UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA TIERRA

CARRERA DE INGENIERIA AGROINDUSTRIAL

Proyecto previa a la obtención del título de

INGENIERIA AGROINDUSTRIAL

TEMA:

PROPUESTA DE MODELO DE GESTIÓN ASOCIATIVO DE LA EMPRESA AGROINDUSTRIAL "DON JORGE"

AUTORA:

Alisson Carolina Reyes Jiménez

DIRECTOR DEL PROYECTO:

Ing. Miguel Ángel Enríquez Estrella Mg.

PASTAZA-ECUADOR

2020

DECLARATORIA DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Quien suscribe Alisson Carolina Reyes Jimenez con C.I. 1600526592, hace constar que es autora del Proyecto de Investigación/Trabajo de Integración Curricular titulado: Propuesta de modelo de gestión asociativo de la empresa agroindustrial "Don Jorge"**,** el cual constituye una elaboración personal realizada únicamente con la dirección del Tutor de dicho trabajo, Msc. Miguel Ángel Enríquez Estrella. En tal sentido, manifiesto la originalidad de la conceptualización del trabajo como interpretación de datos y elaboración de conclusiones dejando establecido que aquellos aportes intelectuales de otros autores se han referenciado debidamente en el texto de dicho trabajo.

En el Cantón Pastaza, los 11 días del mes de septiembre del 2020

Alisson Carolina Reyes Jimenez

CI: 1600526592

CERTIFICADO DE APROBACIÓN POR EL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

El tribunal de sustentación del proyecto de investigación y desarrollo aprueba el proyecto de Investigación/Trabajo de Integración Curricular titulado: “Propuesta de modelo de gestión asociativo de la empresa agroindustrial “Don Jorge”

Ing. Patricio Mármol Ruiz PhD

Presidente del Tribunal

Ing. Jorge Luis Alba Msc

Miembro del Tribunal

Ing. Santiago Nicolás Aguiar Msc

Miembro del Tribunal

UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

SISTEMA ANTIPLAGIO URKUND

Oficio No. 262-SAU-UEA-2020

Puyo, 14 de septiembre de 2020

Por medio del presente **CERTIFICO** que:

El Proyecto de Investigación correspondiente a la egresada REYES JIMENEZ ALISSON CAROLINA con C.I. 1600526592, con el Tema: **"PROPUESTA DE MODELO DE GESTIÓN ASOCIATIVO DE LA EMPRESA AGROINDUSTRIAL DON JORGE"**, de la carrera, Ingeniería Agroindustrial. Director del proyecto Ing. Enríquez Estrella Miguel Ángel, M.Sc., ha sido revisado mediante el sistema antiplagio URKUND, reportando una similitud del 3%, Informe generado con fecha 14 de septiembre de 2020 por parte del director conforme archivo adjunto.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes

Atentamente,

Ing. Italo Marcelo Lara Pilco M.Sc.
ADMINISTRADOR DEL SISTEMA ANTIPLAGIO URKUND – UEA - .

Agradecimiento

Mi más sincero agradecimiento al Ing. Miguel Ángel Enríquez Estrella Mg. por el compartir sus conocimientos durante la realización del proyecto de investigación, además a mis padres y abuelitos por el apoyo incondicional brindado durante mi vida estudiantil.

Alisson R.

Dedicatoria

En primer lugar, quiero dedicar este proyecto a Dios por haber sido mi guía y mi sustento a lo largo de mi carrera. A mis padres y abuelitos ya que siempre creyeron en mí, por ser los promotores de mis sueños pues siempre me motivaron a seguir adelante.

Resumen

Gestión asociativa es un sistema que permite el desarrollo de pequeños y medianos emprendedores, que tienen un objetivo común formando así una sociedad organizacional que les permite afrontar problemas económicos, financieros e incluso de competitividad**.**

El presente proyecto tiene como objetivo principal a creación de una propuesta asociativa para la empresa familiar Don Jorge, que elabora y comercializa té verde en la provincia de Pastaza según datos bibliográficos el consumo de té en la ciudad de Puyo indica que el 78% de la población total consume infusión de hiervas aromáticas, la población lo consumen por un temas de salud, y la finalidad del modelo de gestión es elaborar tácticas adecuadas para mantener competitivo a la empresa en el mercado, así mismo los diferentes ejes estratégicos como asociatividad y gestión empresarial, el cual ayudará a mejorar su productividad y desarrollo económico.El modelo de gestión aplicado en la empresa se enfoca en tres pilares fundamentales los cuales son personas, tecnología y proceso. Los tres pilares deben estar entrelazados con la misión y visión de la empresa, al ser un solo conjunto, la organización podrá asegurar resultados positivos minimizando los factores de riesgo.

El método que se utilizó para la investigación es de tipo bibliográfico y descriptivo es decir se aplicó de forma científica y bibliografía con documentos de fuentes confiables para la recopilación de información.

La empresa Don Jorge aplicando la nueva estructura organizacional será más eficiente en sus procesos mejorados la rentabilidad de la empresa logrado ser competitivos en el mercado

Palabras Claves: Organización, estructura, modelo,

Abstrac

The main objective of this project is to create an associative proposal for the Don Jorge family business, which makes and markets green tea in the province of Pastaza, according to bibliographic data, tea consumption in the city of Puyo indicates that 78% of The entire population consumes infusion of aromatic herbs, the population consumes it for health reasons, and the purpose of the management model is to develop adequate tactics to keep the company competitive in the market, as well as the different strategic axes such as associativity and business management , which will help improve their productivity and economic development.

The management model applied in the company focuses on three fundamental pillars which are people, technology and process. The three pillars must be intertwined with the mission and vision of the company, being a single set, the organization can ensure positive results by minimizing risk factors and thus be able to achieve the proposed objectives achieving business success

The method used for the research is bibliographic and descriptive, that is, it was applied in a scientific way and bibliography with documents from reliable sources for the collection of information.

The company Don Jorge applying the new organizational structure will be more efficient in its improved processes the profitability of the company achieved to be competitive in the market

Keywords: organization, structure, model

INDICE

CAPÍTULO 1 1
1. ..... INTRODUCCIÓN 1
1.1. ..... PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 1
1.2. Justificación 2
1.1. Objetivo general 3
1.2. Objetivos específicos 3
CAPÍTULO 2 4
2. ..... FUNDAMENTACIÓN TEORICA 4
2.1. Antecedentes 4
2.2 Análisis del entorno empresarial 5
2.2.1 Empresa Asociativa 5
2.2.2. Asociatividad de exportación 6
2.2.3. Asociatividad empresarial 7
2.3.4. Asociatividad como estrategia de desarrollo 7
2.3.5. Características de los modelos asociativos 8
2.3.6.Tipos de modelos asociativos 8
2.4 Identificación y segmentación del mercado empresarial de infusiones del Ecuador 10
CAPÍTULO 3 12
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN 12
3.1 Localización 12
3.2 Tipo de Investigación 12
3.3. Métodos de la investigación 12
3.4. Enfoque de la investigación 12
..... 13
3.5 Desarrollo del Modelo de Gestión 13
3.5.1. Operacionalización de variables 13
3.6. Análisis FODA 15
3.6.1 Matriz de ataque 15
3.6.2 Matriz de defensa 16
3.7. Condiciones del modelo asociativo 17
3.8. Fases del proceso de formación de una asociación 17
3.9. Modelos de gestión empresarial 18

3.10 Marca comercial 19
3.11. Desarrollo estratégico 19
3.12. Modelo de gestión 19
3.12.1. Cuatro practicas principales para un modelo de gestión 19
3.12.2. Modelo de gestión 20
3.12.3. Etapas de un modelo de gestión asociativo definitivo 21
CAPÍTULO 4 23
4. ..... RESULTADOS 23
4.1 Identificación y segmentación el mercado 24
4.2. Propuesta del modelo de gestión asociativo 25
4.4.1. Objetivos estratégicos 25
4.5. Desarrollo estratégico 27
4.6. Objetivos de la empresa Don Jorge 29
4.7. Organigrama propuesto 29
4.8. Ejes estratégicos 29
4.14. Practicas principales del modelo de gestión de la Empresa Don Jorge 32
4.10. Estructura del Modelo de Gestión de Don Jorge 32
4.11. Elementos que constituyen el modelo 33
4.12. Estructura operacional del modelo 33
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 35
CONCLUSIONES 35
Recomendaciones 36
Referencia Bibliografíca 37
Anexos 40

Índice de Tablas

Tabla 1. Características de modelos asociativos 8
Tabla 2. Modelos de asociatividad 9
Tabla 3. Consumidores de té per capital 10
Tabla 4. Operacionalización de variables 13
Tabla 5. Análisis foda 15
Tabla 6. Matriz de ataque 15
Tabla 8. Desarrollo estratégico 19
Tabla 9. Levantamiento de información.....24
Tabla 10. Bases de información 24
Tabla 11. Marca y eslogan comercial.....25
Tabla 12. Matriz de objetivos estratégicos.....25
.....28
Tabla 13. Descripción de ejes estratégicos 29
Tabla 14. Estructura de un modelo asociativo.....33

Índice de Esquemas

Esquema 1 Prácticas principales de un modelo de gestión 20
Esquema 2. Modelo de gestión 21
Esquema 3 Etapas de modelo asociativo 21
Esquema 4 Descripción de las etapas del modelo de gestión 22
Esquema 5. Objetivos estratégicos.....27
Esquema 6. Organigrama de la empresa agroindustrial “don jorge”.....29
Esquema 7. Prácticas principales de un modelo de gestión de la empresa don jorge 32
Esquema 7. Modelo de gestión.....32

Índice de ilustraciones

Ilustración 1. Cadena productiva del té verde 31

Índice de anexos

ANEXO 1 Hoja de té verde **.....40**

ANEXO 2 Marchitado de la hoja de**.....40**

ANEXO 3 Envase secundario del te**.....40**

ANEXO 4 Envase primario del te **.....40**

CAPÍTULO 1

1. Introducción

El presente es un estudio analítico del conocimiento acumulado que hace parte de la investigación documental (la cual se basa en el análisis de documentos escritos) y que tiene como objetivo inventariar y sistematizar la producción en un área del conocimiento, ejercicio que no debe quedarse tan solo en el inventario, sino que debe trascender más allá, porque permite hacer una reflexión profunda sobre las tendencias y vacíos en un área específica (Vargas y Calvo, 1987). Según Elizondo (2015), el desarrollo económico del Ecuador se basa en el fortalecimiento de su economía rural a través de la transformación continua, que organiza las fases de distribución, producción, movimiento y consumo de bienes y servicios. Por su parte, Porter (1997) identifica las ventajas competitivas, es decir aprovechar oportunidades que serán el resultado de la capacidad de la asociación, lo que les permita ser diferentes de la competencia, siendo así la cadena de valor es el análisis de todas las actividades que generen valor agregado y los márgenes que estas produzcan, además de la mejora en la calidad de los productos y en el conocimiento técnico, productivo y comercial, logrando el acceso a nuevos mercados nacionales e internacionales, con una oferta exportable viable

1.1. Planteamiento del problema

La empresa agroindustrial “Don Jorge” es una empresa dedicada a comercializar agua envasada e infusiones de forma rentable, esta consiente del rápido crecimiento en cuanto a competitividad en la zona, así como las ventas de sus productos, es por eso que necesita una estructura empresarial para la mejora continua de sus procesos y de sus ventas. Con el fin de mejorar los servicios hacia los clientes. La trasformación de la materia prima juega un papel interesante en la economía del Ecuador en el sector agrario, sin embargo, la expansión de una empresa o un emprendimiento se hace complicada ya sea por las oferta y demanda.

Por la misma razón que representa una estructura oligopolio que excluye a los pequeños emprendedores que están iniciando. Torres (2016). El modelo asociativo es importante no solo por el impacto económico, también por el impacto social ya que constituye la oportunidad de conocer, investigar, observar y percibir oportunidades los cuales van más allá de los límites de la corporación; tomando en cuenta que actualmente es muy escaso este análisis en un país en desarrollo. Chavez (2018)

La falta de un modelo de gestión asociativo en la empresa "Don Jorge" genera una desventaja de la organización frente a otras que sí la poseen. El proceso de compra y venta hoy en día es un factor importante y determinante para las decisiones de cualquier persona o sociedad, basándonos en la calidad del producto y servicio. En la actualidad existe mucha competencia en el mercado nacional puesto que el mundo se ha vuelto mucho más competitivo, el cliente es un factor importante, ya que es quien impone las condiciones como calidad e innovación inclinándose por lo saludable. La empresa "Don Jorge" comercializa agua embotellada e infusiones que elaboran en sus instalaciones y distribuye en la provincia de Pastaza. Con el objetivo de encontrar oportunidades, en un tiempo corto y que generen mejoras para posicionarse adecuadamente en el mercado local. Desarrollando habilidades de competitividad en el personal asegurando así la calidad del producto. Se considera que es posible mejorar la productividad mediante un modelo de gestión asociativo que se lo desarrolle con el fin de mejorar la eficiencia de la empresa y generar un incremento en su economía.

1.2. Justificación

La propuesta derivada de esta investigación documental comprende el diseño de un modelo de gestión asociativo para la empresa Don Jorge, el mismo define nuevas estructuras productivas, y comerciales que genere capacidades competitivas suficientes. Al generar una estructura administrativa que disminuirá los riesgos económicos; generando un orden interno el cual facilitara la toma de decisiones de las diferentes fases de un procedimiento, ya que la información será rápida de obtener y estará disponible cuando sea necesario para del personal administrativo, enfrentando las posibles amenazas que afecten a los intereses de la empresa y de los clientes.

La propuesta de la investigación es definir nuevas estructuras productivas y comerciales que eleven el rendimiento productivo y empresarial, buscar ejes estratégicos que mejoren la eficiencia de la empresa.

1.3. Objetivo general

- Diseñar una propuesta de modelo de gestión asociativo para la empresa Agroindustrial "Don Jorge" de acuerdo a las nuevas tendencias del mercado.

1.4. Objetivos específicos

- Analizar modelos de gestión asociativo entorno a la información de artículos científicos relacionados gestión asociativa y desarrollo empresarial.
- Identificar y segmentar el mercado referente al desarrollo empresarial del sector agroindustrial de infusiones en el Ecuador.
- Desarrollar el modelo de gestión asociativa para la empresa "Don Jorge".

CAPÍTULO 2

2. FUNDAMENTACIÓN TEORICA

2.1. Antecedentes

A nivel nacional e internacional el modelo de gestión asociativo es un plan estratégico para crear una alternativa exitosa y viable, que permita generar ingresos de manera continua por parte de una asociación o empresa; esto sucede cuando la empresa no puede cumplir un objetivo individual por lo que se unen dos o más creando una asociación para plantearse un objetivo y llegarlo a cumplir de forma correcta y exitosa. Guerrero, (2019). El modelo asociativo que se realizará en el presente proyecto es para la empresa familiar Don Jorge que comercializa agua embotellada y té verde en el mercado de la provincia de Pastaza, con expectativas futuras de ser exportadores, a través del presente se propondrá un modelo adecuado que ayude como base comercializare incluso exportar.

La propuesta de modelo de gestión asociativa para la empresa productora de té verde es un modelo con mecanismo de integración y cooperación, satisfaciendo a la exigencias de los consumidores que cada vez son más herméticos al aceptar un producto, con este mecanismo de integración habrá una participación voluntaria dentro del mercado en busca de un objetivo común que le permita a la empresa enfrentar problemas de forma conjunta y organizada y tenga la capacidad de enfrenar ya sea problemas financieros o comerciales. Guerrero, (2019)

Desde un punto de vista minucioso el analisis y creación de un modelo de gestión asociativo son medios de desarollo que insitan a los pequeños productores a tener una alterntiva que es consideradá para generar oportunidades de progreso que a largo plazo viene a ser un modelo exitoso para los productores de la zona. Guerrero, (2019)

La Empresa Don Jorge, fue creada en el año 1967 como fundador el Señor Jorge Aníbal Jiménez, las actividades iniciaron en la finca sector Llandia, perteneciente a la parroquia Teniente Hugo Ortiz. En la actualidad se lo puede encontrar con el nombre de té verde “Don Jorge”, este ha ido ganando un espacio en el mercado de la provincia de Pastaza. Es considerada una empresa familiar con un crecimiento de forma lenta, pero a pasos seguros dando un producto de calidad a los consumidores.

Actualmente las explotaciones de los recursos naturales en la Amazonía son de importancia ya sean las plantas medicinales o productos agrícolas que son cultivados en el territorio. La

intención es aprovechar los productos naturales y darles un valor agregado por medio de un proceso agroindustrial. Ramirez (2016)

La gestión financiera permite que los recursos sean optimizados y así poder tener una empresa con un valor gerencial con el fin de posicionarlo estratégicamente y poder tener una solidez empresarial. Correa, Ramírez, y Castaño (2009).

La gestión administrativa de una empresa es la satisfacción del cliente y lograr conseguir que se cumpla con todas las necesidades que puede tener el consumidor, de esta manera como organización se logrará tener un equilibrio entre el personal y los clientes. Mazón, (2015). Este estudio de nuevas técnicas ayudará a mejorar la productividad de la región por medio de una empresa que sea una fuente de sostenibilidad económica. Castillo (2015)

La propuesta de un modelo de gestión asociativa tiene como fin crear una estructura más estable de la organización para hacerla una empresa eficiente en el proceso de transformación de materia prima hasta la comercialización, creando así un mecanismo de éxito a largo plazo cumpliendo con los objetivos propuestos y así alcanzar la meta propuesta en un lapso de tiempo establecido. Castillo (2015)

2.2 Análisis del entorno empresarial.

2.2.1 Empresa Asociativa

Según Camacho *et al*., (2015), la empresa asociativa es una entidad de orden mercantil legalmente constituida, conformada mayoritariamente de pequeños productores, que ha conseguido resultados económicos favorables, con una estructura de gestión profesional. La promoción de empresas asociativas, conformadas por pequeños productores, ha sido una de las principales estrategias utilizadas en los programas de desarrollo rural en América Latina en las últimas cinco décadas. Un modelo asociativo tiene como principio la unión de criterios de sus miembros y la distinción en proyectos planteados y estrategias acogidas para el desarrollo de este. Zapata y Barrero (2016).

La asociatividad se definió como “un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común” (Rosales, op.cit. b: 8). Este concepto

engloba a la mayoría de los aspectos que inducen a una mayor agregación de intereses entre las PYME's, a los fines del presente trabajo. Tarquino & Garcia (2015).

Según Enríquez (2019) la asociatividad en empresas comunitarias, están ligadas con la cadena productiva y los elementos que la forman proponiendo alternativas para generar una mayor cooperación y una venta directa del producto final hacia el consumidor o la industria.

Por su parte, Porter (1997) identifica las ventajas competitivas, es decir aprovecha oportunidades que serán el resultado de la capacidad de la asociación, lo que les dará ventaja a ser diferentes de las demás empresas. La cadena de valor es el análisis de todas las actividades que generen valor de los márgenes que estas produzcan. Además de la mejora en la calidad de los productos, así como del conocimiento técnico, productivo y comercial, logrando el acceso a nuevos mercados nacionales e internacionales, con una oferta exportable viable. Dávalos (2012) Se presenta datos sobre la asociatividad en el país, desde hace varios años, diversas instituciones y especialmente las cooperativas de ahorro y crédito que aplican micro finanzas, como también organizaciones y grupos informales comunitarios, han impulsado el desarrollo económico social y productivo, muy particularmente de los sectores rurales mediante varias metodologías o tecnologías crediticias incorporando otros servicios no financieros como educación, salud, capacitación y asistencia técnica que han hecho posible la construcción de economías locales con enfoque asociativo, social y solidario.

En la actualidad las empresas tienen un entorno competitivo ya sea en lo económico y en el comercio creando así un ambiente de contención en el sector agroindustrial, por lo que se debe implementar y desarrollar modelos de gestión empresarial con el fin de mejorar la calidad del producto que brinda la empresa para así poder mantener a nuestros clientes satisfechos Hernandez (2013).

2.2.2. Asociatividad de exportación

La asociatividad es una estrategia de fusión entre pequeñas y medianas empresas con una visión de esparcimiento en donde cada socio actúa voluntariamente con el fin de buscar un objetivo común Tavara y Monja, (2017).

2.2.3. Asociatividad empresarial

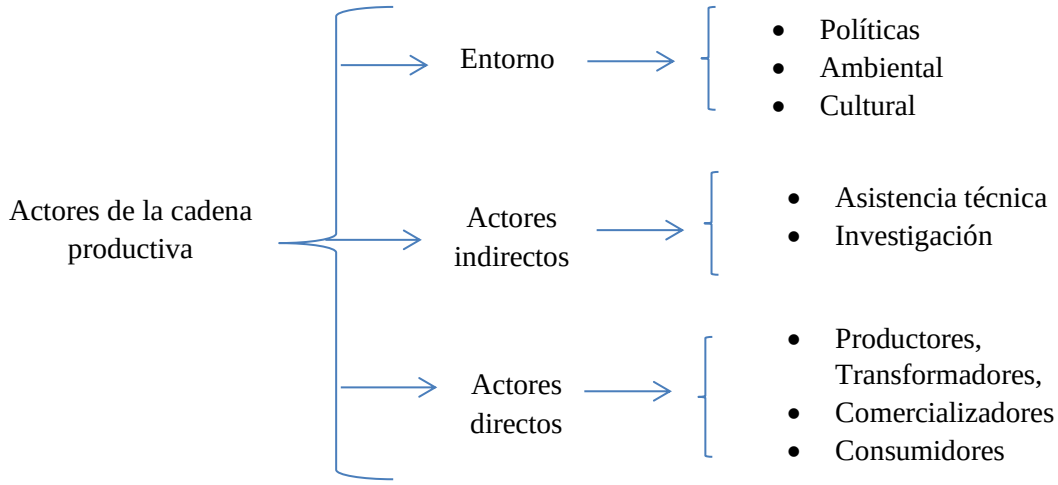
Es considerado como un instrumento de participación con un acuerdo común de mejorar la productividad y su posicionamiento dentro del mercado por lo que es considerado como una estrategia utilizada por los microempresarios ya que son aquellos que enfrentan cambios bruscos y lo utilizan como forma de sobrevivir frente a la competencia. Tavara y Monja, (2017)

La asociatividad es considerado un proceso complejo, pero con un fin común de alcanzar el éxito, el concepto de asociatividad es la unión entre dos o más microempresas que van enfrentar cambios en sus estructuras para actuar de manera más eficiente en las actividades ya que permite enfrentar con audacia e inteligencia y los objetivos ya previstos ser alcanzados de forma individual o colectiva.

2.3.4. Asociatividad como estrategia de desarrollo

Los modelos de asociatividad es considerado como una herramienta muy efectiva para los productores pequeños y medianos para lograr mantenerse en el mercado competitivo ya que es considerado con una estrategia para mitigar los impactos económicos. Lozano A, (2015)

A través de la aplicación y determinación de las variables FODA las cuales permiten solucionar problemas y lograr cumplir con los objetivos propuestos por la empresa mejorando así los niveles socioeconómicos. Este análisis se debe realizar en conjunto de los miembros de la asociación para así poder ser más estratégicos y eficientes en el proceso ya que es considerado como la clave del éxito. Al tener una estructura estratégica del desarrollo del análisis obtenido del FODA es un comodín para que la administración sea eficiente y pueda comprender las necesidades del cliente y las competencias del entorno para así poder garantizar un éxito a largo plazo. Lozano A, (2015)



Esquema 1 *Actores productivos*

2.3.5. Características de los modelos asociativos

Se puede mencionar la existencia de cuatro características consideradas importantes en los modelos asociativos, tal como se lo presenta en la tabla 1.

Tabla 1. *Características de modelos asociativos*

Incorporación voluntaria	Sin exclusión	Conservación de autonomía	Flexibilidad legal
Ninguna empresa es forzada a incorporarse en un grupo	• Modelos aplicables a cualquier tipo de empresa • No se excluye a ninguna organización	• Cada empresa decide cómo actuar y qué hacer con sus beneficios que obtienen de cada proyecto	Adoptar distintas modalidades como: • Organizacionales • Jurídicas

Fuente: Pereira (2014).

2.3.6.Tipos de modelos asociativos

Son de acuerdo a la variedad de actividades empresariales que existen, se desarrolló múltiples combinaciones de organizaciones que se adaptan a las diferentes estructuras de

tipología asociativa. Según (Traiding consut, 2009) menciona que: una organización de pequeños productores establece una conexión directa o indirecta con agentes que se relacionan con él, por esta razón la adquisición de insumos y recursos hasta la comercialización del producto debe operar eficientemente, estás son las condiciones de los pequeños productores para ser mejores por lo tanto los modelos de asociatividad para organizaciones de productores son los siguientes:

Tabla 2. *Modelos de asociatividad*

Cadena productiva	Son aquellos que interviene de forma directa o indirecta en el proceso de producción como son maquinarias, insumos, materia prima, equipos hasta llegar a obtener el producto final. La cadena productiva de igual manera está conformada por hombre y mujeres en roles específicos dentro del proceso. La mejora permite alcanzar y lograr cumplir los objetivos propuestos.
Cluster	Conocido también como conglomerados, son organizaciones relacionadas con una actividad en particular y su principal característica es la ubicación al área que pertenecen como por ejemplo: • Empresas productoras de bienes y servicios • Empresas proveedoras de materiales • Compañías de productos complementarios • Organizaciones gubernamentales, académicas, y gremiales aquellos que proporcionan una información o capacitación.
Redes empresariales	Unión voluntaria de organizaciones con el fin de alcanzar un objetivo el cual no podrán avanzar de forma individual • **Red horizontal**: asociación entre pequeños productores provenientes de una misma localidad ejemplo: productores agrícolas • **Red Vertical:** asociación de diferentes productores o empres dedicadas a diferentes procesos productivos

Fuente: Traiding consut, (2009).

2.4 Identificación y segmentación del mercado empresarial de infusiones del Ecuador

Macro

El té es una bebida muy consumida a nivel mundial, el origen del té se generó en diferentes países como China, India, Japón, la producción se extendió en el siglo VIII de la mano de los monjes y misioneros y sucesivamente. Se fue explayando por el occidente en la época colonial. Ver tabla 3. Mayores productores de té del mundo. Grandinetti, (2016)

Tabla 3. *Consumidores de té per capital*

País	Consumo anual
China	1614.000
India	1.001.000
Japón	119.000
Unión europea	116.000
Estados Unidos	127.000
Rusia	159.000

Fuente: (Reyes, A. 2020)

Se elaboraron principalmente en los países de China, Japón y Taiwán, siendo los tés verdes los más sutiles. Después de realizar un proceso de secado y trituración se encontraron con más aromas y sabores lo que hace que sea más versátil al momento de mezclar.

Tiene un alto contenido de vitamina C, minerales y aceites esenciales y que tienen un mayor porcentaje de antioxidante de igual manera es considerado como preventivo para el cáncer y enfermedades cardiacas y hepáticas. Naula ,(2016)

Micro

En Ecuador su cultivo es poco significativo ya que es más para consumo interno, sin embargo, existen importaciones del té verde exclusivamente de Hong Kong, China y Taiwán.

En el Ecuador se considera de mayor consumo él te negro debido a que existían dos grades haciendas que proveían té las cuales son la hacienda Sangay ubicada en la provincia de Morona Santiago en Palora y la ex hacienda Zulay ubicada en la provincia de Pastaza, la hacienda Zulay quebró en el año 1999 lo que significó una disminución en la producción nacional ya que su producción era 1.100 toneladas.

En la actualidad la hacienda Sangay es la que posee la mayor cantidad de producción de té la empresa pertenece a CETCA ecuatoriana de té, quienes son considerado como un monopolio en el Ecuador, la asociación actualmente posee 500 ha y cultivan 400 ha de té, comercializan a nivel interno y externo. Chang y Arias, (2015)

En la ciudad de Puyo el 78% de la población total consume infusión de hiervas aromáticas, en mayor cantidad los hombres con un 53% por encima del sexo femenino con un 47%, la población lo consumen por un tema de que es más saludable y por lo general se lo consume por las noches. Enriquez y Pérez, (2020

CAPÍTULO 3

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Localización

El presente proyecto de investigación se realizó en el sector Llandia, ubicada en el km 22 de la parroquia Teniente Hugo Ortiz en la provincia de Pastaza, lugar donde actualmente funciona la empresa familiar en el barrio Miraflores en la ciudad de Puyo.

3.2 Tipo de Investigación

La investigación a realizarse será de forma descriptiva ya que se basan en el estudio descriptivo de las situaciones que ocurren en condiciones naturales, más que aquellos que se basan en situaciones experimentales. De igual manera de forma bibliográfica ya que permitirá obtener información publicada en distintas fuentes como textos, artículos científicos, estudios realizados y recopilados, para determinar el estado de arte e identificar la situación de la asociatividad en el Ecuador

3.3. Métodos de la investigación

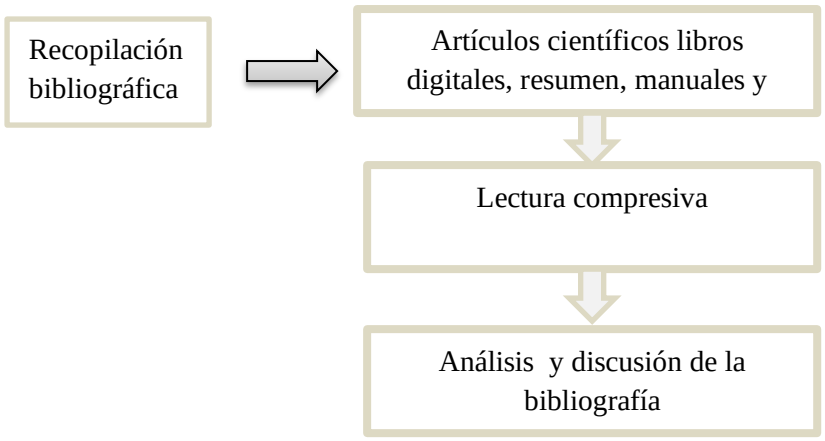
Método inductivo. - con los resultados que se obtenga al analizar la situación actual mediante la herramienta FODA, la empresa Don Jorge podrá tomar decisiones.

3.4. Enfoque de la investigación

El enfoque de la investigación es cuantitativo y cualitativo ya que se describen cualidades del fenómeno de estudio y cuantitativa puesto que se interpretarán los datos obtenidos de los instrumentos de investigación.

3.4.1 Procedimiento de la investigación.

El procedimiento parte de una revisión bibliográfica, generando una estructura de manejo de información, según se detalla en el esquema 2.



Esquema 2. Procedimiento de la investigación

3.5 Desarrollo del Modelo de Gestión

3.5.1. Operacionalización de variables

Es el manejo de las variables de asociatividad y desarrollo empresarial pilares fundamentales para la estructuración de la empresa.

Tabla 4. *Operacionalización de variables*

Variables	dimensión conceptual	sub variables	indicadores
Asociatividad	la asociatividad es una estrategia de cooperación entre las pequeñas empresas las cuales quieren un proceso de expansión en conjunto en busca de un objetivo común	• Capacidades • Recursos • Servicios	• Nivel de confianza • Servicios básicos • Bienes y capital a utilizar • Número de miembros de la asociación

Desarrollo empresarial	Es la ejecución de las funciones administrativas logrando ser eficiente en el desarrollo empresarial.es un proceso en el cual intervienen diferentes variables tales como sociales, psicológicas y económicas lo que buscan es lograr tener una vida empresarial exitosa.	• Panificación • Organización • Control	• Gestión administrativa • Infraestructura

Fuente: (Reyes, A. 2020)

3.6. Análisis FODA

La empresa Don Jorge realiza un levantamiento un análisis de la situación actual mediante una herramienta FODA, seguida de la aplicación de matriz de ataque y matriz de defensa y así al final se obtiene los objetivos estratégicos, según se detalla en, la tabla 6, 7, 12 y en el esquema 6.

Tabla 5. *Análisis FODA*

FORTALEZAS	**OPORTUNIDADES**
F1. Terreno propio para la obtención de materia prima	O1: Clima favorable para el cultivo
F2. Disponibilidad de la materia prima	O2: Tendencia de consumo a productos naturales
F3 Compromiso familiar	O3: Mercado de infusiones naturales amazónicas.
F4. Disponibilidad de mano de obra	O4: Promoción del producto en ferias
DEBILIDADES	**AMENAZAS**
D1: Sistema de riego inexistente	A1: Precios de mercado
D2: Manejo técnico	A2: Crisis económica mundial
D3: Transporte adecuado de materias primas a la planta de proceso.	A3: Presencia de plagas
D3: Organización del trabajo	A4:Clima

Fuente: (Reyes, A. 2020)

3.6.1 Matriz de ataque

Tabla 6. *Matriz de ataque*

fortalezas / oportunidades **Relación** Alta: 5 Media: 3 Baja: 1	Terreno propio para la obtención de materia prima	Utilización de producto natural	Alto nivel de compromiso en la empresa familiar	Disponibilidad de mano de obra	total
Clima favorable para el cultivo	3	3	1	1	8

Tendencia de consumo a productos naturales	5	5	1	1	12
Apertura en el mercado	1	3	4	1	9
Existencia de ferias agroindustriales	1	5	3	1	9
Total	10	16	9	4	

Fuente: (Reyes, A. 2020)

3.6.2 Matriz de defensa

Tabla 7 *Matriz de defensa*

Amenazas / Debilidades **Relación** Alta: 5 Media: 3 Baja: 1	Precios de mercado	Crisis económica mundial	Presencia de plagas	Presencia de lluvia constante	total
Sistema de riego inexistente	1	4	1	3	9
Falta de manejo técnico	3	3	5	3	13
Transporte deficiente	1	1	1	3	6
Falta de trabajo organizado	1	3	1	1	6

Fuente: (Reyes, A. 2020)

3.7. Condiciones del modelo asociativo

Para implementar un modelo asociativo existen diferentes condiciones con las cuales se debe contar:

- Confianza:
- Precisión de objetivos y metas
- Compromiso
- Definición de roles
- Liderazgo
- Contrato integral

3.8. Fases del proceso de formación de una asociación

Távara, B y Monja, (2017) mencionan las diferentes etapas para las fases de proceso de formación que deben tomar en cuenta:

- **Identificación del promotor:** Identificar cual es tarea a promover y qué interés tiene como asociación y demostrar el proyecto que es realista.
- **Identificación de los miembros:** la identificación se debería comenzar reuniendo a personas interesadas en el modelo asociativo con el fin de equiparar a productores adecuados para la asociación.
- **Realización de un estudio de interés:** una vez ya formada la asociación con el personal escogido debe realizar un estudio de interés en cada uno de ellos
- **Designación de representantes**: la organización escogerá una persona que se encargará de representarlos en las reuniones pertinentes.
- **Organización de reuniones entre los miembros**: después del primer encuentro se debe realizar reuniones para proponer mejoras en el modelo asociativo y las medidas que se están tomando deben ser más concretas con el fin de tener un objetivo claro y conciso.
- **Realización de un estudio de viabilidad y redacción de un plan de actividades:** ya una vez realizada la propuesta es necesario establecer un plan de actividades en el cual debe constar las necesidades y prioridades de las empresas, así como también su respectivo estudio de viabilidad.
- **Constitución oficial del modelo asociativo:** la formación del modelo asociativo se dará después de un lapso de tiempo, la formación legal está basada en las reuniones, estudios de viabilidad y plan de actividades

- **Plan de seguimiento:** se basan en constatar el correcto funcionamiento de la empresa se lo realizará por medio de continuas reuniones ya sean individuales o colectivas en las cuales se analizará las estrategias a emplear**.** Tavara y Monja, (2017).

3.9. Modelos de gestión empresarial

Los modelos de gestión empresarial son ideales para los negocios ya que es importante conocer e identificar cuál puede ser el apropiado para la empresa. El modelo de gestión empresarial de Mintzberg tiene una estructura de 5 niveles jerárquicos

- Núcleo de operaciones: Se trata de la prestación de servicios y producción.
- Ápice estratégico se encuentran los directivos y responsables de la compañía
- Se trata de la estandarización del proceso.
- Zonal de apoyo son aquellos que prestan sus servicios profesionales ha dicho empresa

3.9.1. Las organizaciones planas

Son sistemas de gestión en el cual el objetivo es motivar y agilizar el empleador tiene el poder y la autonomía de tomar las decisiones sin la necesidad de una supervisión.

3.9.2. El modelo Zeitgeis

Es un sistema circular el cual tiene cinco áreas y no tiene mando tradicional dentro de la empresa.

3.9.3. Gestión empresarial lean

Tiene la finalidad de eliminar todo aquello que sea un desperdicio o una molestia para la empresa por lo general se utiliza una herramienta conocida como DMAIC qué quiere decir: definir medir analizar implementar y controlar de esa manera lo que vamos a generar satisfacción en los clientes y reducir los tiempos y los costos el cual es un beneficio para la empresa. Hernandez (2015).

3.9.4. Recursos humanos

Es definir tareas para potenciar el desarrollo y evitar entorpecer el crecimiento de la empresa. Arnaut y Iberbrokers (2016)

3.9.5. Plan de producción: Se debe determinar las condiciones de la producción es decir los pedidos que la empresa tiene para entregar.

3.9.6. Plan financiero

Tiene como propósito ver la viabilidad del proyecto y su rentabilidad. Arnaut y Iberbrokers (2016)

3.10 Marca comercial

Se conoce por marca, todo signo palabra o frase incluso la imagen que ayude a distinguirlo en el mercado, con el fin que sea único y diferente a los demás ya que es un identificativo para el consumidor (INAPI, 2015)

3.11. Desarrollo estratégico

Es un patrón que integra las principales metas de una organización ya que establece una secuencia de acciones a realizar, para obtener una empresa con una situación viable y original en cuanto a su entorno. Se basa en tener claro la misión y visión de la empresa con el fin de llegar a un propósito establecido y saber las condiciones que se encuentra actualmente la organización. De donde partimos y hacia donde queremos llegar es el principal objetivo a cumplir.

Tabla 8. *Desarrollo estratégico*

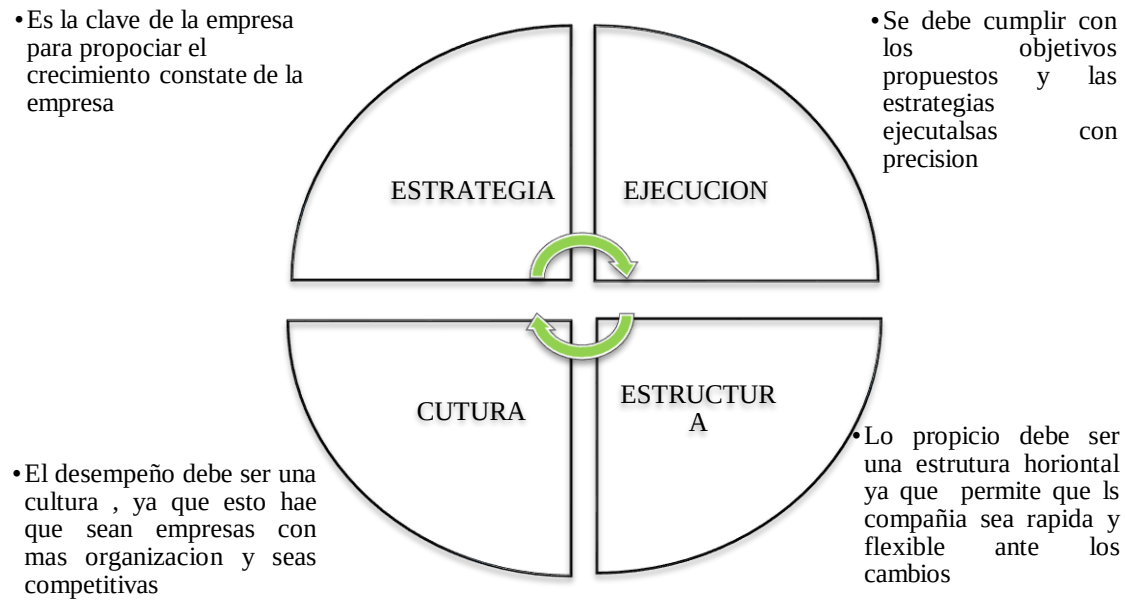
MISION	VISION	VALORES
Es la razón de una empresa sus propósitos que lo diferencia a otras organizaciones	Lo que la empresa desea ser a futuro ¿hacia dónde vamos?	Los valores corporativos son la carta de presentación de una empresa ya que son cm sello de calidad para los clientes

Fuente: Ramirez C, (2015).

3.12. Modelo de gestión

3.12.1. Cuatro practicas principales para un modelo de gestión

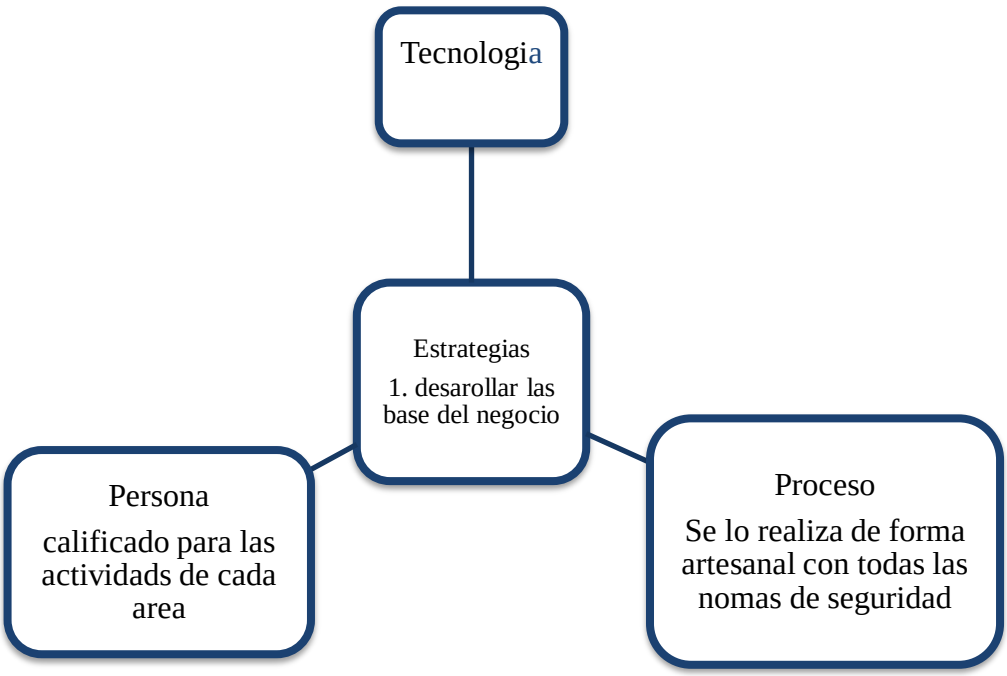
El modelo de gestión nos ayuda a tener una descripción lógica de una organización o empresa la cual crea, entrega y obtiene un valor.



Esquema 2 Prácticas principales de un modelo de gestión
Fuente: (Reyes, A. 2020)

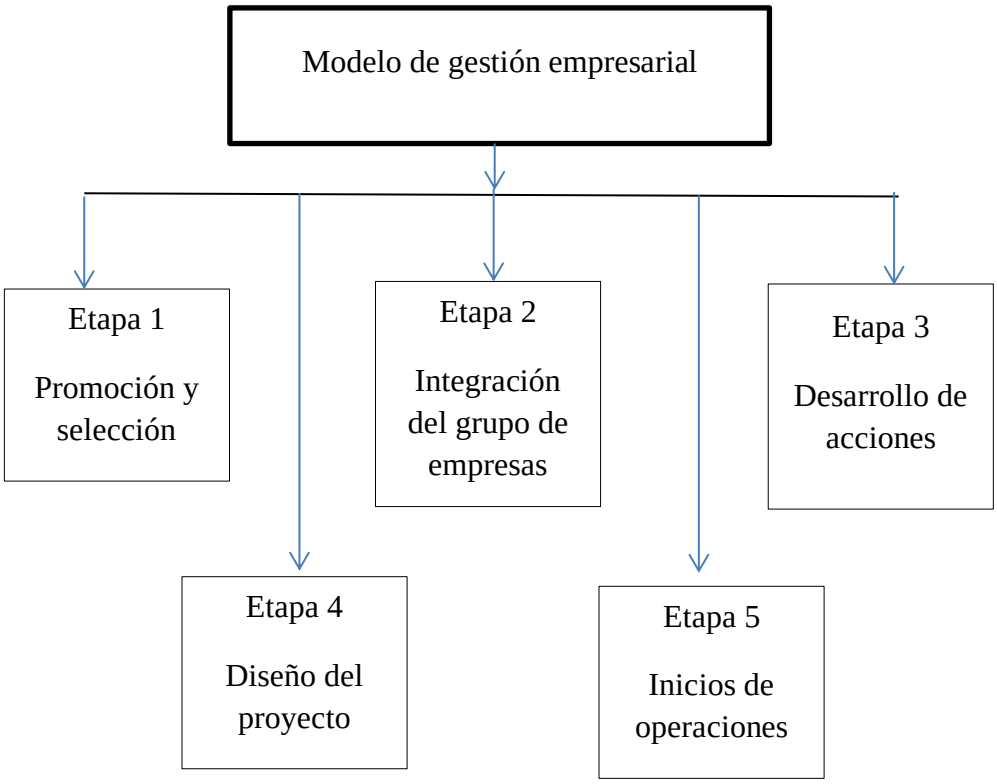
3.12.2. Modelo de gestión

Se debe enfocar en tres pilares fundamentales los cuales son las personas, tecnología y proceso. Los tres pilares deben estar entrelazados con la misión y visión de la empresa. Al ser un solo conjunto la organización podrá asegurar resultados positivos minimizando los factores de riesgo y así poder alcanzar los objetivos propuestos**.**

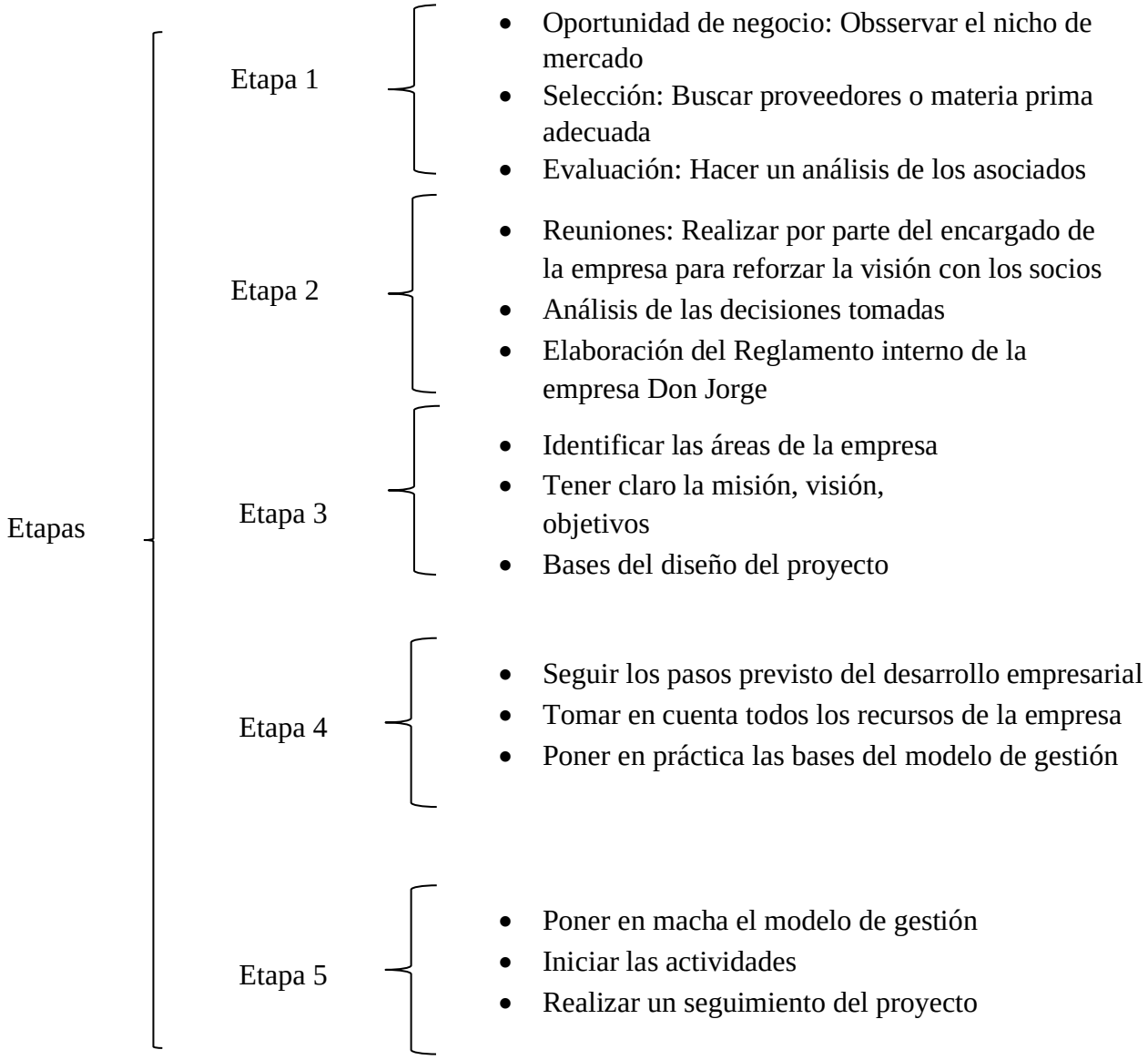


Esquema 3. Modelo de gestión
Elaboración: (Reyes, 2020)

3.12.3. Etapas de un modelo de gestión asociativo definitivo



Esquema 4 Etapas de modelo asociativo



Esquema 5 Descripción de las etapas del modelo de gestión
Fuente: (Reyes, A. 2020)

3.10.

CAPÍTULO 4

4. RESULTADOS

La empresa asociativa es una entidad de orden mercantil legalmente constituida, conformada mayoritariamente de pequeños productores, que desea conseguir resultados económicos favorables aplicando diferentes estructuras que se moldeen de acuerdo a la necesidad de cada empresa de igual manera es considerado como un instrumento de participación con un acuerdo común de mejorar constante. En la variedad de actividades empresariales que existen, se desarrolló múltiples combinaciones de organizaciones que se adaptan a las diferentes estructuras de tipología asociativa según detalla en la Tabla N 9.

Temática	Revista/tesis/libro	fuente
Análisis de caso del modelo de gestión asociativo a nivel rural en acopio de fréjol, en la comuna las Rocas cantón Alausí, provincia de Chimborazo	Economía y Negocios UTE, V. 11- N. 1, Jun. 2020, pp. 34-46 http://revistas.ute.edu.ec/index.php/economia-y-negocios ISSN-E: 2602-8050	Miguel Ángel Enríquez, Karina Montenegro, 2020
modelo de gestione empresarial sobre Origen del Te	https://www.infusionismo.com/articulos/origen-del-te	Grandinetti, Antonella, 2016
Propuesta del sistema de calidad total	https://core.ac.uk/download/pdf/250076909.pdf	Castillo, Gabriel, 2015
La gestión administrativa y la satisfacción del cliente de la empresa de insumos agrícolas	https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6948/1/tesis-007%20%20%20Gesti%C3%B3n%20de%20Empresas%20Agr%C3%ADcolas%20y%20manejo%20de%20poscosecha%20-CD%20219.pdf	Mazón, Sandra, 2015
Modelo de gestión empresarial según nuevas tendencias	https://helvia.uco.es/bitstream/handle/10396/10762/2013000000806.pdf?sequence=1&isAllowed=y	Hernández, Jean, 2013
Modelo asociativo para el mejoramiento de la competitividad de la pequeña y mediana empresa .	Modelo asociativo para el mejoramiento de la competitividad de la pequeña y mediana empresa . *Cayapa*, 99-113	Tarquino, Barreto, Garcia, Martin, 2015
Asociatividad como estrategia de desarrollo para la exportación	http://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/1309/BC-TES-TMP-142.pdf?sequence=1&isAllowed=y	Tavara, Bruno, Monja, Karla, 2017.
Asociatividad como estrategia empresarial	http://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/1309/BC-TES-TMP-142.pdf?sequence=1&isAllowed=y	Lozano, Álvaro, 2015
Modelo de gestión empresarial asociativo para PROACHIRKO, comunidad de Huanangui, Perú	Industrial Data, vol. 18, núm. 2, julio-diciembre, 2015, pp. 14-19 Universidad Nacional Mayor de San Marcos Lima, Perú	Eduardo Buse Thorne, Mario Chong Chong, Juan Carlos Mathews Salazar, 2015

Tabla 9. *Levantamiento de información*

Luego de haber realizado el levantamiento de información se detalla en la tabla N 10. Las bases de consulta.

DETALLE	Numero	Autores
Libros impresos		
Revistas Científicas	3	Miguel Ángel Enríquez, Karina Montenegro, 2020 Tarquino, Barreto, Garcia, Martin, 2015 Eduardo Buse Thorne, Mario Chong Chong, Juan Carlos Mathews Salazar, 2015
Tesis	6	Grandinetti, Antonella, 2016 Castillo, Gabriel, 2015 Hernández, Jean, 2013 Tavara, Bruno, Monja, Karla, 2017. Lozano, Álvaro, 2015
Libros digitales		
total	10	30

Tabla 10. *Bases de información*

4.1 Identificación y segmentación el mercado

El té es una bebida consumida nivel mundial que apareció en el siglo VIII como bebida tradicional de relajación por los monjes y misioneros, en la actualidad el consumo es más por un tema de salud ya que no contiene cafeína, el país con mayor consumo a nivel mundial es China.

El ecuador tiene plantaciones y empresas que realizan el proceso para la obtención de te listo para realizarse en infusiones, las empresas conocidas son es te Sangay y te don Jorge en la región amazónica, mientras que en la región sierra la más reconocida es la empresa Jambi kiwa.

En la provincia de Pastaza el 78% de la población consume te por tema de salud y en la mayoría son hombres con el 57%, él té vede Don Jorge es aceptado por las persona ya que es considerado saludable, exótico e incluso un reductor de peso.

Actualmente la competencia en el mercado es muy difícil, incluso por la crisis económica que está pasando el país, las empresas pequeñas son las que más problemas llegan a tener en su crecimiento empresarial ya que al competir con una marca ya reconocida puede perder por las

diferentes formas de marketing que aplican las organizaciones ya reconocidas para no perder su nicho de mercado por esta razón se debe tener claro las metas empresariales y actuar con audacia e inteligencia para ser competitivos y alcanzar el éxito.

4.2. Propuesta del modelo de gestión asociativo

La propuesta del proyecto se basa en establecer un modelo de gestión asociativo en la empresa agroindustrial Don Jorge inicia con la elaboración de la marca y eslogan que es la tarjeta de presentación de igual manera tener clara la misión y la visión con el fin de saber a dónde vamos a encaminar la empresa y poder generar nuestro modelo de gestión asociativa con la aplicación de objetivo estratégico y una estructura asociativa organizada.

4.3. Definición de marca y eslogan

Tanto la marca como el eslogan se generan por el creador de empresa de té verde basado en un círculo familiar de acuerdo a lo establecido en la tabla 6.

Tabla 11. *Marca y eslogan comercial*

Marca	Slogan
La marca proviene de una historia familiar, en honor al nombre del fundador de la empresa, señor Jorge Aníbal Jiménez.	Se basa en el consumo de materias primas que brindan alternativas naturales a los consumidores, ofertando un sabor exótico que invita a los consumidores a elegir y a vivir de forma más saludable.

Fuente: (Reyes, A. 2020)

4.4. Propuesta general de planificación estratégico de la empresa "Don Jorge" en la elaboración y distribución

4.4.1. Objetivos estratégicos

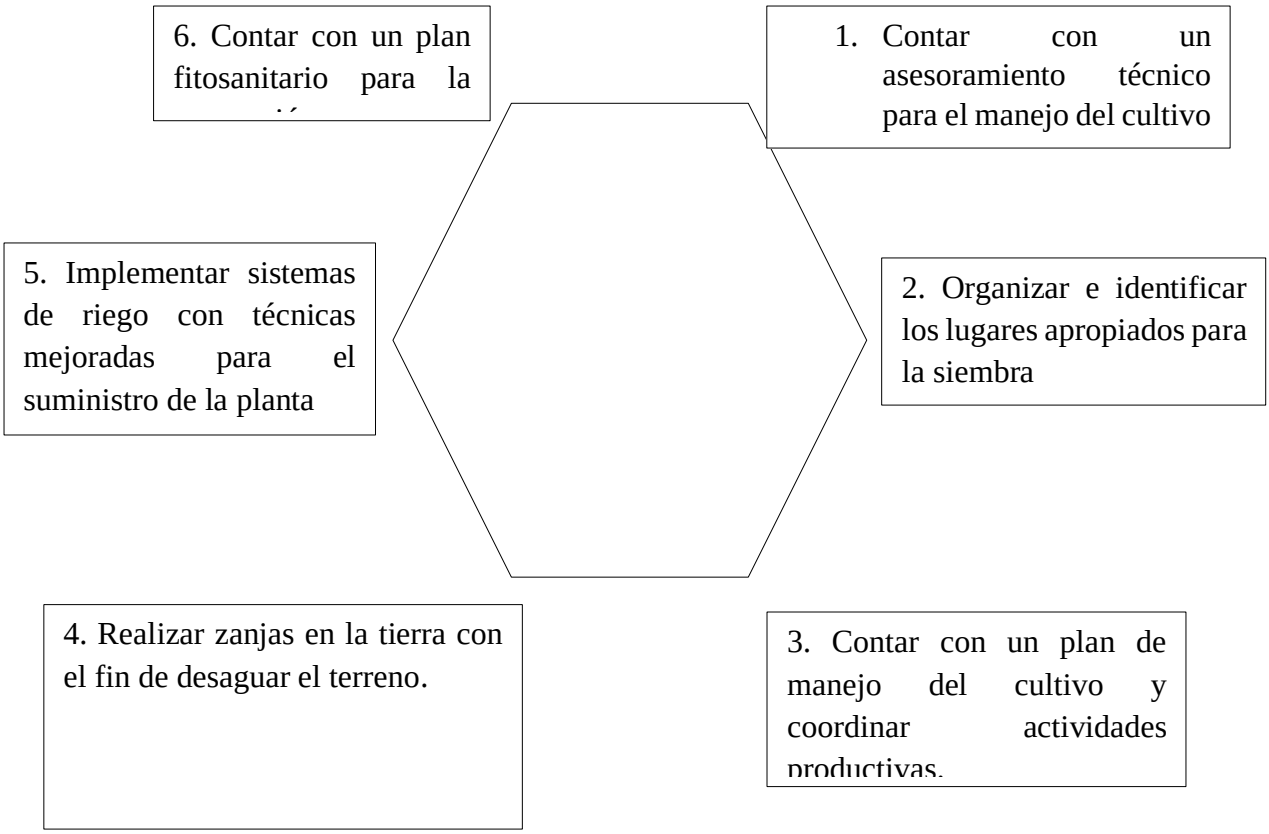
Tabla 12. *Matriz de objetivos estratégicos*

Valoración alta		Estrategias de ataque

Utilización de producto natural	1	Contar con un asesoramiento técnico para el manejo del cultivo
Terreno propio para la obtención de materia prima	2	Organizar e identificar los lugares apropiados para la siembra
Tendencia de consumo a productos naturales	3	Participar en ferias agroindustriales que permita posicionarse y lograr ser reconocido a nivel nacional e internacional
Clima favorable para el cultivo	4	Aprovechar la ubicación geográfica
Alto nivel de compromiso en la empresa familiar	5	Contar con un plan de manejo del cultivo y coordinar actividades productivas.
		Estrategias de defensa
Falta de manejo técnico	6	Asistencia técnica por parte de personal calificado
Crisis económica mundial	7	Buscar lazos comerciales para la exportación a futuro
Presencia de lluvia constante	8	Realizar zanjas en la tierra con el fin de desaguar el terreno
Sistema de riego inexistente	9	Implementar sistemas de riego con técnicas mejoradas para el suministro de la planta
Presencia de plagas	10	Contar con un plan fitosanitario para la prevención y eliminación de plagas

Fuente: (Reyes, A. 2020)

En el esquema 5 se presenta los objetivos estratégicos seleccionados mediante un cruce de información utilizando la matriz de defensa y ataque.



Esquema 6. Objetivos estratégicos seleccionados
Fuente: (Reyes, A. 2020)

Una vez establecida nuestra empresa, debemos plantear el planeamiento estratégico definido:

Misión

Somos una empresa dedicada a la elaboración de té verde y de agua embotellada buscando el beneficio del ser humano, distribuyendo un producto con los estándares más altos de calidad en el mercado y hacer una diferencia en nuestros clientes con productos y servicios de alto valor y mejorar su satisfacción al consumirlo.

Visión

Ser una empresa líder en la comercialización de aguas purificadas y té verde en diferentes presentaciones, generando confianza y reconocimiento a nivel regional y nacional dentro del mercado en un corto plazo y cumpliendo con todos los parámetros de calidad con una formación que se preocupe cada día por ofrecer el mejor servicio.

Valores

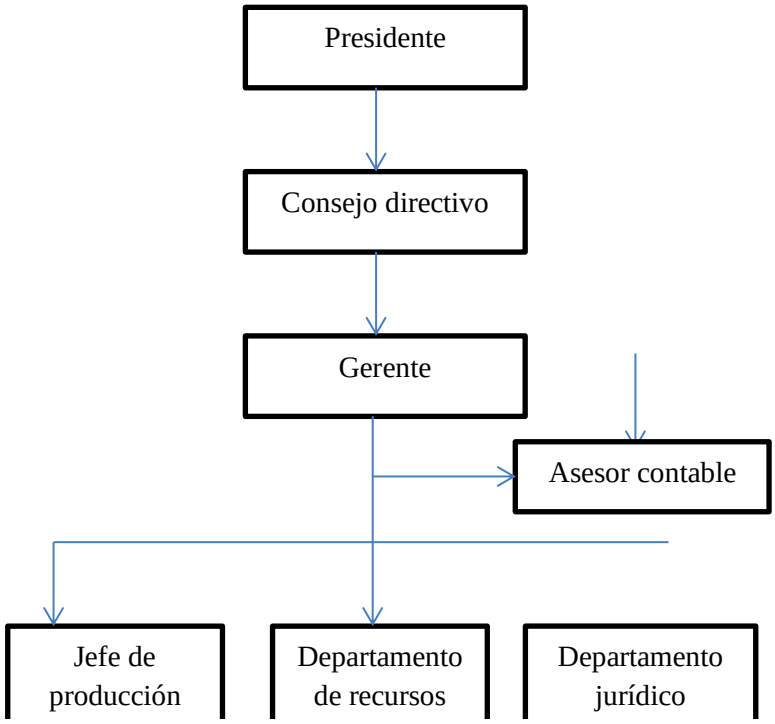
- Compromiso:
- Busca superarnos de forma rápida y de la mejor manera
- Dedicación: Entregar nuestro mayor esfuerzo y atención ala necesidades de cliente
- Responsabilidad: Nuestra etiqueta como empresa
- Autogestión: Buscamos oportunidades y supernos en equipo.

4.6. Objetivos de la empresa Don Jorge

- Impulsar la comercialización y el consumo de té verde y agua embotellada basándose en mejorar la calidad de la producción.
- Concientizar el uso racional de los recursos naturales.
- Capacitar al personal de forma constante con aspectos de gestión empresarial.

4.7. Organigrama propuesto

Se propone el siguiente organigrama para la empresa Don Jorge y consta de la siguiente manera:



Esquema 7. Organigrama de la empresa agroindustrial "Don Jorge"

Fuente: (Reyes, A. 2020)

4.8. Ejes estratégicos

De acuerdo a la aplicación del modelo propuesto se espera que en un lapso de tiempo razonable genere un cambio en el entorno de la producción y comercialización y su nivel productivo aumente positivamente con la aplicación de las diversas estrategias planteadas.

Tabla 13. *Descripción de ejes estratégicos*

EJES	PROGRAMAS	TEMATICA	PALABRAS CLAVE

Organización	Desarrollo de un modelo de gestión asociativa responsabilidad social apertura de mercados	Adaptación del modelo con una estructura flexible tener Compromiso al momento de obtener la materia prima Importancia de crear nuevos acuerdos comerciales	Organización Compromiso líneas de mercado
Producto	Diseño el producto	desarrollo y competitividad del producto	desarrollo , innovación, saludable
Socios	Capital y conocimiento	personal capacitado para el manejo administrativo y operativo	profesional talento trabajo
Cooperación	Interna y externa Viabilidad	interacción con otros socios Oportunidad de dialogo abierto entre los administrativos y socios	acuerdos comerciales talleres grupos de trabajo Participación del personal en ferias sobre producción y mercadeo

Fuente: (Reyes, A. 2020)

La matriz productiva es importante en la estructura del Ecuador por esta razón en la actualidad el fortalecer los sectores productivos es de gran importancia para así poder generar ventajas competitiva, la incorporación de la agroindustria como es la afiliación de conocimientos científicos y tecnológicos en un procedimiento al realizar un producto

alimenticio es apoyar al desarrollo de los sectores agrarios ya que nos permite la generación de un valor agregado a un alimento, en este caso la producción de té verde que es un recursos renovable y saludable impulsando así la producción sostenible y la creación de procesos asociativos en el cual se apoya a los emprendimientos en un sistema justo y equitativo .

Las alternativas de las cadenas asociativas requieren un entorno de confianza ya que son encargadas de ofrecer un producto o un servicio a un consumidor, este es un proceso clave dentro de la red de negocios ya que deben cumplir con las expectativas y los compromisos de mismo.

El desarrollo del proyecto es asumido por la empresa "Don Jorge" el cual tiene el compromiso de cumplir con los objetivos planteados por lo cual se promoverá la participación de actividades asociativas obteniendo así los beneficios desde la cosecha hasta la comercialización del producto.

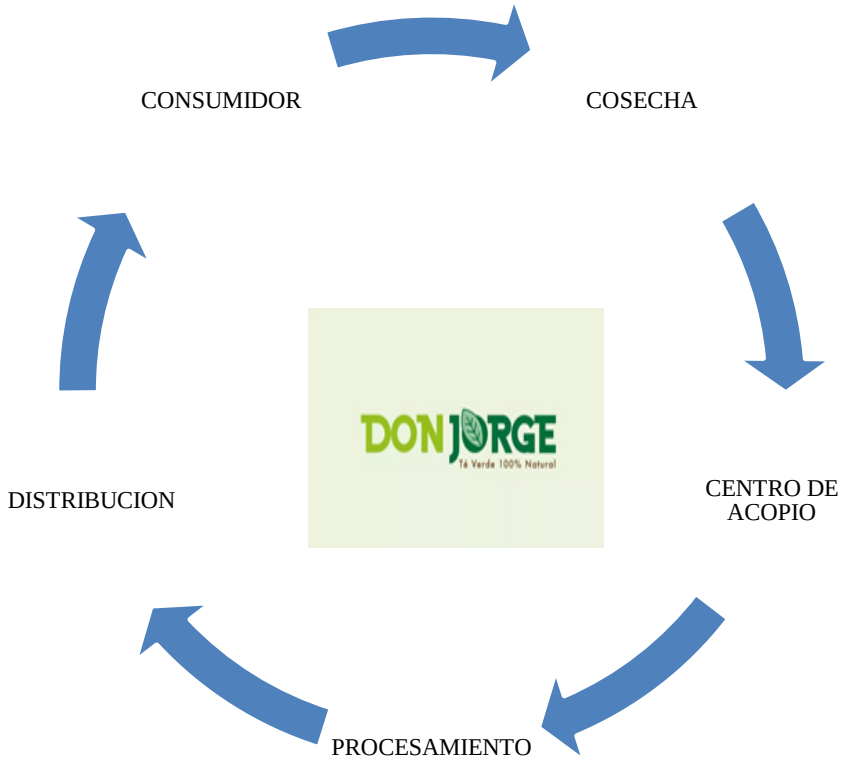


Ilustración 1. Cadena productiva del té verde
Elaboración: Propia

4.14. Practicas principales del modelo de gestión de la Empresa Don Jorge

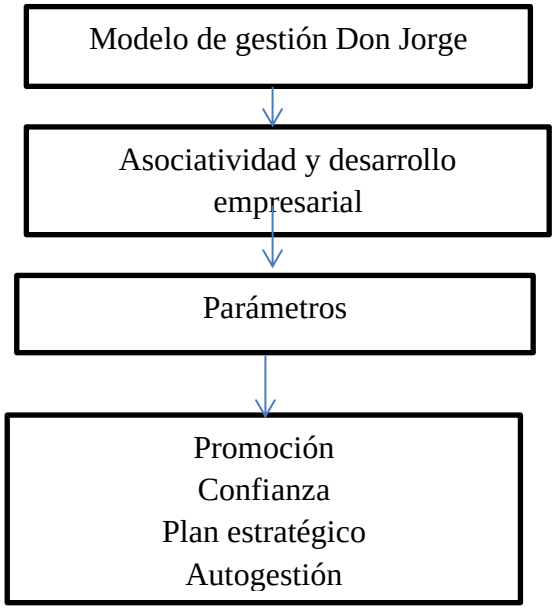


Esquema 8. Prácticas principales de un modelo de gestión de la empresa Don Jorge

Fuente: (Reyes, A. 2020)

4.10. Estructura del Modelo de Gestión de Don Jorge

La empresa Don Jorge contara con modelo de gestión empresarial que ayudara a la toma decisiones. El modelo de gestión se basa en dos pilares fundamentales como es la asociatividad y el desarrollo empresarial con parámetros que mejora su eficiencia tales como: promoción, confianza, plan estratégico y la autogestión



Esquema 9. Modelo de gestión

Fuente: (Reyes, A. 2020)

4.11. Elementos que constituyen el modelo

4.11.1. Asociatividad: es considerado un trabajo colectivo social. La unión de diferentes organizaciones con un propósito que no pueden cumplir individualmente con desarrollo de principios y valores como confianza y compromiso**.**

4.11.2. Desarrollo empresarial: Es la ejecución de las funciones administrativas logrando ser eficiente en el desarrollo empresarial. En este proceso intervienen diferentes variables tales como sociales, psicológicas y económicas, lo que busca es lograr tener una vida empresarial exitosa. Varela y Bedoya, (2006).

4.12. Estructura operacional del modelo

La estructura del modelo asociativo consta de cinco fases importantes

Tabla 14. *Estructura de un modelo asociativo*

Fases	Concepto	Pasos
Promoción	Son los beneficios que tiene la organización entre los socios.	1.-Promoción de ideas 2.-Identificación de los diferentes socios 3.-Evaluar los principales factores que están ligados a la asociatividad 4.- Selección de personal para el trabajo
Confianza	Es un factor importante para la realización de actividades dentro de la organización por parte de los socios	1.- Reuniones entre los socios 2.- Evaluación de un diagnóstico de la empresa 3.- Instauración de un contrato con términos de negociación dentro de la asociación
Plan estratégico	Se enmarca en un proceso de cooperación asociativa esto depended de los objetivos la constitución jurídica de corporación interna	1.- Tomar en cuenta los ajustes empresariales 2.- Desarrollar las bases el diseño del proyecto 3.- Realizar o iniciar las actividades

Autogestión	Realizar y consolidar las mismas bases de auto realizarse.	1.- Designar un representante 2.- Iniciar las bases del proyecto 3.- Seguimiento de las actividades

Fuente: (Reyes, A. 2020)

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- El levantamiento de información del modelo de gestión asociativo se lo realizo con ayuda fuentes bibliográficas confiables las cuales nos ayudan a concluir que el modelo de gestión asociativo es considerado una herramienta para el mejoramiento de una estructura empresarial estratégica, que ayudara al cumplimiento de los objetivos propuestos por la empresa Don Jorge y lograr tener éxito a largo plazo.
- El té ha causado un impacto positivo frente a la sociedad ya que es una bebida muy consumida a nivel mundial y su principal razón de beberla es por salud. La provincia de Pastaza cuenta con el 78% de la población que consume infusión de hierbas aromáticas con mayor preferencia el sexo masculino con un 53% por encima del sexo femenino con el 47%, el té es consumida por los atributos y beneficios que posee. Se pudo observar que los principales competidores de té en la amazonia es él te Sangay aun así la empresa Don Jorge es aceptado en el mercado al ofrecer un producto exótico como es el té verde que es considerada una bebida saludable y se encuentra en un puesto que puede y tiene todas las herramientas para competir con otras marcas dedicadas a la elaboración de te
- Al aplicar el modelo asociativo en la empresa agroindustrial "don Jorge" ofrece una mayor organización sobre la estructura interna y la cadena productiva, ayudando hacer más eficaz al momento de la toma de decisiones. El modelo se basa en dos pilares fundamentales como es la asociatividad y el desarrollo empresarial con estrategias claves para el crecimiento de la organización y el cumplimiento de objetivos comunes, así como también para desarrollar las actividades establecidas de la empresa.

Recomendaciones

- Promover una actitud más empresarial que se adapte a los temas de asociatividad en la actualidad.
- Fortalecer la gestión empresarial con el fin de optimizar la cadena productiva eliminando lo que es el intermediario y tener una línea de producción directa quiere decir productor-consumidor.
- Se recomienda que para lograr el fortalecimiento empresarial se debe aplicar herramientas como las capacitaciones con temas de interés, que fortalezcan las técnicas ya sea en el cultivo como en el proceso de transformación, mejorando así su producción, comercialización y competitividad.

Referencia Bibliografíca

Arnaut, & Iberbrokers. (2016). Modelo plan de negocio. *IQNet*, 1-20.

Borras, F., & Campos, L. (2015). Gestión de intangibles propuesta para la medicion de eficiencia de las empresas cubanas. *Economia y desarrollo*, 1-10.

Cabo, J., Fuente, E., & Verdejo, M. (2015). Modelos de estudios en investigación aplicada: conceptos y criterios para el diseño. *Medicina y Seguridad de trabajo* , 1-5.

Castillo, G. (2015). *Propuesta del sistema de calidad total .* Obtenido de https://core.ac.uk/download/pdf/250076909.pdf

Chang, C., & Arias, J. (2015). *PRODUCCIÓN DE TÉ NEGRO COMO UNA NUEVA ALTERNATIVA DE EXPORTACIÓN.* Obtenido de https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/3811/4/8249.pdf

Chavez, R. (2018). *Factores estrategico que influyen en el desarrolo del proceso asociativo o empresarial.* Obtenido de file:///C:/Users/Usuario/Downloads/TESIS_DOCTORADO_ADMINISTRACION_RODOLFO%20MARCIAL%20CHAVEZ%20GALLO.pdf

Cobos, L., & Magdalena, G. (2017). *Determinacion del contenido de cafeina* . Obtenido de http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/12183/1/T-UCE-0004-30-2017.pdf

Coro, L., & Loez, E. (2015). *Proyecto de factibilidad para la produccion y comercializacion* . Obtenido de https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5562/1/UPS-CT002782.pdf

Correa, J., Ramirez, L., & Castaño, E. (2009). Modelo de gestion financiera integral para MIPYMES en Colombia. Colombia : Contaduria Universidad de Antioquia.

Dazul, M. (2016). *Diseño no- experimental* . Obtenido de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES38.pdf

Enriquez, M., & Pérez, M. (2020). Perspectiva de consumo y marketing miz para una infusión de ortiga con naranja en Pastaza. *ECA Sinergia*, 5-10.

Eslava, J. (2003). *Analisi economico financiero.* Madrid: ESIC.

Grandinetti, A. (2016). *Origen del Te.* Obtenido de https://www.infusionismo.com/articulos/origen-del-te

Guerrero, D. (2019). *Propuesta asociativa para mejorar la gestion y competitividad de los productores.*

Hernandez, J. (2013). *Modelo de gestion empresarial segun nuevas tendencias .* Obtenido de https://helvia.uco.es/bitstream/handle/10396/10762/2013000000806.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hernandez, J. (2015). *Modelo de gestion empresarial .* Obtenido de https://helvia.uco.es/bitstream/handle/10396/10762/2013000000806.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hernandez, S. (2014). *Metodologia de la investigación.* Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

INAPI. (2015). *Marca comercial .* Obtenido de https://www.inapi.cl/portal/institucional/600/w3-article-797.html

Lozano, A. (2015). *Asociatividad como estrategia empresarial.* Obtenido de http://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/1309/BC-TES-TMP-142.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Lozano, C., & Zambrano, A. (2018). *Aplicacion de instrumentos de gestion como contribucion ala mejora productiva .* Obtenido de http://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/825/1/TAE127.pdf

Mazon, S. (2015). *La gestion administrativa y la satisfaccion del cliente de la empresa de insumos agricolas .* Obtenido de https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6948/1/tesis-007%20%20%20Gesti%C3%B3n%20de%20Empresas%20Agr%C3%ADcolas%20y%20manejo%20de%20poscosecha%20-CD%20219.pdf

Mosqueda, M. (2015). *Diseño de un modelo asociatividad*. Obtenido de https://www.monografias.com/trabajos91/diseno-modelo-asociatividad/diseno-modelo-asociatividad3.shtml

Naula, M. (2016). *Aplicación de la técnica de deshidratación en hierba.* Obtenido de https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/25901/1/Monograf%C3%ADa.pdf

Patricio, N., & Gonzales, N. (2015). *Investigaion cualitativa*. Obtenido de http://repositorio.minedu.gob.pe/handle/123456789/4641

Ramirez, C. (2015). Propuesta de un modelo de gestion para los agronegocios. *ECO*, 35-36.

Ramirez, J. (2016). Region Amazonica . *Amazonia Posible y Sotenible* , 1-14.

Rudas, L. (2017). *Modelo de riesgos para proyectos de desarrollo tecnologico*. Obtenido de https://ciateq.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1020/86/1/RudasTayoLeidyP%20MDGPI%202017.pdf

Sarmiento, G. (2015). *Analisis de los intangibles como recursos estrategicos .* Obtenido de https://hera.ugr.es/tesisugr/20014740.pdf

Soto, M., Balvin, I., & Cano, O. (2015). *Direccionamiento estrategico de la gestión del talento humano*. Obtenido de https://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/220/Direccionamiento%20estrat%C3%A9gico%20desde%20la%20gesti%C3%B3n%20del%20talento%20humano%20para%20la%20empresa%20CediMed.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Tarquino, B., & Garcia, M. (2005). Modelo asociativo para el mejoramiento de la competitividad de la pequeña y mediana empresa . *Cayapa*, 99-113.

Tavara, B., & Monja, K. (2017). *Asociatividad como estrategia de desarrollo para la exportacion.* Obtenido de http://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/1309/BC-TES-TMP-142.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Torres, J. (2016). *Modelo de gestion asociativo para os productores de yuc de la parroquia San Jacinto.* Obtenido de http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/4939/1/T1918-MBA-Torres-Modelo.pdf

Varela, R., & Bedoya, A. (2006). Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias. En *Estudios gerenciales* (págs. 21-47). Colombia: ICESI.

Villafane, J. (2005). Gestion de los intangibles empresariales. *Comunicacao e sociedade*, 101-113.

Anexos



Anexo 1 Hoja de té verde



Anexo 2 Marchitado de la hoja de **té**



Anexo 3 Envase secundario del té



Anexo 4 Envase primario del té