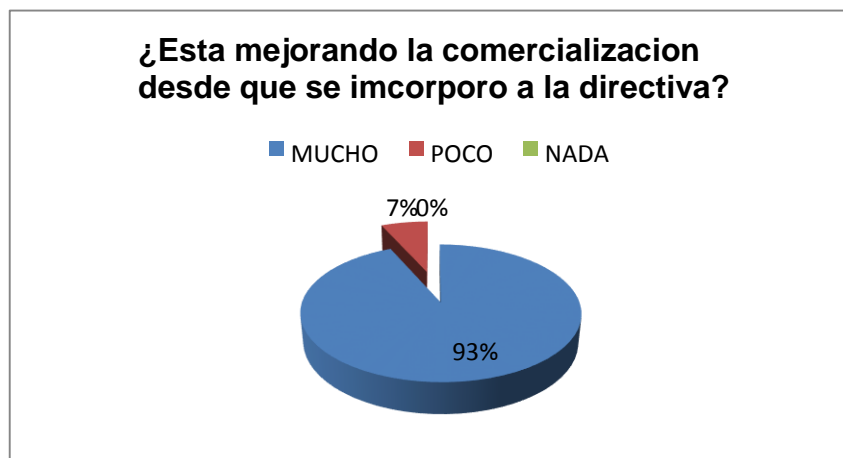
**Tabla N° 5 Directiva**

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
BAJAR LOS COSTOS DE ADQUISICIÓN	2	13%
REALIZAR INVERSIONES CONJUNTAS	11	73%
MEJORAR EN LA TOMA DE DECISIONES	2	13%

INTERCAMBIOS DE CONOCIMIENTOS	0	0
TOTALES	15	100%

**Elaborado:** CHRISTIAN Morán  
**Fuente de investigación:** Parroquia la Unión

**Gráfico N° 5**



### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Un 73 de encuestados de la directiva han expresado que el principal beneficio que le ha traído consigo al estar dentro de esta directiva ha sido el bajar los costos de adquisición de insumos, un 13% mejorar en la participación de toma de decisiones, un el intercambio de conocimientos y experiencias, un 13% la realización de inversiones conjuntas. El principal beneficio que han conseguido en estar directiva es que sus costos de comercialización han mejorado.

### **6.-Se ha realizado plan de financiamiento con la banca privada para potenciar el trabajo agrícola de los socios**

**Tabla N° 6 Directiva**

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
SIEMPRE	3	20%
FRECUNTEMENTE	5	33%
RARA VEZ	7	47%

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

NUNCA	0	0
TOTAL	15	100%

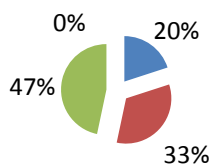
Elaborado: CHRISTIAN Morán

Fuente de investigación: Parroquia la Unión

Gráfico N° 6

**¿Se ha realizado plan de financiamiento con la banca privada para potenciar el trabajo agrícola de los socios?**

■ SIEMPRE ■ FRECUENTEMENTE ■ RARA VEZ ■ NUNCA



Un 47% de los encuestados han manifestado que no ha mejorado su acceso al crédito en el sistema bancario privado a partir del ingreso de su asociación o cooperativa, y tan solo un 33% se han manifestado de forma positiva mientras que el 20% opino que nada. Según la encuesta se determinó que a pesar de la satisfacción de los asociados en sus mejorar en producción no han encontrado acceder a financiamiento de créditos

**7.- ¿Cree usted que ha existido un liderazgo adecuado de parte de la directiva para conseguir los fines comunes en la asociación?**

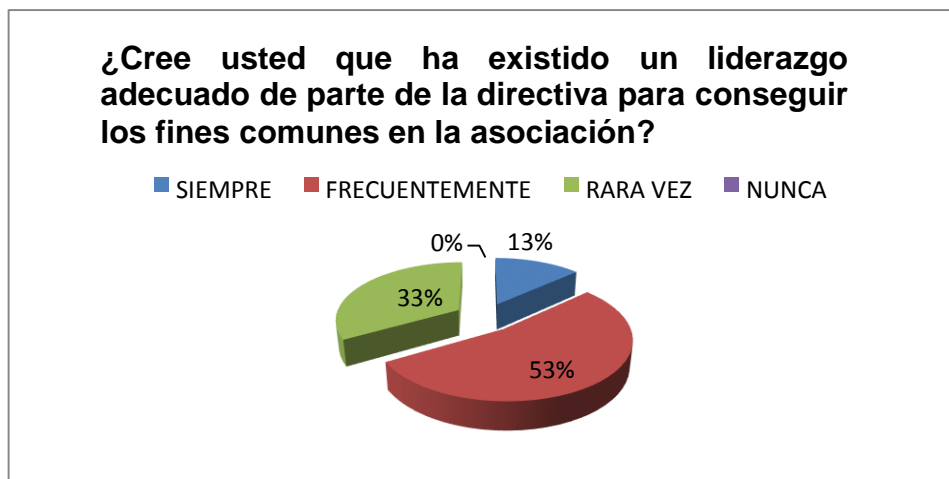
Tabla N° 7 Directiva

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
SIEMPRE	2	13%
FRECUENTEMENTE	8	53%
RARA VEZ	5	33%

NUNCA	0	0
TOTAL	15	100%

**Elaborado:** CHRISTIAN Morán  
**Fuente de investigación:** Parroquia la Unión

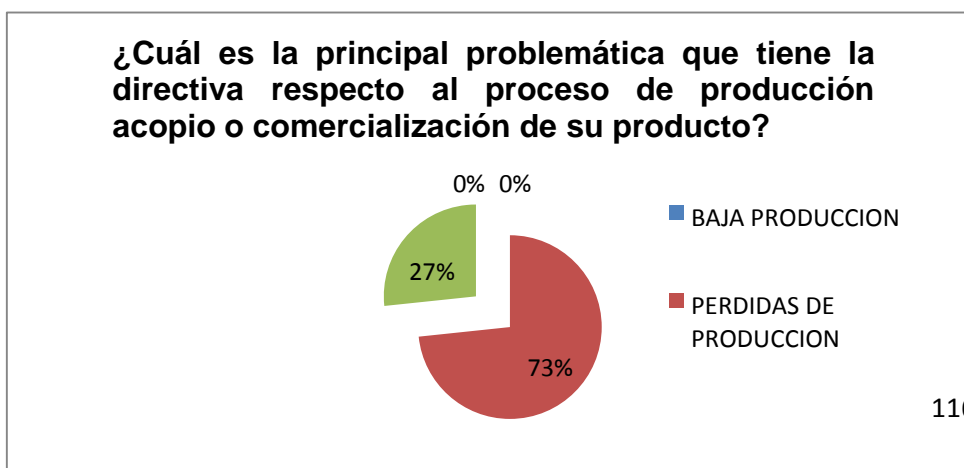
**Gráfico N°7**



**ANÁLISIS E INTERPRETAR**

Un 53% de los encuestados han manifestado que no ha mejorado su acceso al crédito en el sistema bancario privado a partir del ingreso de su asociación o cooperativa, y tan solo un 33 % se han manifestado de forma positiva mientras que el 13% opino que nada. Según la encuesta se determinó que a pesar de la satisfacción de los asociados en sus mejorar en producción no han encontrado acceder a financiamiento de créditos

**8.- ¿Cuál es la principal problemática que tiene la directiva respecto al**



## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

### proceso de producción acopio o comercialización de su producto? Tabla N° 8 Directiva

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
BAJA PRODUCCION	0	0%
PERDIDAS DE PRODUCCION	11	73%
FALTA DE ACOPIO	4	27%
CONDICIONES DE COMERCIALIZACION INADECUADAS	0	0
TOTAL	15	100%

Elaborado: CHRISTIAN Morán

Fuente de investigación: Parroquia la Unión

### Gráfico N°8

Un 73% de los encuestados han señalado que la principal problemática que tiene su asociación son las condiciones de comercialización inadecuadas por gran presencia de intermediarios, un 27% la falta de acopio para sus productos. Se analizó que la principal problemática es la falta de centros de acopio que les ayude en la comercialización y precios de sus productos está al mando porque está ejecutando las políticas establecidas en las mismas.

**9-. ¿Considera usted que la directiva cumple con las expectativas de todos los socios?**

Tabla N° 9 Directiva

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE	
SIEMPRE	4	27	%
FRECUNTEMENTE	8	53	%
RARA VES	3	20	%

NUNCA	0	0	
TOTAL	15	100	%

**Elaborado:** CHRISTIAN Morán  
**Fuente de investigación:** Parroquia la Unión

**Gráfico N°9**



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Un 53% de los encuestados han señalado que si consideran que su asociación o cooperativa están bien dirigidas y lideradas por sus autoridades o directivos como mecanismo para cumplir los objetivos comunes de todos los socios. Se concluyó según las encuestas que el liderazgo a pesar de ser bueno es limitado lo que ocasiona deficiencias en los objetivos propuestos

**10.- ¿Cómo directiva han recibido capacitación sobre organización campesina. Liderazgo o desarrollo local?**

**Tabla N° 10 Directiva**

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE	
SIEMPRE	10	67	%
FRECUENTEMENTE	3	20	%
RARA VEZ	2	13	%



## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

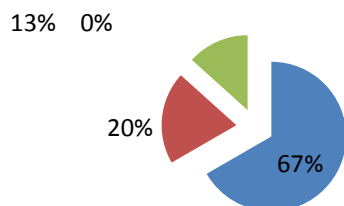
NUNCA	0	0	
TOTAL	15	100	%

Elaborado: CHRISTIAN Morán  
Fuente de investigación: Parroquia la Unión

Gráfico N°10

¿Cómo directiva han recibido capacitación sobre organización campesina. Liderazgo o desarrollo local?

■ SIEMPRE ■ FRECUENTEMENTE ■ RARA VEZ ■ NUNCA



## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Un 67% de los encuestados han señalado que no han recibido capacitación alguna referente sobre organización campesina, liderazgo o desarrollo local, mientras que un 25% si han recibido y el 8% nunca ha recibido capacitación. En lo que refiere a la capacitación ha sido poco frecuente por las limitaciones de recursos que limitan sus accionar.

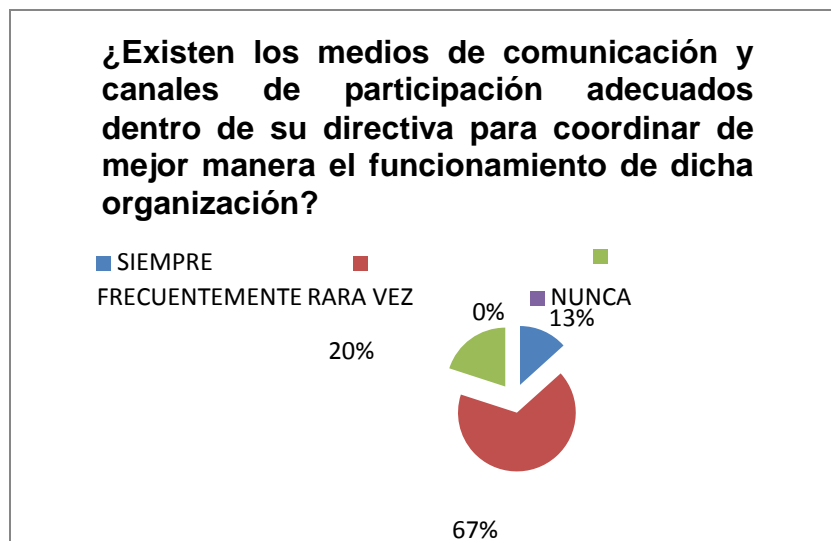
**11.- ¿Existen los medios de comunicación y canales de participación adecuados dentro de su directiva para coordinar de mejor manera el funcionamiento de dicha organización?**

**Tabla N° 11 Directiva**

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE	
SIEMPRE	2	13	%
FRECUNTEMENTE	10	67	%
RARA VEZ	3	20	%
NUNCA	0	0	
TOTAL	15	100	%

**Elaborado:** CHRISTIAN Morán  
**Fuente de investigación:** Parroquia la Unión

**Gráfico N°11**



## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Un 67% de los encuestados han señalado que no existen los medios de comunicación adecuados dentro de su organización para coordinar mejor su funcionamiento, y un 20% han respondido de forma afirmativa, mientras que el 17% opino que nada. Los medios y canales de comunicación son limitados y pocos por la falta de recursos de los miembros de la organización.

## 12.-¿Ustedes buscan diferentes canales para la comercialización y rentabilidad en la cosecha?

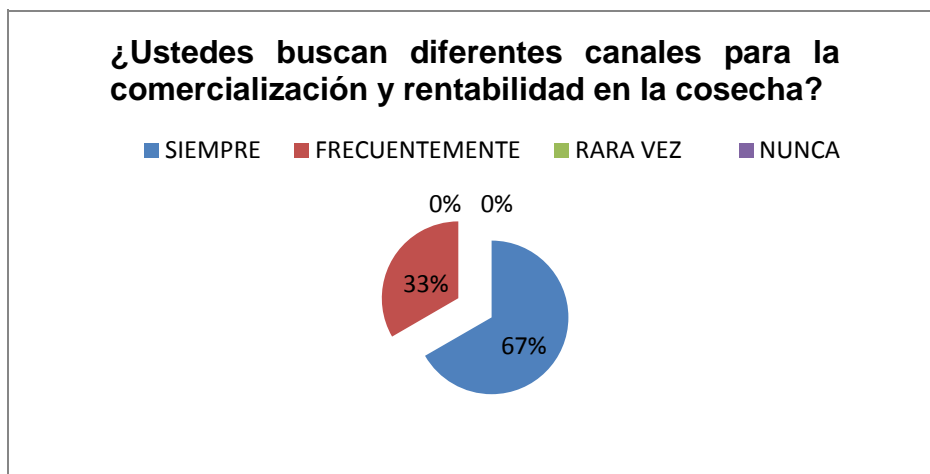
**Tabla N° 12 Directiva**

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE	
SIEMPRE	10	67	%
FRECUENTEMENTE	5	4	%
RARA VES	0	0	%
NUNCA	0	0	
TOTAL	15	100	%

Elaborado: CHRISTIAN Morán

Fuente de investigación: Parroquia la Unión

**Gráfico N°12**



### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Un 67% de los encuestados han indicado que la comercialización de toda su cosecha no la realizan a través de su asociación o cooperativa, mientras que un 25% si lo hacen mediante esta intermediación, mientras que el 8% lo independientemente. Un aspecto importante es que la comercialización de toda su cosecha es directa lo que ocasiona malestar debido a que no se respetan los precios de mercado.

#### **3.4.2 Encuestas aplicadas a los 60 pequeños agricultores de la parroquia la unión cantón Babahoyo provincia de los Ríos.**

**1.- ¿Ha Pertenecido en alguna asociación, cooperativa u otra figura de asociatividad?**

**Tabla N° 1 Socios**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
SIEMPRE	41	68%
FRECUENTEMENTE	10	17%
RARA VEZ	6	10%
NUNCA	3	5%

Elaborado: CHRISTIAN Morán

**Gráfico N°1**



### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Un 68% de los encuestados han expresado que si pertenecían a alguna asociación o cooperativa, mientras que un 17% han respondido de forma frecuente, el 10% que rara vez mientras que el 5% nos dijo que nunca ha pertenecido a ninguna asociación. Se analiza que un alto porcentaje de los encuestados siempre ha pertenecido a una asociación lo que genera una motivación del agricultor en desarrollar actividades conjuntas.

### 2.- ¿Cuál fue la principal razón por la cual paso a pertenecer a su asociación o Cooperativa?

**Tabla N° 2 Socios**

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
POR MEJORAR LA COMERCIALIZACION	12	20%
MEJORAR PRODUCCION	35	58%
DARLE VALOR AGREGADO AL PRODUCTO	9	15%
OTROS	4	7%
TOTAL	60	100%

Elaborado: CHRISTIAN Morán

Fuente de investigación: Parroquia la Unión

**Gráfico N°2**



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Un 58% por mejorar su producción, un 20% para mejorar su comercialización, un 15% porque le dio un valor agregado al producto y un 7% otros según la encuesta un alto porcentaje coincidió en que estar en asociatividad mejora su comercialización de arroz

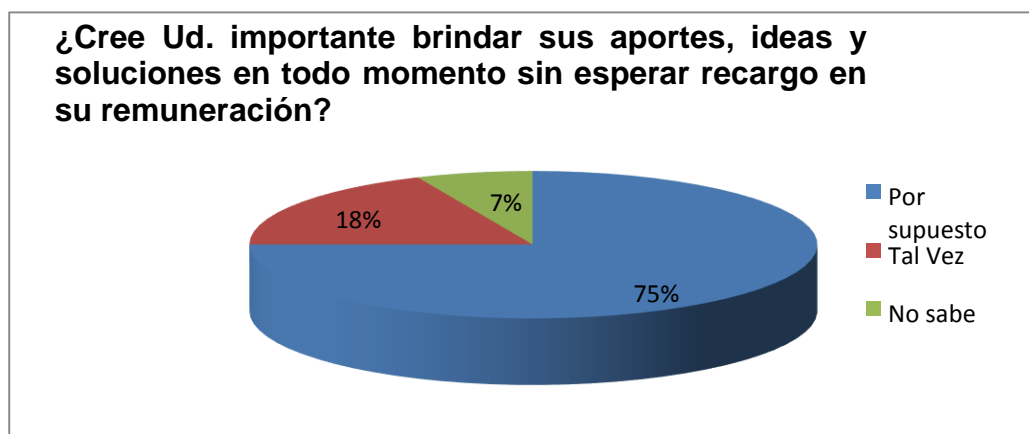
**.- ¿Cree Ud. importante brindar sus aportes, ideas y soluciones en todo momento sin esperar recargo en su remuneración?**

**Tabla N° 3 Socios**

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
POR SUPUESTO	52	87%
TAL VEZ	5	8%
NO SABE	3	5%
TOTALES	60	100%

**Elaborado:** CHRISTIAN Morán  
**Fuente de investigación:** Parroquia la Unión

**Gráfico N°3**



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

De los resultados obtenidos se ha podido verificar que el 75% de los empleados creen importante brindar sus aportes, ideas y soluciones en todo momento sin esperar recargo en su remuneración el 18% considera que tal vez y 7% opinan que no sabe. Para la mayoría de los encuestados les resulta beneficioso impulsar ideas y proyectos para asociatividad sin esperar nada a cambio

**4.- ¿Mejoro las formas de comercialización una vez que se incorporó a su Asociación o Cooperativa a la que actualmente pertenece?**

**Tabla N° 4 Socios**

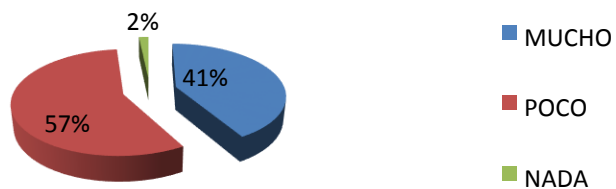
DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
MUCHO	25	41%
POCO	34	57%
NADA	1	2%
TOTALES	60	100%

Elaborado: CHRISTIAN Morán

Fuente de investigación: Parroquia la Unión

**Gráfico N°4**

**¿Mejoro las formas de comercialización una vez que se incorporó a su Asociación o Cooperativa a la que actualmente pertenece?**





## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Un 57% de los encuestados han señalado que no cambiaron sus formas de producción o comercialización de forma real una vez que paso de manejarse individualmente a ser miembro de una asociación o cooperativa, mientras que un 41% se han manifestado de forma positiva mientras que el 2% opino que nada. Los encuestados opinaron que no es que cambiaron su forma de producción y comercialización sino que la mejoraron.

### 5.- ¿Cuál cree que es el principal beneficio que le ha traído consigo el incorporarse a una asociación o cooperativa?

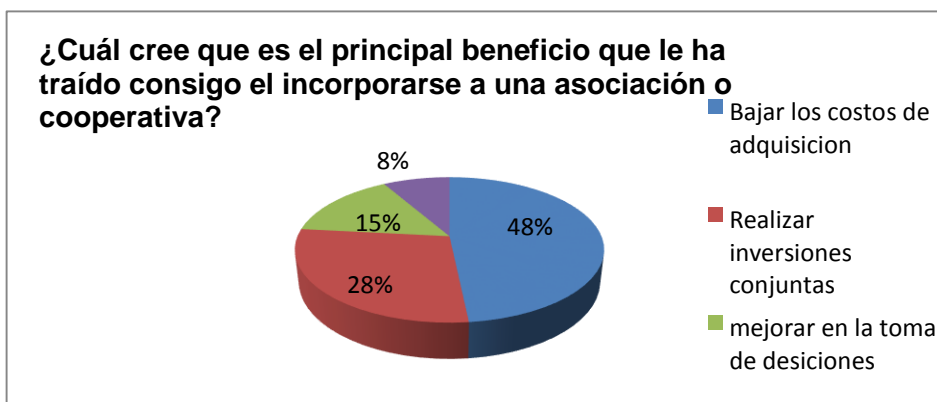
**Tabla N° 5 Socios**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
BAJAR LOS COSTOS DE ADQUISICIÓN	29	48%
REALIZAR INVERSIONES CONJUNTAS	17	28%
MEJORAR EN LA TOMA DE DECISIONES	9	15%
INTERCAMBIOS DE CONOCIMIENTOS	5	8%
TOTALES	60	100%

Elaborado: CHRISTIAN Morán

Fuente de investigación: Parroquia la Unión

**Gráfico N°5**



## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Un 48% de encuestados han expresado que el principal beneficio que le ha traído consigo el asociarse ha sido el bajar los costos de adquisición de insumos, un 15% mejorar en la participación de toma de decisiones, un 8% el intercambio de conocimientos y experiencias, un 28% la realización de inversiones conjuntas. El principal beneficio que han conseguido en estar asociados es que sus costos de comercialización

**6.- ¿Ha mejorado su acceso al financiamiento en la banca privada desde que forma parte de una asociación de productores de arroz?**

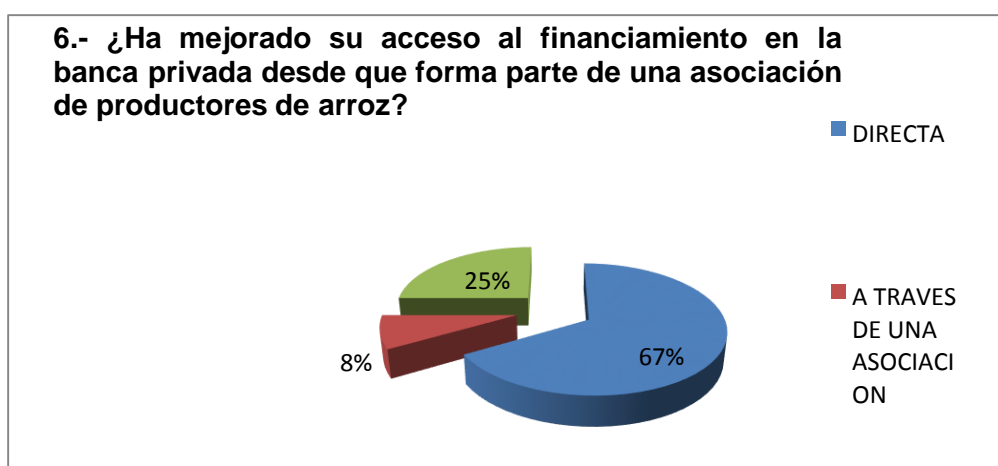
**Tabla N° 6 Socios**

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
MUCHO	21	35%
POCO	34	57%
NADA	5	8%
	60	100%

Elaborado: CHRISTIAN Morán

Fuente de investigación: Parroquia la Unión

**Gráfico N°6**



Un 57% de los encuestados han manifestado que no ha mejorado su acceso al crédito en el sistema bancario privado a partir del ingreso de su asociación o

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

cooperativa, y tan solo un 35% se han manifestado de forma positiva mientras que el 8% opino que nada. Según la encuesta se determinó que a pesar de la satisfacción de los asociados en sus mejorar en producción no han encontrado acceder a financiamiento de créditos.

**7.- ¿Cree usted que ha existido un liderazgo adecuado de parte de las autoridades de su Asociación o Cooperativa de Producción en fin de conseguir los objetivos comunes?**

**Tabla N° 7 Socios**

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
ADECUADO	53	89%
POCO ADECUADO	5	53%
NADA ADECUADO	2	3%
TOTALES	60	100%

Elaborado: CHRISTIAN Morán

Fuente de investigación: Parroquia la Unión

**Gráfico N°7**



## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Un 88% de los encuestados han expresado que no ha existido un adecuado liderazgo de parte de las autoridades o directivos de sus asociaciones o

cooperativas con el fin de conseguir los objetivos comunes de estas organizaciones, mientras que un 9% han opinado lo contrario y el 3% que es nada adecuado. En los que concierne al liderazgo de la asociación los miembros de la asociación se encuentran satisfechos con la persona que está al mando porque está ejecutando las políticas establecidas en las mismas.

**8.- ¿Cuál es la principal problemática que tiene su organización respecto del proceso de producción, acopio o comercialización de sus productos?**

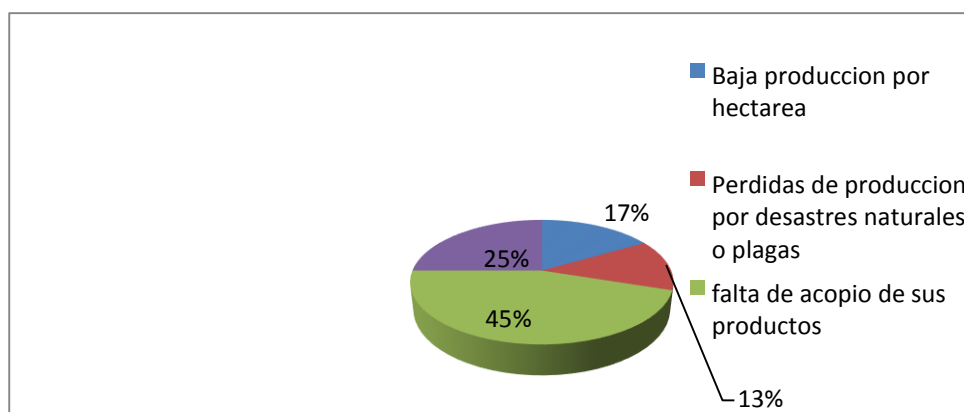
**Tabla N° 8 Socios**

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
BAJA PRODUCCIÓN POR HECTÁREA	10	17%
PERDIDAS DE PRODUCCIÓN POR DESASTRES NATURALES O PLAGAS	8	13%
FALTA DE ACOPIO DE SUS PRODUCTOS	27	45%
CONDICIONES DE COMERCIALIZACIÓN INADECUADA	15	25%
TOTALES	60	100%

Elaborado: CHRISTIAN Morán

Fuente de investigación: Parroquia la Unión

**Gráfico N°8**



Un 25% de los encuestados han señalado que la principal problemática que tiene su asociación son las condiciones de comercialización inadecuadas por gran presencia de intermediarios, un 45% la falta de acopio para sus productos, un 17% la baja producción por hectárea, y un 13% la pérdidas de cosechas por

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

eventualidades climáticas y plagas. Se analizó que la principal problemática es la falta de centros de acopio que les ayude en la comercialización y precios de sus productos.

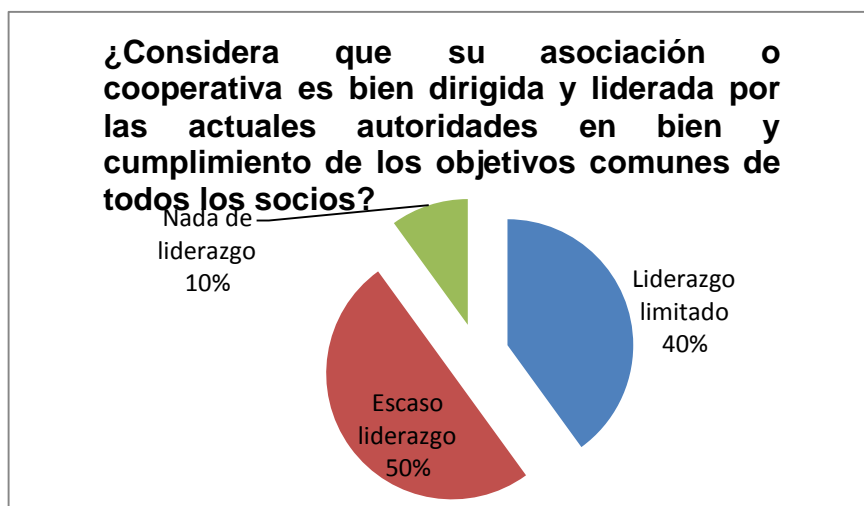
**9.- ¿Considera que su asociación o cooperativa es bien dirigida y liderada por las actuales autoridades en bien y cumplimiento de los objetivos comunes de todos los socios?**

**Tabla N° 9 Socios**

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
LIDERAZGO LIMITADO	24	40%
ESCASO LIDERAZGO	30	50%
NADA DE LIDERAZGO	6	10%
TOTALES	60	100%

Elaborado: CHRISTIAN Morán  
Fuente de investigación: Parroquia la Unión

**Gráfico N°9**



## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Un 40% de los encuestados han señalado que si consideran que su asociación o cooperativa están bien dirigidas y lideradas por sus autoridades o directivos como mecanismo para cumplir los objetivos comunes de todos los socios. Se concluyó según las encuestas que el liderazgo a pesar de ser bueno es limitado lo que ocasiona deficiencias en los objetivos propuestos.

**10.- ¿Han recibido capacitación sobre organización campesina. Liderazgo o desarrollo local?**

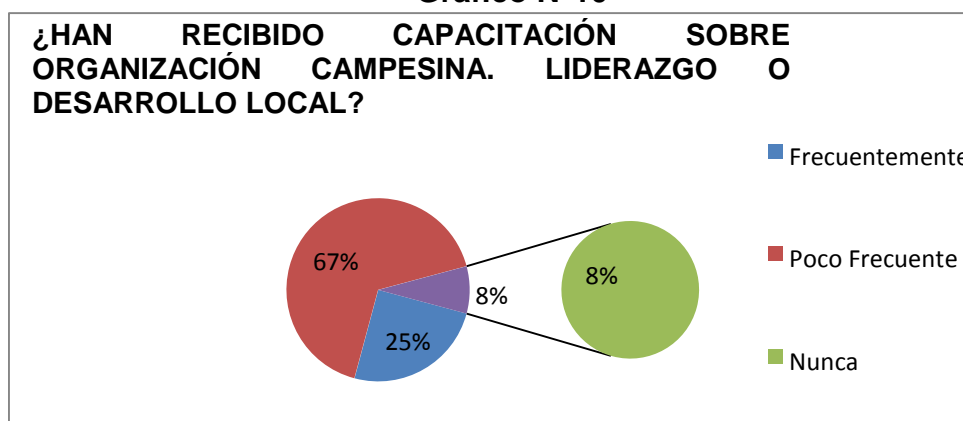
**Tabla N° 10 Socios**

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
FRECUENTEMENTE	15	25%
POCO FRECUENTE	40	67%
NUNCA	5	8%
TOTALES	60	100%

Elaborado: CHRISTIAN Morán

Fuente de investigación: Parroquia la Unión

**Gráfico N°10**



Un 67% de los encuestados han señalado que no han recibido capacitación alguna referente sobre organización campesina, liderazgo o desarrollo local, mientras que un 25% si han recibido y el 8% nunca ha recibido capacitación. En

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

lo que refiere a la capacitación ha sido poco frecuente por las limitaciones de recursos que limitan sus accionar.

**11.- ¿Existen los medios de comunicación y canales de participación adecuados dentro de su organización para coordinar de mejor manera el funcionamiento de dicha organización?**

**Tabla N° 11 Socios**

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
MUCHOS	20	33%
POCOS	30	50%
NADA	10	17%
TOTALES	60	100%

Elaborado: CHRISTIAN Morán  
Fuente de investigación: Parroquia la Unión

**Gráfico N°11**



## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Un 50% de los encuestados han señalado que no existen los medios de comunicación adecuados dentro de su organización para coordinar mejor su funcionamiento, y un 33% han respondido de forma afirmativa, mientras que el 17% opino que nada. Los medios y canales de comunicación son limitados y pocos por la falta de recursos de los miembros de la organización.

**12.- ¿La comercialización de toda su cosecha las realiza directamente o a través de su Asociación?**

**Tabla N° 12 Socios**

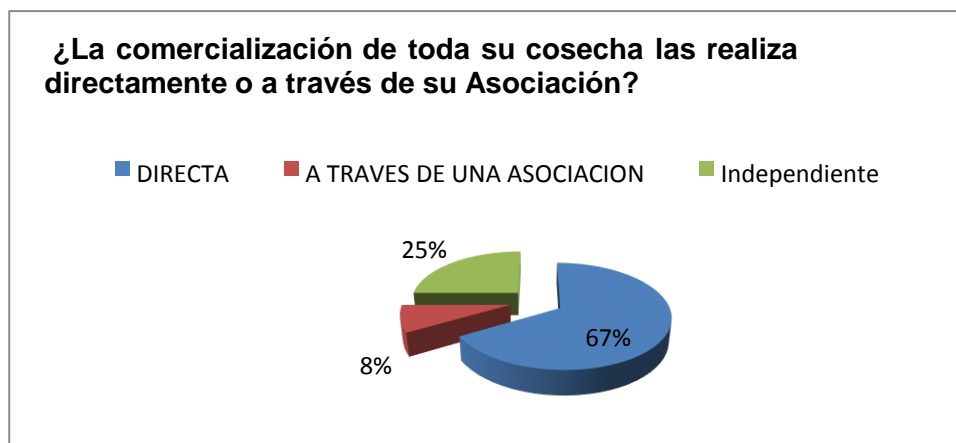
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>
DIRECTA	40	67
A TRAVES DE UNA ASOCIACION	15	25
INDEPENDIENTE	5	8
TOTALES	60	100

**Elaborado:** CHRISTIAN Morán  
**Fuente de investigación:** Parroquia la Unión



## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Gráfico N°12



Un 67% de los encuestados han indicado que la comercialización de toda su cosecha no la realizan a través de su asociación o cooperativa, mientras que un 25% si lo hacen mediante esta intermediación, mientras que el 8% lo independientemente. Un aspecto importante es que la comercialización de toda su cosecha es directa lo que ocasiona malestar debido a que no se respetan los precios de mercado

### 3.5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- La reestructuración de la directiva fue el inicio para la implementación de la asociatividad, ya que hasta ese momento mayormente esta enfocaba a mejorar los procesos de producción más no los de acopio y comercialización.
- Hay gran cantidad de agricultores que deciden no pertenecer a ninguna asociación o cooperativa debido a la poca credibilidad y desconfianza generada sobre este tipo de organizaciones comunitarias.

- Existe un considerable número de socios de las asociaciones y cooperativas de producción de arroz en la Provincia de Los Ríos que decidieron pertenecer a estas formas de asociatividad por motivo único de acceder a los beneficios.
- La mayor parte de agricultores que se dedican a la producción de arroz decidieron inicialmente formar parte de una asociación o cooperativa con fines de mejorar su comercialización.
- Aún con lo concluido en el punto anterior, existe un número considerable de agricultores que estando asociados comercializan su cosecha o producto de forma directa sin ayuda de su asociación o cooperativa.

## RECOMENDACIONES.

□

- El MAGAD debe tomar la batuta en la generación de nuevas figuras asociativas, o nuevas asociaciones y cooperativas, dirigidas por personal técnico y administrativo adecuado perteneciente a dichas entidades, de forma que se prepare al agricultor en todo lo relativo para que puedan en lo posterior acceder con mayor claridad.
- Debe incluirse canales de comunicación y promoción que permita mejorar la imagen e identidad institucional a agricultores de arroz que no se encuentren asociados en la parroquia la Unión.
- Debe establecerse los mecanismos necesarios para mejorar la comunicación y coordinación interinstitucional entre entidades estatales que tienen funciones complementarias como el MAGAP, BNF, CFN, INIAP, entre otros.
- Debe promocionarse los casos de éxitos alcanzados para mejorar la imagen y credibilidad institucional.
- Deben estructurarse mayores beneficios a los miembros respecto de financiamiento a condiciones crediticias con la banca pública de desarrollo que incentive mayor asociatividad en el sector, así como mayor integración a diferentes proyectos.
- Debe capacitarse a las asociaciones independientemente sobre temas importantes para mejorar su funcionamiento administrativo y operativo, como liderazgo, desarrollo local, comunicación interna y externa, entre otros. Podrían participar de esta actividad estudiantes de la SECED de la UTB.

## **CAPITULO IV**

### **4 PROPUESTA**

#### **4.1 TITULO**

Estrategias para incrementar la captación de socios en la Parroquia La Unión cantón Babahoyo Provincia de Los Ríos.

#### **4.2 JUSTIFICACIÓN**

Cada una de las estrategias que han sido delineadas tiene su razón de ser en la conjunción de la información plasmada en el marco referencial, pero fundamentalmente de la investigación de campo en las dos encuestas que se realizaron se puede determinar que los agricultores necesitan integrarse a un gremio.

Por lo cual estos resultados son un pequeño diagnóstico que reflejan los problemas presentados para el agricultor y el comercializador de arroz en la Parroquia La Unión, es muy importante la estructuración de la presente propuesta para que en lo posterior sea mayormente ampliada su aplicación y cobertura, y así mejorar el cumplimiento de las estrategias.

Todo esto será importante por cuanto se pueden crear incentivos para que se pueda dar un mayor crecimiento económico y bienestar para gran parte de la población rural de la provincia.

#### **4.3 OBJETIVOS**

##### **4.3.1. OBJETIVO GENERAL**

Proponer Estrategias para incrementar la captación de socios en la Parroquia de La Unión Cantón Babahoyo Provincias los Ríos

#### **4.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Captar socios a través de una buena información de los beneficios que conllevan el integrarse a una asociatividad por medio de talleres de conocimientos en las áreas oportunas.
- Mejorar los niveles de rentabilidad mediante el volumen de venta del arroz

#### **4.4 Desarrollo**

##### **Estrategia de publicidad o marketing**

- Beneficios para los socios
- Disponer que cada socio lleve una tarjeta de presentación de la asociatividad con el día y la hora de la reunión que se realizan, a fin de proporcionársela la información necesaria.
- Recordarles a los socios de la asociatividad que informen a los posibles socios sobre los proyectos que la directiva haya realizado con éxito.
- Publicar un folleto en el que se destaquen los logros que realiza la directiva en la asociatividad
- Darles a conocer a los futuros socios que pueden integrar en la directiva y dar sus opiniones.

Estrategia de rentabilidad.-Para obtener mayor rentabilidad se puede desarrollar estrategia de margen y de rotación o apalancamiento financiero

✓ **Estrategia de margen**

- Incrementar las ventas
- Disminución de costes de compras
- Disminución de los costes operativos

✓ **Estrategia de Rotación o de apalancamiento financiero**

- Reducción de los recursos propios e incremento de la financiación ajena

**Estrategia de Precio**

- ✓ El precio en los productos sin diferenciar: este precio se da cuando este producto no tiene competencia y no es reconocido.
- ✓ El precio en los productos diferenciados: es que los integrantes de la directiva pueden ofrecer diferentes tipos de arroz y calidad más Precio Alto + Alta Calidad + Publicidad + Fuerte

**Estrategia de integración**

- ✓ Planeación estructurada: Les ayuda a la directiva tener una organización con directrices donde y cuando llegar para que dicha organización no disminuya a lo contrario se extienda ✓ Rentabilidad.
- ✓ Convenios con entidades como el MAGAP y otros ✓ Mejoramiento de la producción

**Estrategias de captación de socios**

- Aplicar los principios éticos.
- Lealtad a las metas y la misión de la asociatividad.
- Integridad, honradez e imparcialidad en los actos y las decisiones que pueden afectar a los socios.
- Transparencia y Justicia.
- Respeto por la dignidad, el valor y la igualdad de los demás.
- Tolerancia de las distintas culturas y puntos de vista.

### **Valores que se deben aplicar**

- Confidencialidad
- Responsabilidad
- Respeto
- Tolerancia
- Puntualidad en las reuniones
- Trabajo en equipo
- Solidaridad

### **Documentos establecidos por la ley: La directiva están capacitados para tener reglamentados todos estos documentos para el bienestar los socios**

- Notariado todos los documentos de los socios
- Firmas de los socios dando potestad para vender sus productos ➤ Contabilidad clara y concreta por un contador

### **Convenios con diferentes instituciones para créditos:**

- **Banco del Fomento**

✓ Esta entidad les dan el Financiamiento para invertir en el arroz.

➤ **Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca MAGAP**

✓ Les brinda capacitaciones sobre planificación, comercialización, distribución, costos, planificación etc.

➤ **Unidad Nacional De AlmacenamientoUNA**

✓ La mencionada entidad brinda conocimientos para trabajar con líquidos orgánicos donde les ayuda a mejorar su producción

➤ **Ministerio De Economía Popular Y Solidaria**

✓ Según Art. 1 de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, aprobada en 2011, una forma de organización económica en la que sus integrantes se unen para producir, intercambiar comercializar, financiar, y consumir bienes y servicios que les permitan satisfacer sus necesidades y generar ingresos

## **4.5 Recursos**

Humanos

Recursos Humanos Y Financieros

2 Investigadores

1 director de tesis



1 Lector de tesis

### **Materiales**

Una oficina

Un computador

Una impresora

Un escritorio

Dos sillas

### **Económicos**

Cantidad	Denominación	Valor: \$
1000	Hojas de papel bond 75 gramos tamaño A4	10,00
2	Cartucho para impresora	50,00
2	Cuadernos	2,00
10	CD – R	10,00
10	LAPICES	2,00
10	Esferográficos	2,50
2	Reglas	1,00
2	Sacapuntas	1,00
2	Borradores	1,00
4	Resaltadores	3,20
2	Textos de consultas	48,00
3	Revistas y periódicos	5,00
	TOTAL	\$ 165,34

CONCEPTOS	VALOR
Humanos	\$ 300,00

Físicos	\$ 310,00
Suministros y Materiales	\$ 165,34
Total	\$ 775,34

#### 4.6 BIBLIOGRAFÍA

Martínez A. (2001). Asociatividad, una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las Pymes. . En Asociatividad, una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las Pymes. . Argentina.

Aguirre Roberth. ( 2010.). Docente Universidad Particular de Loja . En Aguirre Roberth, “El cooperativismo en el Ecuador”, . Ecuador, Ecuador,.

Aquino Rafael. (2009). Beneficios de asociatividad para el desarrollo económico. . En Beneficios de asociatividad para el desarrollo económico. (págs. 125 - 29). Perú.

Cabrera Jose. (2010). Asociatividad Agrícola. . En Asociatividad Agrícola. (pág. 50). Perú.

Castillo Darío. (2009). Asociatividad y Políticas Públicas En Amercia Latina. . en asociatividad y políticas públicas en amercia latina. . colombia.

Guillermo Gutiérrez Castillo. (2010). consultor de la FAO. En c. d. FAO, consultor de la FAO (págs. 59 - 65).

Gutierrez G. (2009). Asociatividad Para Mejorar El Mercadeo Y Comercialización Agrícola Con Pequeños Y Medianos Productores. En Asociatividad Para Mejorar El Mercadeo Y Comercialización Agrícola Con Pequeños Y Medianos Productores.

Jose Lopez Cordova. (s.f.). Oportunidades y limitaciones para el posicionamiento de pequeños cafetaleros y sus empresas asociativas en mercados diferenciados. . En Oportunidades y limitaciones para el posicionamiento de pequeños cafetaleros y sus empresas asociativas en mercados diferenciados. (pág. 2008). Costa Rica.

Junkin R. (2005). Organización Empresarial de Pequeños Productores y productoras. En Organización Empresarial de Pequeños Productores y productoras. México.

L. HERNÁNDEZ. (2006). Asociatividad y políticas públicas en América Latina: . En S. Edición., Un espacio para el diálogo social. (pág. 4). Chile.

Lourdes Dueñas. (2001). Análisis del impacto socioeconómico del cooperativismo como una alternativa de desarrollo para la provincia. En Análisis del impacto socioeconómico del cooperativismo como una alternativa de desarrollo para la provincia. (pág. 225). Mexico.

Pallares Villegas, Z. (2003). Asociatividad Empresarial. Nueva EMPRES 2003-306.

R. Guerrero. (2009). La necesidad de una política de desarrollo rural. Ecuador. La necesidad de una política de desarrollo rural. Ecuador., pág. 12.

Rosa Casquete. (2005). Organización Empresarial de Pequeños Productores y productoras. . En Organización Empresarial de Pequeños Productores y productoras. . México.

# ANEXOS

**Encuesta aplicada a la directiva de la asociación de los pequeños agricultores de la Parroquia la Unión cantón Babahoyo Provincia de los Ríos.**

1.- ¿Ustedes como directiva han tenido este cargo antes en otra asociatividad?

Siempre

Frecuentemente

Rara Vez

Nunca

2.- ¿Cuál fue la principal razón por la que quiso pertenecer a una directiva?

Por mejorar la comercialización

Mejorar producción

Darle valor agregado al producto

Otros

3.-¿Usted brindan sus aportes, ideas y soluciones a favor de todos los integrantes de la asociación. Siempre

Frecuentemente

Rara Vez

Nunca

4.-¿Considera que el  proceso de comercialización ha mejorado con las estrategias que usted ha planteado?

Mucho

Poco

Nada

5.- ¿Cuál es el principal beneficio que le ha traído consigo el incorporarse a una directiva?

Bajar Los Costos De

Adquisición

Realizar inversiones conjuntas

Mejorar en la toma de decisiones

Intercambios de conocimientos

6.- ¿Se ha realizado plan de financiamiento con la banca privada para potenciar el trabajo agrícola de los socios?

Siempre

Frecuentemente

Rara Vez

Nunca6

7.- ¿Cree usted que ha existido un liderazgo adecuado de parte de la directiva para conseguir los fines comunes en la asociación?

Siempre	<input type="checkbox"/>
Frecuentemente	<input type="checkbox"/>
Rara Vez	<input type="checkbox"/>
Nunca	<input type="checkbox"/>

8.- ¿Cuál es la principal problemática que tiene la directiva respecto al proceso de producción acopio o comercialización de su producto?

Baja producción	<input type="checkbox"/>
Perdidas de producción	<input type="checkbox"/>
Falta de acopio	<input type="checkbox"/>
Condiciones de comercialización inadecuadas	<input type="checkbox"/>

9.- ¿Considera usted que la directiva cumple con las expectativas de todos los socios? Siempre

Frecuentemente	<input type="checkbox"/>
Rara Vez	<input type="checkbox"/>
Nunca	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>

10.- ¿Cómo directiva Han recibido capacitación sobre organización campesina. Liderazgo o desarrollo local?

Siempre	<input type="checkbox"/>
Frecuentemente	<input type="checkbox"/>
Rara Vez	<input type="checkbox"/>
Nunca	<input type="checkbox"/>

11.- ¿Existen los medios de comunicación y canales de participación adecuados dentro de su directiva para coordinar de mejor manera el funcionamiento de dicha organización? Siempre

Frecuentemente   
Rara Vez   
Nunca

12.- ¿Ustedes buscan diferentes canales para la comercialización y rentabilidad en la cosecha? Siempre

Frecuentemente   
Rara Vez   
Nunca

1.- ¿Ustedes como directiva han tenido este cargo antes en otra asociatividad?

Siempre   
Frecuentemente   
Rara Vez   
Nunca

2.¿Cuál fue la principal razón por la que quiso pertenecer a una directiva?

Siempre   
Frecuentemente   
Rara Vez   
Nunca

3.-¿Usted brindan sus aportes, ideas y soluciones a favor de todos los integrantes de la asociación. Siempre

Frecuentemente



Rara Vez

Nunca

4.- ¿Considera que el proceso de comercialización ha mejorado con las estrategias que usted ha planteado?

Siempre

Frecuentemente

Rara Vez

Nunca

5.- ¿Cuál es el principal beneficio que le ha traído consigo el incorporarse a una directiva?

Siempre

Frecuentemente

Rara Vez

Nunca

6.- ¿Se ha realizado plan de financiamiento con la banca privada para potenciar el trabajo agrícola de los socios?

Siempre

Frecuentemente

Rara Vez

Nunca

7.- ¿Cree usted que ha existido un liderazgo adecuado de parte de la directiva para conseguir los fines comunes en la asociación?

Siempre

Frecuentemente

Rara Vez

Nunca

8.- ¿Cuál es la principal problemática que tiene la directiva respecto al proceso de producción acopio o comercialización de su producto?

Siempre

Frecuentemente

Rara Vez

Nunca

9.- ¿Considera usted que la directiva cumple con las expectativas de todos los socios? Siempre

Frecuentemente

Rara Vez

Nunca

10.- ¿Cómo directiva Han recibido capacitación sobre organización campesina.

Liderazgo o desarrollo local?

Siempre

Frecuentemente

Rara Vez

Nunca

11.- ¿Existen los medios de comunicación y canales de participación adecuados dentro de su directiva para coordinar de mejor manera el funcionamiento de dicha organización? Siempre

Frecuentemente

Rara Vez

Nunca

12.- ¿Ustedes buscan diferentes canales para la comercialización y rentabilidad en la cosecha? Siempre

Frecuentemente

Rara Vez

Nunca

En cuestras aplicadas a los 60 pequeños agricultores de la Parroquia La Unión Cantón Babahoyo Provincia De Los Ríos.

1.- ¿Ha Pertenecido en alguna asociación, cooperativa u otra figura de asociatividad? Siempre

Frecuentemente

Rara Vez

Nunca

2.- ¿Cuál fue la principal razón por la cual paso a pertenecer a su asociación o Cooperativa?

Por mejorar la comercialización

Mejorar producción

Darle valor agregado al producto

Otro

3.- ¿Cree Ud. importante brindar sus aportes, ideas y soluciones en todo momento sin esperar recargo en su remuneración?

Por supuesto   
Tal vez   
No sabe

4.- ¿Mejoro las formas de comercialización una vez que se incorporó a su Asociación o Cooperativa a la que actualmente pertenece?

Mucho   
Poco   
Nada

5.- ¿Cuál cree que es el principal beneficio que le ha traído consigo el incorporarse a una asociación o cooperativa? Bajar los costos de adquisición

Realizar inversiones conjuntas   
Mejorar en la toma de decisiones   
Intercambios de conocimientos

6.- ¿Ha mejorado su acceso al  financiamiento en la banca privada desde que forma parte de una asociación de productores de arroz?

Mucho   
Poco   
Nada

7.- ¿Cree usted que ha existido un liderazgo adecuado de parte de las autoridades de su Asociación o Cooperativa de Producción en fin de conseguir los objetivos comunes De acuerdo

Poco de acuerdo   
Nada de acuerdo

8.-¿Cuál es la principal problemática que tiene su organización respecto del proceso de producción, acopio o comercialización de sus productos?

Baja producción por hectárea

Pérdidas de producción por desastres naturales o plagas

Falta de acopia de sus productos

Condición de comercialización inadecuada

9.-¿Considera que su asociación o cooperativa es bien dirigida y liderada por las actuales autoridades en bien y cumplimiento de los objetivos comunes de todos los socios? Liderazgo limitado

Escaso liderazgo

Nada de liderazgo

10.- ¿Han recibido capacitación sobre organización campesina, Liderazgo o desarrollo local?

Frecuentemente

Poco Frecuente

Nunca

11.- ¿Existen los medios de comunicación y canales de participación adecuados dentro de su organización para coordinar de mejor manera el funcionamiento de dicha organización?

Mucho

Poco

Nada

12¿La comercialización de toda su cosecha las realiza directamente o a través de su Asociación?

Directa

Através de una asociación

Problema General	Objetivo General	Hipótesis C
------------------	------------------	-------------

Independiente

<p>¿De qué manera la incide la asociatividad de los pequeños agricultores en la comercialización de arroz en la Parroquia La Unión, Cantón Babahoyo, Provincia de Los Ríos?</p>	<p>Analizar la incidencia de la asociatividad de los pequeños agricultores dentro de la comercialización de arroz en Parroquia La Unión Cantón Babahoyo Provincia de Los Ríos.</p>	<p>Si se analizara la asociatividad de agricultores dentro de la comercialización de arroz en La Unión Cantón Babahoyo de Los Ríos</p>
<p>Problemas Derivados</p>	<p>Objetivos Específicos</p>	<p>Hipótesis Derivadas</p>
<p>¿Cuáles serían los beneficios que obtendrán los agricultores al constituirse como asociatividad?</p> <p>¿Cómo la captación de socios permite elevar los niveles de utilidad en la comercialización del arroz?</p> <p>¿Cuáles serían las estrategias para incrementar la captación de socios para elevar los niveles de utilidad en la comercialización de arroz?</p>	<p>Identificar los beneficios que obtendrán los agricultores al constituirse como asociatividad.</p> <p>Contribuir en la captación de los socios para elevar los niveles de utilidad en la comercialización del arroz.</p> <p>Proponer estrategias para incrementar la captación de socios para elevar los niveles de utilidad en la comercialización de arroz</p>	<p>Si se identifican los beneficios al constituirse como asociatividad.</p> <p>Si lográramos una captación adecuada de socios, se elevarían los niveles de utilidad en la comercialización del arroz.</p> <p>Si se proponen estrategias adecuadas para incrementar la captación de socios y se elevan los niveles de utilidad en la comercialización del arroz</p>

**“INCIDENCIAS DE ASOCIATIVIDAD A LOS PEQUEÑOS AGRICULTORES EN LA  
COMERCIALIZACIÓN DE ARROZ EN LA PARROQUIA LA UNIÓN CANTON  
BABAHOYO PROVINCIA DE LOS RÍOS”**

or