



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

“Actuación de las cooperativas en el contexto del modelo de desarrollo productivo. Caso Innolac”

**Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciada en
Administración de Empresas**

Autor:

Cayapa Ikiam Gilma Ibelia

Tutor:

Ing. Com. Martha Lucía Romero Flores Mgs.

Riobamba, Ecuador. 2023

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Gilma Ibelia Cayapa Ikiam, con cédula de ciudadanía 140116815-6, autora del trabajo de investigación titulado: **Actuación de las cooperativas en el contexto del modelo de desarrollo productivo. Caso Innolac**, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mi exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, a los 20 del mes de marzo 2023.



Gilma Ibelia Cayapa Ikiam

C.I: 140116815-6

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Martha Romero Flores catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: **Actuación de las cooperativas en el contexto del modelo de desarrollo productivo. Caso Innolac**, bajo la autoría de Gilma Ibelia Cayapa Ikiam; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 20 días del mes de marzo del 2023



Firmado electrónicamente por:
MARTHA LUCIA ROMERO
FLORES

Ing. Com. Martha Romero Flores Mgs.
C.I: 0301022505

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación **Actuación de las cooperativas en el contexto del modelo de desarrollo productivo. Caso Innolac**, presentado por Gilma Ibelia Cayapa Ikiam, con cédula de identidad número 140116815-6, bajo la tutoría de Mgs. Martha Lucía Romero Flores; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba a los 11 días del mes de mayo de 2023.

Presidente del Tribunal de Grado

PhD. René Abdón Basantes Avalos



Firma

Miembro del Tribunal de Grado

Mgs. Rosalina Ivonne Balanzategui Garcia



Firma

Miembro del Tribunal de Grado

Mgs. Cecilia Cristina Mendoza Bazantes



Firma



CERTIFICACIÓN

Que, **Cayapa Ikiam Gilma Ibelia** con CC: 140116815-6, estudiante de la Carrera **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado **“Actuación de las cooperativas en el contexto del modelo de desarrollo productivo. Caso Innolac”**, cumple con el 12 %, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio URKUND, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 27 de ABRIL de 2023



Firmado Electrónicamente por:
**MARTHA LUCIA ROMERO
FLORES**

Ing. Com. Martha Romero Flores Mgs.
TUTORA

DEDICATORIA

Esta investigación es dedicada a mi padre bueno “Dios”, que me ha dado la fuerza y perseverancia para alcanzar mi sueño y no desfallecer para culminar mi carrera profesional.

A mis padres terrenales por darme la vida y apoyarme de manera incondicional, aún a pesar de los desafíos de la vida gracias por ser parte de mi vida. Dios les otorgue una larga vida y me los bendiga siempre.

A mis padres espirituales P. Servio Rojas y P. Enrique Lima por brindarme su apoyo incondicional, Dios me los envió como ángeles en mi vida.

Cayapa Ikiam Gilma Ibelia

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por brindarme la sabiduría y la fuerza necesaria para terminar mis estudios profesionales.

A mi familia por apoyarme en este trayecto profesional. Gracias por su cariño y sus consejos me han permitido cumplir con mi sueño y brindarme su apoyo incondicional en esta formación profesional.

A mi tutor Mgs. Martha Romero por su tiempo, enseñanzas y conocimiento, los cuales han sido fundamentales para terminar el trabajo de tesis y obtener el título universitario.

A todas las personas bonitas que he encontrado en el camino gracias por esas palabras de aliento que me ayudaron a seguir en mi vida profesional

Cayapa Ikiam Gilma Ibelia

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	
DECLARATORIA DE AUTORÍA	
DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR	
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNA	
CERTIFICADO ANTIPLAGIO	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
ÍNDICE GENERAL	
ÍNDICE DE CUADROS	
ÍNDICE DE FIGURAS	
RESUMEN	
ABSTRACT	
CAPÍTULO I.....	18
INTRODUCCION.....	18
1.1 Problema.....	19
1.1.1 Planteamiento del problema	19
1.1.2 Formulación del problema.....	20
1.1.3 Justificación	20
1.2 Objetivos.....	21
1.2.1 Objetivo general.....	21
1.2.2 Objetivos específicos.....	21
1.3 Hipótesis	21
1.3.1 Variables independiente y dependiente.....	21
CAPÍTULO II.....	22
MARCO TEÓRICO.....	22
2.1 Antecedentes.....	22
2.2 Fundamento teórico	23
2.3 Actuación de las cooperativas	24
2.3.1 Conceptualización de cooperativa	25
2.3.2 ¿Qué se entiende por cooperativa competitiva?	25
2.3.3 Cooperativas y la seguridad social	25

2.3.4 Tipos de Cooperativas	26
2.3.5 Valores y Principios cooperativos	28
2.3.6 La cooperativa y su participación libre democrática.	28
2.4 Modelo de desarrollo Productivo.....	29
2.4.1 Desarrollo Productivo.....	29
2.4.2 Teoría de desarrollo Endógeno	30
2.4.3 La innovación en los sistemas productivos locales	30
2.4.4 Redes, cooperación y confianza. El capital social como mecanismo de regulación.....	31
2.4.5 Medidas de políticas económica local.	32
CAPÍTULO III	33
METODOLOGÍA.....	33
3.1 Tipo de Investigación	33
3.1.2 Investigación Descriptiva	33
3.2 Diseño de Investigación.....	33
3.2.2 Investigación no experimental.....	33
3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de Datos.	33
3.3.1 Técnica	33
3.3.2 Instrumento	34
3.4 Población de estudio y tamaño de muestra.....	34
3.4.1 Población	34
3.4.2 Muestra	34
3.5 Hipótesis	35
3.6 Métodos de análisis y procesamiento de datos	35
3.6.1 Método	35
3.6.2 Procesamiento de datos.....	36
CAPÍTULO IV	37
GENERALIDADES DE LA EMPRESA. CASO “INNOLAC”	37
4.1 Nombre de la empresa	37
4.2 Reseña histórica	37
4.3 Tamaño y Localización de la empresa.....	37
4.4 Misión.....	38
4.5 Visión.....	38

4.6 Ventaja competitiva	38
4.7 Alianzas estratégicas.....	39
4.8 Procesos de comercialización	39
4.9 Canales de comercialización en la distribución.....	39
CAPÍTULO V	40
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	40
5.1 Análisis de resultados	40
5.1.1 Valoración general de la encuesta.	40
5.2 Discusión	57
5.5 Comprobación de hipótesis.....	60
5.5.1 Hipótesis	60
5.5.2 Cálculo del Chi ² para valorar la asociación entre ambas variables.	60
5.5.3 Cálculo del ANOVA para valorar la asociación entre ambas variables.	61
CAPÍTULO VI.....	63
CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES	63
6.1 Conclusiones.....	63
6.2 Recomendaciones	64
CAPÍTULO VII.....	65
PROPUESTA	65
7.1 Presentación.....	65
7.2 Objetivos de la propuesta.....	66
7.2.1 Objetivo general.....	66
7.2.2 Objetivos específicos	66
7.3 Generalidades de la empresa	67
7.3.1 Datos generales de la empresa	67
7.3.2 Misión	67
7.3.3 Visión	67
7.3.4 Análisis FODA	67
7.3.5 Matriz de impacto de ocurrencia “Innolac”	68
7.3.6 Políticas de la empresa Innolac.....	69
7.3.7 Meta de la empresa Innolac	69
7.4 Plan estratégico.....	69
7.4.1 Plan estratégico – Distribución.....	70

7.4.2 Plan estratégico – Venta	71
7.4.3 Plan estratégico – Comunicación.....	71
7.4.4 Plan estratégico – Responsabilidad social	72
7.5 Presupuesto del plan estratégico	73
7.6 Cronograma de implementación.....	74
BIBLIOGRAFÍA	75
ANEXOS	78
Anexo 1: Ubicación de la empresa Innolac- San Juan	38
Anexo 2: Encuesta sobre cómo la actuación de las cooperativas influye al desarrollo productivo. Caso Innolac.....	78
Anexo: 3 Operacionalización de las variables.....	83
Anexo 4: Evidencias de visita a la empresa “Innolac”.....	85
Empresa Innolac y el Administrador Leonardo Aty.....	85
Recolección de leche	85
Anotación de litros recibido de cada proveedor.	86
El cernido de la leche.....	87
Cocción de la leche.....	87
Moldes para dar forma al queso	88
Maduración del queso.....	88
Almacenamiento del queso 500g y 700g.....	89
Visita final	89

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro1. Relaciones entre valores y principios fundamentales de la cooperación.	28
Cuadro2. Tamaño poblacional en la asociación “Ñukanchik Ñan”, empresa “INNOLAC”.....	34
Cuadro3. Valoración de los parámetros según ítem 1.1 para la variable cooperativas.....	40
Cuadro4. Valoración de los parámetros según ítem 1.2, para la variable cooperativas.	41
Cuadro5. Valoración de los parámetros según ítem 1.3, para la variable cooperativas.	42
Cuadro6. Valoración de los parámetros según ítem 1.4, para la variable cooperativas.	43
Cuadro7. Valoración de los parámetros según ítem 1.5, para la variable cooperativas.	44
Cuadro8. Valoración de los parámetros según ítem 1.6, para la variable cooperativas.	45
Cuadro9. Valoración de los parámetros según ítem 1.7, para variable cooperativas.	46
Cuadro10. Valoración de los parámetros según ítem 1.8, para la variable cooperativas. ...	47
Cuadro11. Valoración de los parámetros según ítem 1.9, para la variable cooperativas. ...	48
Cuadro12. Valoración de los parámetros según ítem 2.1, para la variable desarrollo productivo.	49
Cuadro13. Valoración de los parámetros según ítem 2.2, para la variable desarrollo productivo.	50
Cuadro14. Valoración de los parámetros según ítem 2.3, para la variable desarrollo productivo.	51
Cuadro15. Valoración de los parámetros según ítem 2.4, para la variable desarrollo productivo.	52
Cuadro16. Valoración de los parámetros según ítem 2.5, para la variable desarrollo productivo.	53
Cuadro17. Valoración de los parámetros según ítem 2.6, para la variable desarrollo productivo.	54
Cuadro18. Valoración de los parámetros según ítem 2.7, para la variable desarrollo productivo.	55
Cuadro19. Valoración de los parámetros según ítem 2.8, para la variable desarrollo productivo.	56
Cuadro20. Estadístico de fiabilidad según escala para las variables: Cooperativas y Desarrollo Productivo.....	58
Cuadro21. Cuadro cruzado 23.X*7.Y	59
Cuadro22. Valores de significación alcanzados según el estadístico de chi ² para las variables cooperativas y desarrollo productivo.	60

Cuadro23. Valores de significación alcanzados según el estadístico de resumen del modelo para las variables cooperativas y desarrollo productivo.....	61
Cuadro24. Valores de significación según el estadístico de Anova para las variables cooperativas y desarrollo productivo.....	62
Cuadro25. Cuadro explicativo de clientes.....	66
Cuadro26. Análisis FODA “Innolac”.....	67
Cuadro27. Matriz de ocurrencia impacto de ocurrencia.	68
Cuadro28. Estrategia 1 Desarrollo de nuevos mercados.....	70
Cuadro29. Estrategia 2 Impulsadores de la marca.	71
Cuadro30. Estrategia 3 Creación de la página de Instagram.....	71
Cuadro31. Estrategia 4 La empresa y el impacto ambiental.	72
Cuadro32. Presupuesto de la propuesta.....	73
Cuadro33. Cronograma de actividades	74
Cuadro34. Variable independiente: Cooperativas.....	83
Cuadro35. Variable dependiente: Desarrollo Productivo.....	84

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	41
Porcentajes alcanzados según la valoración del ítem 1.1, para la variable cooperativas.	
Figura 2.	42
Porcentajes alcanzados según la valoración del ítem 1.2, para la variable cooperativas.	
Figura 3.	43
Porcentajes alcanzados según la valoración del ítem 1.3, para la variable cooperativas.	
Figura 4.	44
Porcentajes alcanzados según la valoración del ítem 1.4, para la variable cooperativas.	
Figura 5.	45
Porcentajes alcanzados según la valoración del ítem 1.5, para la variable cooperativas.	
Figura 6.	46
Porcentajes alcanzados según la valoración del ítem 1.6, para la variable cooperativas.	
Figura 7.	47
Porcentajes alcanzados según la valoración del ítem 1.7, para la variable cooperativas.	
Figura 8.	48
Porcentajes alcanzados según la valoración del ítem 1.8, para la variable cooperativas.	
Figura 9.	49
Porcentajes alcanzados según la valoración del ítem 1.9, para la variable cooperativas.	
Figura 10.	50
Porcentajes alcanzados según la valoración del ítem 2.1, para la variable desarrollo productivo.	
Figura 11.	51
Porcentajes alcanzados según la valoración del ítem 2.2, para la variable desarrollo productivo.	
Figura 12.	52
Porcentajes alcanzados según la valoración del ítem 2.3, para la variable desarrollo productivo.	
Figura 13.	53
Porcentajes alcanzados según la valoración del ítem 2.4, para la variable desarrollo productivo.	
Figura 14.	54

Porcentajes alcanzados según la valoración del ítem 2.5, para la variable desarrollo productivo.

Figura 15. 55

Porcentajes alcanzados según la valoración del ítem 2.6, para la variable desarrollo productivo.

Figura 16. 56

Porcentajes alcanzados según la valoración del ítem 2.7, para la variable desarrollo productivo.

Figura 17. 57

Porcentajes alcanzados según la valoración del ítem 2.8, para la variable desarrollo productivo.

Figura 18. Figura 24. Plan estratégico propuesta. 70

RESUMEN

El desarrollo productivo en la actualidad está sujeto a situaciones de cambio constante, en el cual la innovación merece especial atención en las pymes u organizaciones; la situación económica limita la actuación con capital propio por lo que para iniciar un negocio se requiere acudir a un crédito bancario, actuando de manera directa las cooperativas como entidad financiera de apoyo a la inversión en una comunidad, que promueva el desarrollo de dicho sector siendo parte de la cadena productiva, en donde se benefician todos los participantes. La presente investigación tiene como objetivo determinar la influencia de la actuación de las cooperativas y su aporte al desarrollo productivo. Caso “Innolac” en la parroquia San Juan de la comunidad Chimborazo, se trata de una investigación descriptiva, utiliza el método hipotético-deductivo con diseño no experimental. Se utilizó la encuesta como instrumento para la recolección de datos, estructurado con 23 preguntas; aplicado a los 12 socios de la organización Ñukanchik Ñan de la empresa “Innolac”.

En base a los resultados se infiere que la empresa “Innolac” necesita la actuación de diversas cooperativas orientadas al desarrollo productivo que permitan tener una interacción con la comunidad y fomentar la productividad y el desarrollo sostenido, por lo cual se plantea una propuesta con diversas estrategias, detallando las actividades a realizarse en cada una de ellas con la finalidad de fortalecer la comercialización de los quesos que la empresa oferta y tener mejor rentabilidad y estabilidad empresarial.

Palabras claves: Cooperativas, Desarrollo Productivo, “Innolac”, Plan estratégico

ABSTRACT

Productive development today is subject to situations of constant change, in which innovation deserves special attention in SMEs or organizations; the economic situation limits the performance with own capital so that to start a business one is required to resort to a bank loan, acting directly the cooperatives as a financial entity to support investment in a community, which promotes the development of this sector being part of the productive chain, where all participants benefit. This investigation aims to determine the influence of the performance of cooperatives and their contribution to productive development. The "Innolac" case in the San Juan parish of the Chimborazo community is a descriptive investigation, using the hypothetical-deductive method with a non-experimental design. The survey was used as an instrument for data collection, structured with 23 questions; applied to the 12 partners of the Ñukanchik Ñan organization of the company "Innolac".

Based on the results, it is inferred that the company "Innolac" needs the performance of various cooperatives oriented to productive development that allow interaction with the community and promote productivity and sustained development, so a proposal is proposed with various strategies, detailing the activities to be carried out in each of them to strengthen the marketing of cheese that the company offers and have better profitability and business stability.

Keywords: Cooperatives, Productive Development, "Innolac", Strategic Plan.

Reviewed by:



Firmado electrónicamente por:
**ANDREA
CRISTINA
RIVERA PUGLLA**

Lic. Andrea Rivera
ENGLISH PROFESSOR
C.C 0604464008

CAPÍTULO I

INTRODUCCION

El desarrollo productivo se manifiesta como el perfeccionamiento y fortalecimiento de la producción, la generación de propuestas de innovación a nivel local y sectorial. Maridueña, (2014), menciona que es necesario entender todo el conjunto de actividades que ayudan al crecimiento de las unidades productivas, desde el impulso del Estado a través de normas, reglamentos y políticas en beneficio de un desarrollo dinámico, hasta la asociación y cooperativismo que permiten la utilización de capacidades y potencialidades locales.

La presente investigación tiene como fin estudiar la actuación de los actores locales mediante un enfoque del desarrollo de modelo productivo, en la Parroquia San Juan de la Provincia de Chimborazo, para apoyar el cooperativismo a través de estrategias competitivas que permitan el crecimiento del sector productivo de la parroquia San Juan; facilitando a los productores la organización de sus actividades en el marco de la cadena productiva, la toma de decisiones adecuadas, una eficiente producción, incremento de la rentabilidad y posicionamiento de la empresa en la provincia y región.

El documento está dividido en siete capítulos. En el capítulo 1 se abordan cuestiones introductorias de la documentación que conlleva el planteamiento del problema, justificación, objetivos generales y específicos, hipótesis y variables. En el capítulo 2 se aborda la teoría que sustenta la investigación, se hace una breve recolección de antecedentes teóricos y su fundamentación de diferentes autores. También refiere a la actuación de las cooperativas respecto a la competitividad, y la seguridad social que involucra los valores y principios cooperativos con su participación libre democrática. El capítulo 3 se introducen la estructura metodológica a través de la conceptualización, parte del método hipotético-deductivo, es una investigación descriptiva de diseño no experimental, utiliza la encuesta como técnica e instrumento de recolección de datos; formulada por un banco de preguntas que más adelante ayuda a la recolección de información y análisis.

En el capítulo cuatro se establece las generalidades de la empresa caso Innolac, desde sus inicios de creación, tamaño, localización, visión, misión, objetivos para alcanzar la meta, así como su ubicación y estructura organizacional que permite comprender las ventajas competitivas que muestra la comercialización de sus productos y establecer precios competitivos en el mercado. El capítulo cinco se estima el resultado y discusión, mediante la aplicación de la encuesta se recopila información general de la empresa y de las dos variables de estudio como son: cooperativa y desarrollo productivo, mediante el análisis de las gráficas se observa según los niveles de producción y el nivel de rentabilidad del producto; y, el aporte benéfico de las entidades financieras frente a la comunidad y la empresa Innolac.

En el capítulo seis se exponen las conclusiones a las que se ha llegado sobre la actuación de las cooperativas entorno al desarrollo productivo, el aspecto más relevante refiere al acceso

al crédito financiero como ayuda para impulsar el desarrollo productivo de la comunidad y dinamizar la actividad económica. Finalmente se plantea una propuesta sobre el plan estratégico en las cooperativas para el desarrollo productivo de la empresa Innolac que ayuda a mejorar las estrategias de la empresa y los lineamientos de producción, según los canales de distribución.

Problema

1.1.1 Planteamiento del problema

La ley de la Economía Popular y Solidaria en el Ecuador del Art.1, expresa: “Se entiende por economía popular y solidaria a la forma de organización económica donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital” (LOEPS, 2011).

En este sentido respecto al comportamiento financiero, la insuficiencia del capital propio les obliga a trabajar a través del apoyo de las cooperativas que muchas veces les limita el acceso a créditos bancarios a las micro y pequeñas empresas por la exigencia de trámites y requisitos; el producto que comercializa la organización presenta un deficiente canal de distribución lo que provoca una comercialización limitada y, la consecuente generación de ingresos. De otra parte, la deficiente asociatividad y un débil sistema organizativo provoca que sus asociados no se tomen en serio las responsabilidades pertinentes lo que limita la operación al máximo de su capacidad, esto ha restringido el desarrollo dinámico en la comunidad de San Juan.

Todas estas deficiencias han provocado una falta de estrategias de competitividad, afectando notablemente al ámbito productivo, provocando pérdidas de recursos a los socios que pertenecen a la asociación y a los pequeños productores de la comunidad, quienes no logran recuperar su inversión afectando su rendimiento, esta problemática se ha visto presuntuosa mayormente por la emergencia sanitaria del COVID 19, desmotivando a los productores ya que el costo de producción se incrementó, con la consecuente disminución de ingresos. Otra condición negativa es la fidelización de clientes provocada por dificultades en el transporte de productos que ocasiona que estos no lleguen a tiempo y en buenas condiciones; afectando la consecución de la venta.

A pesar de estos inconvenientes los productores buscan la manera de permanecer en el mercado sin perder el valor nutritivo del queso fresco, pues se corre el riesgo de fracasar y de que la organización se cierre si continúa la baja productividad y las pérdidas económicas.

1.1.2 Formulación del problema

¿Cómo influye la actuación de las cooperativas en el modelo de desarrollo productivo? Caso “Innolac”

1.1.3 Justificación

Los emprendimientos surgen desde la oportunidad y por la necesidad ante la falta de trabajo, de los que han hecho eco en la sociedad con vida útil menos de cinco años y que ha propiciado un ambiente de trabajo tradicional a falta del apoyo del Estado con altos índices en la tasa de interés al recurrir por un préstamo bancario, resulta de especial interés conocer cuáles son los tipos de cooperativas que trabajan conjuntamente ante la creación de un emprendimiento exitoso, a partir de ahí, adoptar las medidas que permitan el desarrollo productivo local y regional, planteando lineamientos a la empresa Innolac que trabaja como una organización cooperativa y la deficiencia de su cadena productiva.

La presente investigación surge de la necesidad de estudiar la actuación de las cooperativas en la parroquia San Juan de la empresa Innolac, con el propósito de identificar la cantidad de actores en la parroquia que permite trabajar a través de una organización, y no les permite acceder a un préstamo para adquirir nuevos implementos de trabajo, tal como lo informan los propios socios, así como diseñar un plan estratégico en la organización, que sean adoptadas por la empresa y los socios ante este tipo de falencias competitivas. De otra parte, busca proporcionar información que será útil a toda la comunidad y a la empresa Innolac para mejorar el conocimiento sobre el alcance del problema en la organización y las formas de prevenirlo.

Debido a que no se cuenta con un estudio de mercado adecuado al momento de crear un emprendimiento familiar especialmente en comunidades por no poseer un capital propio, se encaminan a trabajar mediante organizaciones y plantear un plan estratégico de trabajo, es conveniente afianzar el conocimiento de “cooperativas”.

A través de esta investigación se contribuye a ampliar los datos y tener una amplia gama de la cadena productiva y las necesidades de intervención y analizar las posibles variantes según el tamaño de la empresa de adquirir un préstamo bancario y el nivel socioeconómico, de esta manera encaminar un desarrollo productivo en la comunidad.

El trabajo posee una metodológica definida, se podrían realizar futuras investigaciones que utilizaran metodologías compatibles, de manera que se posibilitarán análisis conjuntos entre cooperativas y desarrollo productivo de las intervenciones que se estuvieran llevando a cabo para mejorar los canales de distribución y la insuficiencia del capital propio, también del difícil trámite bancario para acceder a un préstamo. La investigación es viable, pues se dispone de los recursos necesarios para llevarla a cabo.

Objetivos

1.1.1 Objetivo general

Determinar la influencia de la actuación de las cooperativas y su aporte al desarrollo productivo. Caso “Innolac”

1.1.2 Objetivos específicos.

- Diagnosticar el enfoque de la entidad cooperativa con base a ejecución del desarrollo productivo de la empresa Innolac.
- Describir el aporte de las cooperativas según el enfoque teórico que sustente el desarrollo productivo.
- Diseñar un plan estratégico en la cooperativa para el desarrollo productivo de la empresa Innolac.

Hipótesis

La actuación de las cooperativas influye al desarrollo productivo. Caso Innolac.

1.1.3 Variables independiente y dependiente.

Variable Independiente

Cooperativas

Es una empresa de producción, con una participación libre democrática conformada por personas que tienen un mismo objetivo. La participación de cada socio es beneficioso por el trabajo incorporado al objetivo común (M. E. Fernández, 2006)

Variable Dependiente

Desarrollo productivo

Las políticas que los países de América Latina llevan adelante en cinco áreas decisivas del desarrollo productivo: fomento a la innovación; articulación entre empresas, principalmente pequeñas y medianas; desarrollo agropecuario; avances hacia las sociedades de la información y atracción de inversión extranjera directa. (Cimoli & Vereinte, 2007)

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO.

2.1 Antecedentes

Boscán y Sandra (2010). En su trabajo de investigación titulado, “Cooperativas: modelo socio-productivo para el desarrollo endógeno del sector plástico zuliano”, avalado por la Universidad del Zulia, plantea como objetivo de analizar las cooperativas como modelo socio-productivo para el avance e impulso del desarrollo endógeno en el sector plástico zuliano, según la autora la manufactura en el sector público es de gran relevancia para el país y para la región, destacando su importancia en utilizar derivados de petróleo como materias primas; con la inmensa variedad de productos que ofrece el mercado, de la misma manera generando empleos de forma directa e indirecta. El trabajo de investigación fue realizado con una metodología descriptiva, documental y de campo, también utilizando un diseño transversal, mediante una entrevista personal a dieciséis gerentes.

Este trabajo investigativo destaca que la cooperativa es un modelo socio-productivo que impulsa el modelo endógeno donde los principios fomentan una relación equilibrada entorno a comunidad, solidaridad, flexibilidad, conforme a la capacidad empresarial, facilitando un cambio tecnológico e insertando actividades a la cadena productiva, así como el cuidado del medio ambiente. También destacan puntos importantes que facilitan el desarrollo de estrategias para resaltar efectos favorables de las redes de acuerdo a los participantes como proveedores y distribuidores locales, lo cual contribuyen al desarrollo del sector.

Lara y Andrade (2019) en su estudio titulado, “Plan de negocios para la empresa de productos lácteos INNOLAC, parroquia San Juan, cantón Riobamba, año 2018”, realizado y avalado por la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Se propuso como objetivo crear un plan de negocio en la empresa “INNOLAC” de productos lácteos, con el fin de posicionar la marca y proponer estrategias de marketing mix, lo cual ayudaría a promover el consumo de leche y sus derivados. Según la autora, la importancia de crear un plan de negocio permite abarcar de manera amplia todo el aspecto de una organización, haciendo un análisis de la situación actual, enfocando los objetivos a los puntos crítico que no permite el crecimiento de la empresa y la rentabilidad esperada. El trabajo presenta una investigación cuali-cuantitativa, exploratoria y descriptiva, aplicando fichas de observación, entrevistas y encuestas a clientes potenciales, a 12 socios y al administrador.

Este trabajo investigativo pudo evidenciar que el potencial de mercado es óptimo como factor clave del posicionamiento y la decisión de compra, según la calidad del producto y el valor nutricional; otro aspecto relevante es que se toma en consideración las tiendas, los micros y supermercados para adquisición de dichos productos.

Ulcuango (2017) en su trabajo de investigación previo a su titulación de posgrado “Modelo de gestión para el área de producción de la microempresa de lácteos Produlutsa ubicado en la ciudad de Cayambe”, presentado en la Universidad Central Del Ecuador. El objetivo de la investigación es acoplarse, innovar y mejorar el sistema de producción tradicional a uno moderno, con el propósito de buscar un modelo de gestión integral, relacionado, coordinado, controlado que permita alcanzar la calidad, productividad y competitividad. Según la autora menciona que es importante obtener un enfoque sistemático de lo que está en la microempresa para verificar los costos.

La metodología implementada fue un estudio descriptivo, se procede a proponer el modelo, donde se inicia con el mapa de criterios, usos, procesos, procedimientos, requerimientos, planes, presupuestos que ayudan a determinar los costos, gastos, unidades producidas y precio de venta al público, mediante las entrevistas se ha recopilado información que contrasta la necesidad de proponer estrategias para la recolección, producción y comercialización de quesos.

Martínez (2016) según el título de su trabajo de investigación previo a la obtención del grado de magister en proyectos socio productivos “Comercialización de la producción lechera y las condiciones socioeconómicas de los lecheros minoristas de la comunidad de San Carlos, cantón Latacunga, parroquia Toacaso, En el Año 2015”, realizó la presentación de su trabajo en la Universidad Tecnológica Indoamérica, con el objetivo de estudiar la situación socioeconómica de los habitantes de la comunidad frente a la producción lechera, con el fin de mejorar las condiciones socioeconómicas e indagar posibles canales de comercialización y determinar los ámbitos de intervención favorable para los pequeños productores de leche.

En este contexto, la investigación sobre el sistema de cooperativas es un factor equilibrada entorno a la comunidad, que brinda flexibilidad, solidaridad y otorga un cambio radical al componente de sistemas de la tecnología e insertando diversas actividades con respecto a la cadena productiva. En relación al desarrollo productivo es fundamental brindar un producto de calidad que alcance el posicionamiento en el mercado y busca determinar mediante el estudio de la capacidad de emprendimiento en la región enmarcada a la Productividad de la leche y la gestión de calidad con la finalidad de mejorar sus ingresos económicos, poniendo un valor agregado a la producción lechera, buscando exponer aspectos más relevantes en la producción láctea dando como resultado el crecimiento de la producción y la sostenibilidad en el mercado. Esto nos lleva a fundamentar las variables del presente trabajo de investigación.

2.2 Fundamento teórico

Según el Consejo sectorial de la Producción (2018), el acceso al financiamiento es una problemática que se observa en tiempos venideros. Uno de los problemas que tiene la Pyme al acceder al financiamiento formal, es causado por los altos costos de crédito, onerosa

garantía, los riesgos que implica la actividad. Cerca del 40% de las PYMES no han logrado acceder a algún producto del sistema financiero formal y los principales destinos del crédito han sido para la compra de materia prima (72% de las empresas) y compras de bienes de capital (26%). Según Ruiz, (2021a), el sector productivo ha tenido diversas dificultades para obtener un financiamiento favorable. Referente a este tema, los propietarios de la empresa Innolac no cuentan con el historial crediticio favorable, a falta de ingresos fijos que garanticen el apalancamiento y por no contar con bienes inmuebles como garantías, por lo que no son sujetos de créditos; se vuelve importante conocer los tipos de créditos que demandan las entidades financieras privadas y públicas para así determinar las mejores alternativas de crédito que ofrecen en el sector de producción.

Es relevante realizar una investigación relacionada con la actuación de las cooperativas a las PYMES en el sector de producción; en tal virtud, el presente estudio tiene por finalidad determinar las actuaciones de diferentes cooperativas y de esta manera fomentar el desarrollo productivo en la Parroquia San Juan, utiliza como referencia la empresa Innolac. También buscar alternativas de financiamiento debido a que son organizaciones que demandan recursos financieros para sus procesos productivos y si una empresa crece de la misma manera generan fuentes de empleos. En este sentido, será necesario determinar cuáles son los factores cuantitativos (Número de cooperativas, Valores financieros) y cualitativos (requisitos y el tiempo que transcurre en generar un desarrollo productivo) para conocer las alternativas de las entidades financieras además el estudio permitirá facilitar la información a los dueños de la empresa al momento de buscar y elegir las principales fuentes de financiamiento, para poder mejorar su cadena productiva.

Para estudiar el tema, la actuación de las cooperativas en el contexto del modelo de desarrollo productivo. Caso Innolac, es fundamental conocer los antecedentes de dichas asociaciones, empresas y organizaciones que hacen parte de la industria de producción, y de esa manera analizar las cooperativas para el desarrollo productivo. Y el aumento de producción, así como su actuación y la competencia.

En este punto se especificará teóricamente las variables en las que se hace énfasis en este proyecto basado en referencias bibliográficas y científica, con la finalidad de adquirir conocimientos existentes de diversos autores en el sector productivo.

2.3 Actuación de las cooperativas

Desde sus orígenes, el movimiento cooperativo ha tenido una relación estrecha con actividades desarrolladas en las zonas rurales. Con la aparición de los pioneros de la experiencia de Rochdale, cuya finalidad era el suministro de productos para el consumo, la sociedad cooperativa se extendió al ámbito de las actividades agrarias. Teniendo su origen en Alemania en 1864 y nacieron las cajas rurales de préstamo (Laendlichen Darlehns-Kassenvereine), se considera su propulsor, Friedrich Wilhelm Raiffeisen (1818-1888), padre del cooperativismo de crédito agrario (Díaz de Róbago, 1883). Orientadas en los valores de la autoayuda, la autoadministración y la autorresponsabilidad (Terrón, 1987), en estas experiencias se observa dos resultados; un resultado expansivo de las sociedades

cooperativas, por otra parte, un resultado unificador a partir de la agrupación de agricultores para obtener financiación. (Durán y Cabaleiro, 2002, p. 9)

Es por estas razones que las sociedades cooperativas abarcan diversos sectores de actividades relacionadas con áreas rurales. En el siglo XIX es introducido a España.

2.3.1 Conceptualización de cooperativa

La cooperativa se basa en la participación de todos los socios en situaciones de igualdad que contribuyen al fomento de la estabilidad social como organizaciones (Boscán & Sandrea, 2010, p. 4), también la cooperativa puede constituirse en instrumento de política económica que favorezcan a la población de menores recursos, donde el estado es un elemento fundamental para el desarrollo cooperativo.

Para Duran & Cabaleiro, (2002), la sociedad cooperativa es la fórmula societaria más representativa de las empresas de participación. Donde se conforman como empresa y sus miembros llevan a cabo iniciativas emprendedoras e intervienen en la toma de decisiones, de la misma manera en el seguimiento de sus normas de funcionamiento e incorpora el valor de la democracia a la actividad empresarial (p. 9)

2.3.2 ¿Qué se entiende por cooperativa competitiva?

Existe un recurso interno que podría potenciar como generadores de ventaja competitiva, si comparamos empresas cooperativas y empresas no cooperativas. El recurso interno tiene una estrecha relación entre empresas cooperativas con sus socios-proveedores y sus socios-clientes. Esta relación es una fuente de ventaja competitiva sostenible ya que por su naturaleza intangible es un recurso valioso, escaso y difícil imitable y/o sustituible. (Fuentes et al., 2008)

Desde el punto de vista las cooperativas competitivas se requieren de generar estrategias como empresa, la aplicación de la fórmula de éxito de esta manera hacer la diferencia de otros. La cooperativa cuenta con una gran ventaja en su definición ya que es una organización que integra a todos sus socios que interviene tres roles como: usuario, inversionista y gestor, todos para resolver una necesidad común. Para alcanzar el éxito competitivo de las cooperativas está más relacionado con el grado de compromiso de los socios con la organización para que de esta manera sacar a flote la empresa y saber enfrentar con sabiduría las dificultades que suscite.

2.3.3 Cooperativas y la seguridad social

Las cooperativas como parte importante de la economía social responden a un carácter social que se ve reflejado en las diferentes actuaciones, además se une al compromiso que adquieren con el desarrollo de la sociedad en las que se establecen las empresas. Una cooperativa es un conjunto de personas que se unen voluntariamente para hacer frente a

diferentes adversidades como: económicas, sociales y culturales comunes. Uno de los objetivos es no solo acumular riquezas sino también el aspecto social y cultural con respecto al desarrollo económico y social a nivel local.(Server & Vicedo, 2009, p. 11. 12)

Principios propuestos por la Unión europea para la promoción de RSE (Responsabilidad Social Empresarial), que adjuntamos a continuación.

- Reconocimiento de la naturaleza voluntaria de la RSE
- Prácticas de responsabilidad social creíbles y transparentes
- Focalización en las actividades donde la intervención de la comunidad aporte un valor añadido
- Enfoque equilibrado y global de la RSE que incluya los aspectos económicos, sociales y ecológicos, así como los intereses de los consumidores
- Atención a las necesidades y características de las PYME
- Apoyo y coherencia con los acuerdos internacionales existentes (normas fundamentales del trabajo adoptadas por la OIT, directrices de la OCDE para las empresas multinacionales).

Por consiguiente de codificación de la ley de cooperativas en el art 1, menciona que “son cooperativas las sociedades con derecho privado, formadas por personas naturales o jurídicas, que sin perseguir finalidades de lucro, tienen por objeto planificar y realizar actividades o trabajos de beneficio social o colectivo, a través de una empresa manejada en común y formada con la aportación económica, intelectual y moral de sus miembros”(Congreso Nacional, 2001), de la misma manera en el art2, los derechos y obligaciones y actividades de las cooperativas de sus socios serán regidas netamente por esta ley estipulado en el reglamento general.

2.3.4 Tipos de Cooperativas

Para que surja el desarrollo de un país o región es primordial trabajar en cooperación en una organización, para Fernández, Narváez y Senior (2010), para que los procesos de desarrollo fluyan en una localidad es necesaria la presencia de relaciones de confianza y de cooperación, que permiten el logro de objetivos comunes. Según Fukuyama (1995) para ello describimos las diferentes actuaciones de cooperativas como: sector financiero, productores y comunidad.

En los países del sur la relación Estado y las cooperativas se vinculó con el tema del desarrollo, lo cual se llevó a considerar a las cooperativas como una suerte de colaboradores o auxiliares del estado en la realización de esa actividad (Cracogna, 2013)

Las cooperativas buscan autónomamente el mejoramiento económico de sus socios y al hacerlo promueven el bienestar y el desarrollo de sus comunidades. La legislación cooperativa constituye la actitud del Estado hacia las cooperativas, en ello manifiesta cómo

el Estado considera a estas organizaciones en cuanto a su naturaleza, funcionamiento y sus actividades. Al existir una legislación especial para las cooperativas, constituye un requisito fundamental para caracterizar a las cooperativas y brindarles un marco adecuado para su organización y desenvolvimiento.

Sector financiero

Según la Ley Orgánica de la economía popular y solidaria; y del sector financiero popular y solidario, estipula que el art.311, el sector financiero popular y solidario se conforma de cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, cajas de ahorro y las iniciativas de servicios del sector financiero popular y solidario y de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas, recibirán un tratamiento diferenciado y preferencial del Estado, en la medida que impulsen el desarrollo de la economía Popular y Solidaria (República Del Ecuador Asamblea Nacional, 2011)

Por otra parte, la inclusión financiera de las Pymes la mayor parte del crédito corresponde a crédito prioritario comercial un (87%). Sólo un 13% se destina a crédito productivo. En la actualidad las tasas máximas de interés para cada segmento de crédito están reguladas. La tasa máxima referencial para los segmentos PYMES es de 11,83%, un poco por encima de las tasas para el crédito empresarial que es de 10,21% y corporativo de 9,33%.(Burneo, 2016)

Productores

Es el funcionamiento de la agricultura familiar. Los agricultores no han esperado que las instituciones se organicen, hasta ahora los productores rurales mantienen la organización heredada del pasado, su finalidad es reducir la incertidumbre de la actividad agrícola, estabilizar las condiciones de producción y hacer frente a los momentos de mayor demanda de mano de obra (Pierre y Collion, 2001) Las organizaciones son instrumentos que desarrollaron las sociedades rurales para regular las relaciones entre sus miembros a lo que se refiere al acceso a los medios de producción (tierra y agua).

Para que sea algo formal e integradora debe ser un medio para facilitar e integrar a la población rural en el mercado y en sociedad general. Las organizaciones de productores son de adhesión con el fin que se les brinden servicios y mejorar sus recursos naturales y sus bienes. También tener una participación en la toma de decisiones en los que se determine la distribución adecuada de sus bienes y en las políticas que afectan el panorama en el cual ellos producen, comercializan, trasforman y exportan sus productos.

Comunidad

El desarrollo comunitario, no puede hacerse sin una estrecha relación con el contexto histórico, político, económico y social. En este caso es un “proceso influido por las actitudes y valores dominantes por las organizaciones sociales. En tal sentido la comunidad es algo

que surge de manera natural, es un compromiso adquirido emocionalmente, para compartir esquemas de vida, objetivos y rasgos sociales comunes entre sí” (Tapias, 2017)

Referente al tema los miembros que componen la asociación comunitaria son representantes de diversas asociaciones existentes en el territorio, así como; de vecinos, sociales, culturales, deportivas, etc. Como también personas que desean participar a cualquier índole dentro de la comunidad.

2.3.5 Valores y Principios cooperativos

Para una empresa sea exitosa requiere contar con valores y principios bien definidos y establecidos la cual se debe respetar a cabalidad, la relación que tiene entre sí, por un interés en común de la comunidad y la participación de los socios. Con respecto a la autonomía e independencia, permite a las cooperativas la captación del capital y el manejo adecuado de la misma según el término que aseguren el control democrático por parte de los socios y mantengan su autonomía cooperativa.

Cuadro1. Relaciones entre valores y principios fundamentales de la cooperación.

VALORES	PRINCIPIOS
- Igualdad	- Adhesión voluntaria y abierta
- Democracia	- Gestión democrática por parte de los asociados
- Justicia económica	- Participación económica de los asociados
- Autoayuda, democracia	- Autonomía e independencia
- Autorresponsabilidad	- Educación, formación e información
- Autoayuda	- Cooperación entre cooperativas
- Solidaridad	- Interés por la comunidad

Fuente: Elaboración Propia, recuperado de (Vargas, 1995)

2.3.6 La cooperativa y su participación libre democrática.

De acuerdo con Minguet, (2003), la cooperativa es una empresa de producción, obtención, consumo o crédito, de participación libre y democrática, conformada por personas que persiguen un objetivo en común, ya sea económico o social. La participación de cada socio es determinado por el trabajo incorporado al objetivo común y no por la cantidad de dinero que haya aportado (Fernández, 2006)

Para ello en la toma de decisiones participan todos los miembros asociados, donde la asamblea es la máxima autoridad dentro de toda cooperativa. Sin duda alguna constituyen instrumentos de participación ciudadana, en ella se reúnen un grupo de personas que tienen las mismas inquietudes o interés, de forma colectiva proceden a encontrar soluciones, aprovechando las iniciativas, y opiniones de todos. Para que haya una participación adecuada es primordial es necesario la capacitación, la formación de los miembros de la cooperativa, lo que permitirá que asuman sus responsabilidades y puedan dar lugar a un ejercicio democrático.

2.4 Modelo de desarrollo Productivo

El desarrollo económico evoluciona y se transforma a medida que crece la sociedad, los países, regiones y ciudades donde buscan dar solución a nuevos problemas, en función de las innovaciones y el conocimiento que se difunden por las organizaciones económicas y sociales.

El planteamiento de Adam Smith y los clásicos a partir del último tercio del siglo XVIII, en plena revolución industrial, se produce la formación y expansión de mercados nacionales; con Schumpeter a principios del siglo XX, cuando las invenciones y las innovaciones provocaron la revolución eléctrica y reestructuración de actividad productiva se amplió el aumento del comercio internacional, el aumento del flujo de capital y la expansión de las empresas multinacionales. En el último cuarto siglo XX, aparece una nueva fase del proceso de formación e integración de mercados y la irrupción de nueva tecnología de la información que favorece el progreso y la transformación productiva de las economías.(Vázquez Barquero, 2007, p. 4)

Después de la segunda guerra mundial se fue creando un cuerpo de doctrina diferenciado del desarrollo económico en manos de diversos autores, de Abramovitz (1952), Arrow (1962), Kuznets (1966), Lewis (1955) y Solow (1956). La conceptualización de desarrollo se refiere al proceso de crecimiento y cambio estructural que apremian satisfacer las necesidades y demandas de la población y mejorar su calidad de vida, también se propone el aumento de empleo y la disminución de la pobreza.

2.4.1 Desarrollo Productivo

Las políticas de Desarrollo Productivo se deben crear con participación activa de actores territoriales relevantes como: diferentes administraciones públicas territoriales, sector

privado empresarial y financiero, sector de conocimiento y la sociedad local organizada. (Alburquerque, 2015). Se trata más allá de la cooperación público-privada, de un conjunto de actores locales con la organización social, política e institucional, su idiosincrasia y lenguaje, como el medio ambiente local y su patrimonio cultural.

En países desarrollados las TIC han tenido un rol importante de facilitar una dinámica de profundas transformaciones económicas que se ha expresado en un aumento en la productividad, la transición desde economías industriales-manufactureras a otra basada en servicios con aspectos relevantes del conocimiento, permitiendo la desagregación de las cadenas de valor y su deslocalización internacional (Rovira & Stumpo, 2013, p. 18). La tecnología brinda la oportunidad de enmarcar el crecimiento económico y los procesos de desarrollo de los países, con la manera que las sociedades puedan acceder a nuevas tecnologías en el proceso de inclusión social.

2.4.2 Teoría de desarrollo Endógeno

La teoría del desarrollo endógeno considera la acumulación del capital y el progreso tecnológico, sin duda son factores claves en el crecimiento económico. Propone el desarrollo en la acumulación de capital, como la creación y difusión de las innovaciones en el sistema productivo (Barquero, 2002). Esto permite que la organización sea flexible en la producción, además identifica una senda de desarrollo autosostenido, según factores que ayudan a en la acumulación del capital, donde se reducen los costes de transacción y favorecen las economías de diversidad.

El desarrollo endógeno es importante para el desarrollo de una localidad, el desarrollo urbano y el desarrollo productivo. Es fundamental la inserción adecuada de la tecnología y el manejo eficiente de los equipos productivo y de esta manera impulsar el desarrollo de la comunidad. Donde intervienen diferentes actores productivos que impulse el proceso de desarrollo y el crecimiento económico de dicha localidad.

2.4.3 La innovación en los sistemas productivos locales

La dinámica de la innovación de los sistemas productivos locales tiene la capacidad de adaptar el dinamismo y la difusión de innovaciones, que se produce mediante de relaciones de cooperación entre empresas y otros agentes sociales. También se aplica una estrategia tecnológica en las empresas y el proceso de innovaciones de sistemas productivos locales acorde al contexto sectorial.

Los sistemas productivos locales especializados en actividades de alta tecnología en el proceso de innovación, por eso cada empresa u organización se esfuerzan en invertir en innovación de producto y la estrategia de las empresas. En relación a los sistemas el proceso de innovación se desarrolla de manera interactiva a través de redes que permite llegar a todos los segmentos de la cadena de valor, en función de cooperación (Romero, 2003, p. 66)

En relación de sistemas productivos las empresas compiten en nichos de mercado, articulando una estrategia de diferenciación del producto, por esta razón es importante introducir la innovación en el producto como ventaja competitiva. Por otro lado, al adaptar la innovación ayuda a mejorar la calidad del producto y la misma reduce el coste, también ayuda en la promoción y distribución.

2.4.4 Redes, cooperación y confianza. El capital social como mecanismo de regulación.

Para que una empresa tenga éxito, tiene que emerger mediante relaciones de red en los sistemas productivos locales. Basada en la regulación de redes a través de relaciones de cooperación sustentada sobre valores, como confianza y la reciprocidad, todo ello remitiendo al capital social.

Según Coleman (1994), el capital social se conforma por diversos elementos de estructura social (normas, expectativas, asociaciones, etc.) que facilitan acciones coordinadas de empresas. Según Coleman el capital social, tiene tres formas distintas: las obligaciones y expectativas que surgen en un ambiente social en el que valoran la confianza, la capacidad de información a través de la estructura social y la presencia de normas acompañadas de sanciones efectivas (Romero, 2003, p. 77)

Según Bourdieu, muestra dos implicaciones teóricas y analíticas, con un enfoque estructuralista: la primera, el capital social se vincula con diferentes clases sociales, y la segunda, se relaciona con el fenómeno del poder. El capital social tiene relación con la noción de clases sociales, donde el poder o fuerza genera causa y efecto (Cofrep, 2008, p. 23). El aporte de Coleman es que el capital social no es una entidad individual, sino de varias entidades, contiene dos rasgos comunes: 1) deben tener dimensión de estructura social y 2) facilitan ciertas acciones de actores. Dentro de la estructura, deben ser personas o actores corporativos (Cofrep, 2008, p. 27)

Tanto Bourdieu como Coleman hacen referencia al capital social como: grupos sociales, colectividad y comunidad, ambos analizan las instituciones sociales en su creación

El capital social como mecanismo de regulación con respecto a la igualdad de trato de los socios y el reparto proporcional de cargas y beneficios, “ el capital social constituye un mecanismo adecuado para proteger a los socios minoritarios, en la medida que las normas sobre el capital aseguran que los que han aportado lo mismo reciben la misma participación en la sociedad (es la que determina, un principio, la participación en los beneficios de la sociedad), y la modificación del capital social requiere acuerdo de los accionistas y existe protección frente a la dilución (derecho de suscripción preferente)”

El capital es un patrimonio que se añade al patrimonio social también cumple con la función productiva donde los socios deciden realizar la empresa social, juntamente con la función de

organización de relación entre socios según su participación en el capital social en retribución de sus derechos.

2.4.5 Medidas de políticas económica local.

El impulso al desarrollo económico y social desde la política económica debe atender dos niveles de objetivos. 1) La condición estructural de economía con objetivos de desarrollo económico y social a largo plazo; y, 2) las situaciones coyunturales que se presentan día a día con el cumplimiento de objetivos a corto plazo. Por lo tanto, las políticas económicas deben atender ambos niveles a través de acciones concretas.

Las políticas orientadas a la creación de empleo no pueden depender solo de políticas de crecimiento económico y proactivas para la generación de empleo productivo. La inserción de la tecnología en equipos ayuda a incrementar los niveles de productividad, también ayuda a la deslocalización y segmentación de actividad productividad (Alburquerque, 2004). Se hace mayor esfuerzo para mejorar e incrementar la productividad, el respaldo político-administrativo desempeña un papel fundamental del económico territorial. El enfoque de desarrollo económico, es importante la inspección estratégica entre actores socioeconómicas locales (gobiernos provinciales y municipales, asociaciones de empresarios, entidades financieras, etc.)

Según Vázquez (1993), las políticas tecnológicas diseñadas de “abajo a arriba” se debe estimular la capacidad innovadora de las empresas locales, promocionando servicios e infraestructuras tecnológicas avanzadas que apoyen la actividad de investigación, deben fomentar el aprendizaje de las propias empresas, así como la difusión del conocimiento y las innovaciones a través de la red empresarial (Romero, 2003, p. 92). Se debe promover en organizaciones intermediarias encargadas de la prestación de servicios tecnológicos.

CAPÍTULO III METODOLOGÍA.

3.1 Tipo de Investigación

3.1.2 Investigación Descriptiva

Carlos sabino, (2020) define a la investigación descriptiva como la descripción de algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utiliza criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento en el campo de estudio, proporcionando información sistemática (Alban et al., 2020, p. 4)

El caso “Innolac”, se conecta con la investigación descriptiva porque en este diseño es primordial indagar la influencia de las cooperativas y los valores en la se presentan las variables y proporcionar una visión más clara de la situación, mediante la recolección de datos, la descripción y análisis de estos para de esta manera probar la hipótesis.

3.2 Diseño de Investigación

3.2.2 Investigación no experimental

Hernández, R (2004), menciona que la investigación no experimental es aquella que se realiza y se delibera sin manipular las variables, solo observando el caso de estudio en su total naturaleza para luego ser analizados.

Por tal razón la investigación se ejecutó mediante la investigación no experimental, ya que permitió observar y describir la situación de la empresa, con la problemática suscitado, facilitando así encontrar las soluciones.

3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de Datos.

3.3.1 Técnica

Según Arias, (2012, p. 68) considera que “la técnica de investigación es el procedimiento o forma particular de obtener datos o información”, con el fin de alcanzar los objetivos planteados y dar cumplimiento en esta investigación, se utilizó la técnica de encuesta que determine el objeto de estudio.

- **Encuesta:** “Se define la encuesta como una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos o en relación con un tema en particular”(Arias, 2012, p. 73)

Se aplicó la encuesta con el objetivo de recabar información precisa y certera a los socios de la empresa INNOLAC.

3.3.2 Instrumento

Según Arias (2012), afirma que la encuesta es una modalidad que se realiza de manera escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo que consta de una serie de preguntas. Denominado cuestionario que debe ser llenado por el encuestado estas preguntas pueden ser abiertas o cerradas (p. 75).

El instrumento que se empleó en la presente investigación fue el cuestionario de encuesta que estuvo diseñado bajo el perfil de 23 preguntas y de la misma manera permitió analizar los resultados correspondientes.

3.4 Población de estudio y tamaño de muestra.

3.4.1 Población

Según autores Cortés, M & Iglesias, M (2005, p. 90), señalan que “la población o universo se refiere a la totalidad de elementos o individuos que poseen características al que estamos estudiando. La población inicial para investigar se denomina población objetivo”.

Por lo tanto, para la presente investigación la población interna se constituyó de la siguiente forma:

Cuadro2. Tamaño poblacional en la asociación “Ñukanchik Ñan”, empresa “INNOLAC”.

<i>Productores</i>	Unidad de observación	N°
Interno	Productores que conforman la empresa INNOLAC	12

Fuente: Empresa Innolac.

Elaborado por: Cayapa Gilma

3.4.2 Muestra

Como el tamaño de la población es reducido, se trabajó con el total de la población y no se muestrea.

3.5 Hipótesis

La hipótesis son herramientas que se puede lograr conocimientos acertadas, “Una hipótesis puede usarse como una propuesta provisional que no se pretende demostrar estrictamente, o puede ser una predicción que debe ser verificada por método científico (Espinoza, 2018)

Hi. - La actuación de las cooperativas influye al desarrollo productivo. Caso Innolac.

Ho.- La actuación de las cooperativas no influye al desarrollo productivo. Caso Innolac.

3.6 Métodos de análisis y procesamiento de datos

3.6.1 Método

Rodríguez, A & Pérez, A (2017), los autores afirman que las hipótesis son punto de partida para hacer nuevas deducciones mediante los datos empíricos y aplicando las reglas de la deducción. Se comprueba la veracidad o falsedad de la hipótesis de partida. En este sentido los autores hacen mención al método hipotético deductivo.

En el presente proyecto de investigación se aplicó el método hipotético-deductivo, ya que se determinó las causas del cooperativismo que se ha producido y afectado en la asociación, de la misma manera diseñar estrategias orientadas al desarrollo productivo, en la empresa “INNOLAC”, lo cual permite comprender la problemática desde lo general a lo particular, con el fin de explicar las causas que lo generan, esto se partió mediante la observación del caso de estudio, la creación de hipótesis, deducción de consecuencias o posiciones y como parte final la verificación o denegación.

Dando continuidad, según autores antes mencionado, cabe destacar que para la realización del proyecto y alcanzar este método hipotético deductivo se consideran los siguientes pasos:

- **Formulación de hipótesis que explique el caso de estudio.** - Radica en la formulación de la hipótesis de una suposición o posible respuesta al problema en la empresa INNOLAC.
- **Recolección de datos empíricos mediante la observación del caso de estudio.** - Se llevó a cabo mediante la observación en la empresa INNOLAC
- **Deducir las consecuencias o posiciones elementales de la hipótesis.** - Esto se desarrolló por medio de la comprobación de los deductivos planteados y comprobando con la experiencia.

- **Comprobar la veracidad o falsedad de la hipótesis.** - Se realizó mediante la deducción de las diferentes variables de acuerdo con el tema planteado a través de la observación y recolección de datos.

3.6.2 Procesamiento de datos

- **Técnicas de procesamiento de la información:** Para el buen procesamiento de datos y el análisis cuantitativo se utilizó cuadros y gráficos estadísticos mediante una hoja electrónica de Excel y la herramienta SPSS.
- **Análisis y discusión de resultados:** Una vez aplicado la encuesta a los socios de la organización se procedió a realizar el análisis y la discusión de los resultados a través de la información procesada, alcanzando a establecer las comparaciones e interpretaciones donde se explica los objetivos planteados de la investigación

CAPÍTULO IV

GENERALIDADES DE LA EMPRESA. CASO “INNOLAC”

4.1 Nombre de la empresa

INNOLAC

El nombre de la empresa se enmarca debido a la actividad que se dedican los socios de la comunidad y de la industria, ya que la economía del país pertenece a los sectores: primario porque la leche es un recurso que proporciona la naturaleza y secundario puesto que al ser procesado ofrece múltiples variedades del producto derivado de su materia prima.

4.2 Reseña histórica

La empresa INNOLAC pertenece a la asociación de productores de leche “Ñukanchik Ñan” de la parroquia San Juan del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, fundada por los miembros de la comunidad, ubicado en el km 25 vía al Refugio de reserva Faunística Chimborazo, su ubicación es estratégica ya que las familias que residen hacen de su principal fuente de ingreso la producción y venta de leche, la cual facilita su adquisición de la misma manera reduce el gasto de su transporte.

Hasta el momento poseen experiencia en cuanto al tratamiento y elaboración de sus productos derivados de la leche, ya que han sido partícipes en diversas capacitaciones para mejorar la calidad de sus productos.

4.3 Tamaño y Localización de la empresa

La empresa Innolac, está conformada por 12 socios que residen dentro de la comunidad realizada bajo un proyecto encaminado al Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), vinculadas a las actividades de agricultura y ganadería junto con la industria láctea a fin de generar fuentes de empleos y una cadena rentabilidad y sostenibilidad de sus productos y de la misma manera a su comunidad. Actualmente la empresa cuenta con dos personas que son los encargados en la recolección de la materia prima, producción, venta y distribución de los quesos que son elaborados en la fábrica.

La planta está ubicada en el km 25 vía al Refugio de reserva Faunística “Chimborazo” de la parroquia San Juan del Cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

Anexo 1: Ubicación de la empresa Innolac- San Juan



Fuente: Google maps. Ubicación geográfica de la empresa

Elaborado por: Cayapa Gilma

Responsable de la empresa

Sr. Ati Tacuri Leonardo (Administrador)

Número de contacto: 0981408432

Correo electrónico: leonat3@gmail.com

4.4 Misión

Ofrecer a los consumidores productos lácteos de calidad e inocuos para la salud. Impulsar el desarrollo económico y social de la parroquia de San Juan con el fin de mejorar la calidad de vida de los productores, sus familias y la comunidad en general.

4.5 Visión

Ser una empresa líder en la producción, acopio, procesamiento y comercialización de productos lácteos de manera sostenible, con reconocido prestigio, confianza y credibilidad por la calidad de los productos que ofertan en el mercado local y nacional.

4.6 Ventaja competitiva

La empresa INNOLAC cuenta con un sistema de producción adecuado que garantiza calidad y frescura brindando confianza a sus consumidores. Además, cuenta con transporte propio para la distribución de sus productos, lo cual permite establecer precios más competitivos acorde del mercado generando un margen de utilidad alto.

4.7 Alianzas estratégicas

Han realizado alianzas con diferentes mercados locales de la ciudad de Riobamba como: Supermercado AHÍ ES, Super Casa, Migas y Miel, Álamo, ERPE, donde realizan la comercialización de los quesos.

Así mismo realizan alianzas con el MAG para ayudar a los productores de la leche, en el mejoramiento de la producción y cuidado animal. De igual forma con las universidades, donde los estudiantes pueden realizar sus prácticas preprofesionales en diferentes temas.

4.8 Procesos de comercialización

En este proceso de comercialización está encargada una persona especializada en ventas, quien inicia desde el acopio del producto que se lo realiza en un cuarto frío, mediante registro y bajo pedido sacan los productos hacia los mercados de destino y esto se lo realiza en transporte propio de la empresa, finalmente se realiza la entrega de los productos en las casas comerciales de distribución.

4.9 Canales de comercialización en la distribución

Se realiza la comercialización de dos formas:

La primera es en la planta de producción, donde los clientes llegan a adquirir los productos directamente.

La segunda es la entrega directa del producto desde el campo hacia la ciudad mediante distribución y servicios a través de supermercados locales, panaderías y tiendas.

CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1 Análisis de resultados

5.1.1 Valoración general de la encuesta.

Se procedió a validar la encuesta tomando como referencia a 3 miembros de la asociación, de manera que se pueda establecer los ajustes necesarios para la aplicación a la población referida. La encuesta se aplicó a los 12 socios de la organización, posterior se procesó la encuesta con su respectivo análisis, e interpretación de los resultados, esta metodología permitió alcanzar el objetivo de esta investigación que es la actuación de las cooperativas y su influencia positiva al desarrollo productivo, tomado como referente a la empresa “Innolac”.

Cuadro3. Valoración de los parámetros según ítem 1.1 para la variable cooperativas.

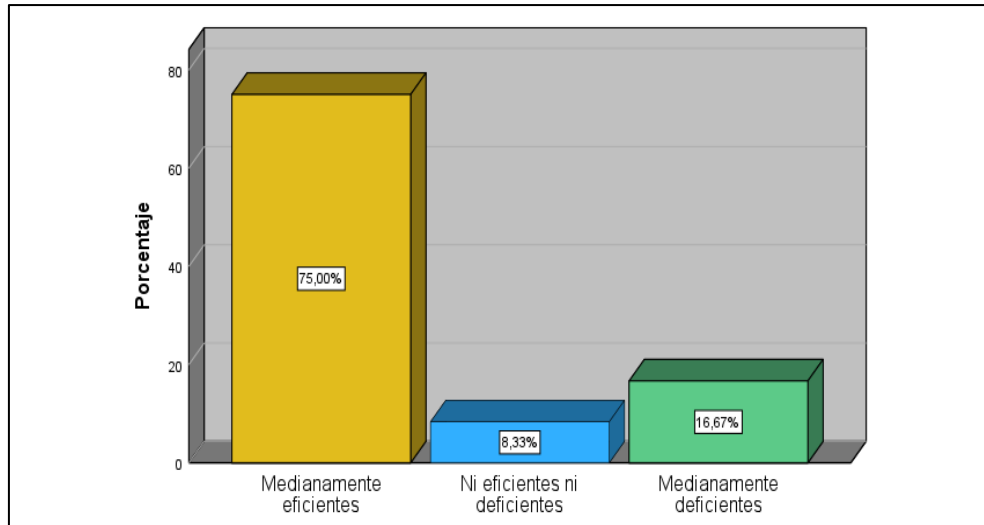
Los procesos para la concesión de créditos de las cooperativas son:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Válido	Altamente eficientes	0			
	Medianamente eficientes	9	75,0	75,0	75,0
	Ni eficientes ni deficientes	1	8,3	8,3	83,3
	Medianamente deficientes	2	16,7	16,7	100,0
	Altamente eficientes	0			
Total		12	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a socios de la empresa “Innolac”.

Figura 1.

Porcentajes alcanzados según la valoración del ítem 1.1, para la variable cooperativas.



Fuente: Base de datos -IBM SPSS statistics 22
Elaborado por Cayapa.I.,2022.

Análisis e interpretación

El 75% considera que los procesos para la concesión de créditos de las cooperativas son medianamente eficientes, otro 16,7% medianamente deficientes, mientras que el 8,3% lo consideran ni eficientes ni deficientes. Esto significa que no es muy eficiente, las entidades bancarias deben mejorar a la hora de otorgar créditos y hacer un seguimiento eficiente y trabajar en conjunto con los productores ya que es óptimo para ambas partes.

Cuadro4. Valoración de los parámetros según ítem 1.2, para la variable cooperativas.

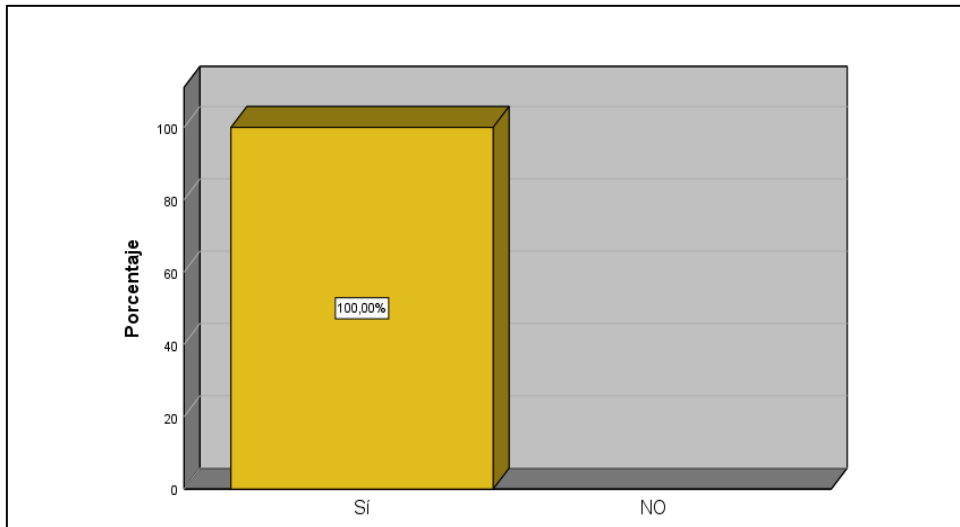
¿Los productos de crédito mantiene la fidelización d ellos clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	Sí	12	100,0	100,0	100,0
	No	0			
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a socios de la empresa “Innolac”.

Figura 2.

Porcentajes alcanzados según la valoración del ítem 1.2, para la variable cooperativas.



Fuente: base de datos-IBM SPSS statistics 22
Elaborado por Cayapa, G.I.,2022.

Análisis e interpretación

El 100% de los encuestados consideran que los productos de crédito si mantienen la fidelización de los clientes. Los créditos requeridos desde “Innolac” para financiar la producción y comercialización a través de las instituciones financieras permiten mantener la fidelización de los clientes, por la agilidad, accesibilidad y el cobro-pago respectivo.

Cuadro5. Valoración de los parámetros según ítem 1.3, para la variable cooperativas.

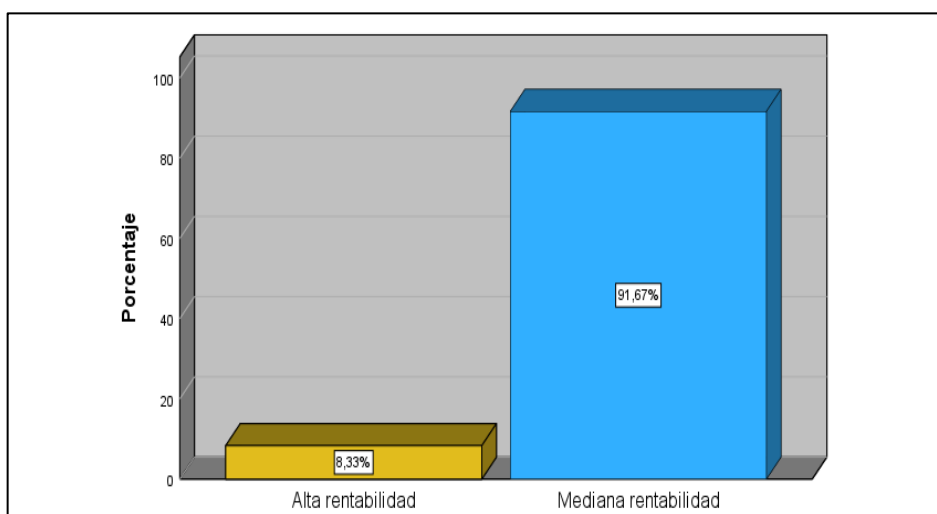
La concesión de crédito le han permitido obtener

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Válido	Alta rentabilidad	1	8,3	8,3	8,3
	Mediana rentabilidad	11	91,7	91,7	100,0
	Baja rentabilidad	0			
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a socios de la empresa “Innolac”.

Figura 3.

Porcentajes alcanzados según la valoración del ítem 1.3, para la variable cooperativas.



Fuente: base de datos -IBM SPSS statistics 22
Elaborado por Cayapa, G.I.,2022

Análisis e interpretación

El 8,3% de los encuestados considera que la concesión de crédito le han permitido obtener una alta rentabilidad, mientras que el 91,7% mediana rentabilidad. Los resultados muestran claramente que el acceso al crédito no es muy rentable ya que muchas veces se trabaja para cubrir el rubro del crédito, esto es bueno ya que mediante el cooperativismo se puede fomentar el trabajo en conjunto para mejorar el desarrollo productivo.

Cuadro6. Valoración de los parámetros según ítem 1.4, para la variable cooperativas.

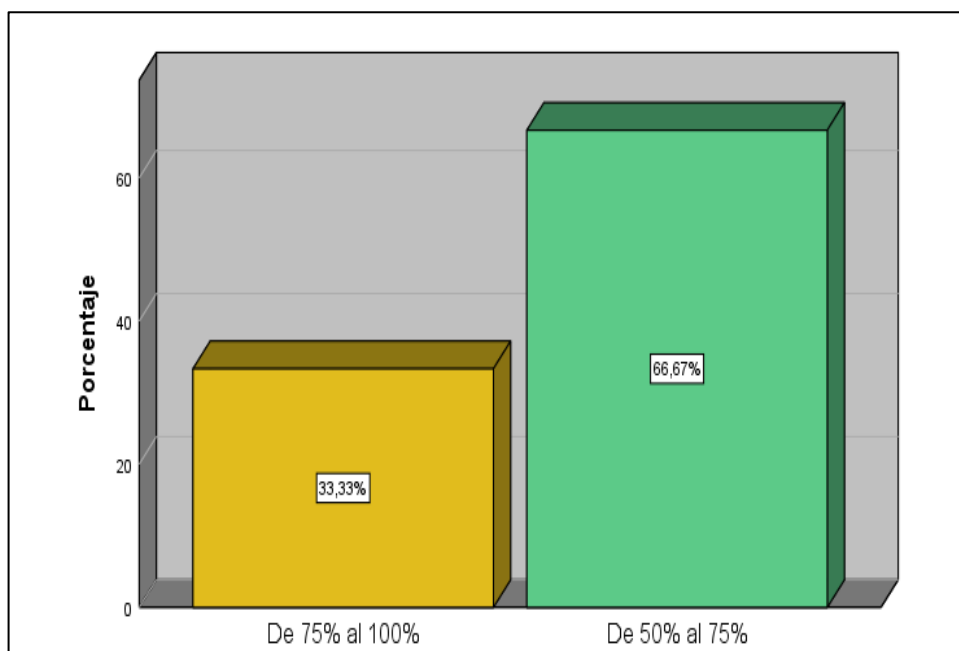
¿Cuál es el porcentaje de participación de comunidad con el producto de la empresa “Innolac”?

		frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
validos	De 75% al 100%	4	33,3	33,3	33,3
	De 50% al 75%	8	66,7	66,7	100,0
	De 25% al 50%	0			
	Menos del 25%	0			
	total	12	100,0	100,00	

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a socios de la empresa “Innolac”.

Figura 4.

Porcentajes alcanzados según la valoración del ítem 1.4, para la variable cooperativas.



Fuente: Base de datos -IBM SPSS statistics 22

Elaborado por Cayapa, G.I.,2022.

Análisis e interpretación

El 33,3 % de los encuestados mencionan que la participación de la comunidad con el producto de la empresa Innolac es de 75 al 100% y el otro 66,7% consideran que la participación es de 50 al 75%. Los resultados reflejan que el producto si es muy cotizado por los aldeanos de la comunidad y aporta de manera significativa al producto por lo tanto es bueno para la empresa “Innolac”, la empresa debe ampliar más la difusión del producto y así abrir brechas para fidelizar más clientes.

Cuadro7. Valoración de los parámetros según ítem 1.5, para la variable cooperativas.

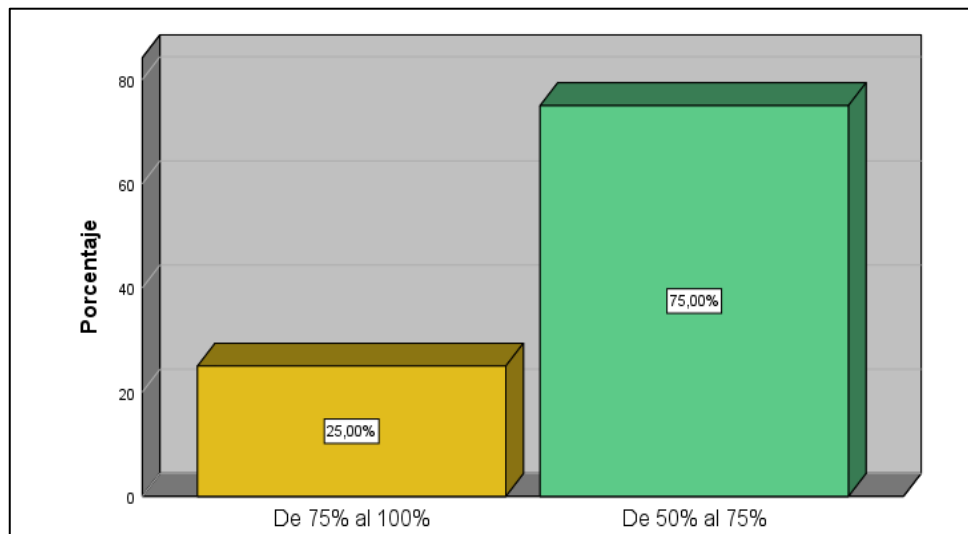
¿Cuál es el porcentaje de participación de los créditos de la cooperativa en la comunidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Validos	De 75% al 100%	3	25,0	25,0	25,0
	De 50% al 75%	9	75,0	75,0	100,0
	De 25% al 50%	0			
	Menos del 25%	0			
	total	12	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a socios de la empresa “Innolac”.

Figura 5.

Porcentajes alcanzados según la valoración del ítem 1.5, para la variable cooperativas.



Fuente: Base de datos- IBM SPSS statistics 22

Elaborado por Cayapa, G.I.,2022.

Análisis e interpretación

El 25% de los encuestados mencionan que la participación de los créditos de la cooperativa en la comunidad es de 75 al 100%, mientras que el 75% lo consideran que es de 50 al 75%. Actualmente la mayoría de las pymes buscan el apalancamiento como fuente de financiamiento para iniciar su actividad económica, pero para acceder a créditos se requiere tener un historial crediticio favorable caso contrario no se les otorga el financiamiento y esto limita que muchas empresas florezcan por los trámites pertinentes y alta tasa de interés.

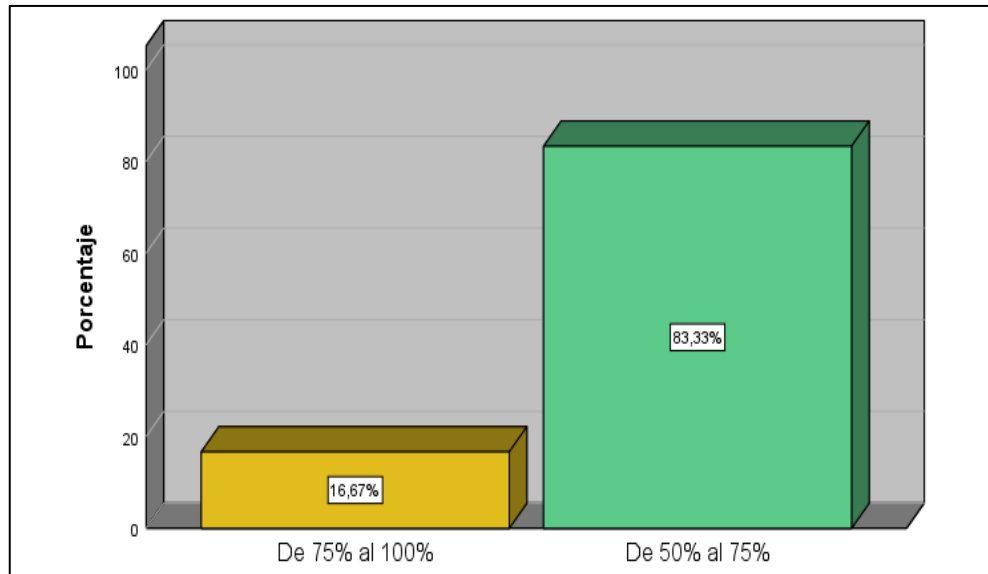
Cuadro8. Valoración de los parámetros según ítem 1.6, para la variable cooperativas.

¿Cuál es el porcentaje de participación de los socios en la cooperativa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	
Válidos	De 75% al 100%	2	16,7	16,7	16,7
	De 50% al 75%	10	83,3	83,3	100,0
	De 25% al 50%	0			
	Menos del 25%	0			
total		12	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a socios de la empresa “Innolac”.

Figura 6.

Porcentajes alcanzados según la valoración del ítem 1.6, para la variable cooperativas.



Fuente: Base de datos – IBM SPSS statistics 22

Elaborado por Cayapa, G.I.,202

Análisis e interpretación

El 16,7% de los encuestados considera que la participación de los socios en la cooperativa es de 75 al 100%, en cambio el 83,3% menciona que la participación es de 50 al 75%. Esto menciona que los socios no están en un mismo sentir, no son involucrados en la toma de decisiones tiene poca participación, esto se da por diferentes ocupaciones que tiene cada miembro de la empresa, se ve la necesidad de hacer un control interno de cuantas personas se puede contar y con cuáles no. Ser imparcial a la hora de tomar una decisión sin importar si es familia es por el bien común.

Cuadro9. Valoración de los parámetros según ítem 1.7, para variable cooperativas.

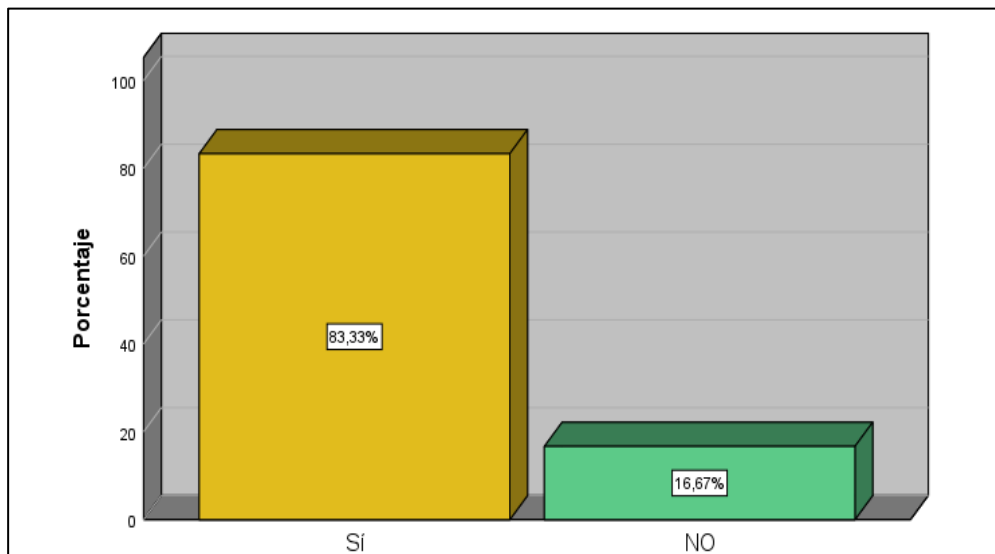
¿Según el tipo de responsabilidad otorgados en la organización los socios son más eficientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	10	83,3	83,3	83,3
	No	2	16,7	16,7	100,0
	total	12	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a socios de la empresa “Innolac”

Figura 7.

Porcentajes alcanzados según la valoración del ítem 1.7, para la variable cooperativas.



Fuente: Base de datos -IBM SPSS statistics 22

Elaborado por Cayapa, G.I.,2022.

Análisis e interpretación

El 83,3% de los encuestados consideran que la responsabilidad otorgados en la organización los socios sí son más eficientes, en cambio el 16,7% mencionan que no son eficientes. La mayoría trabajan con eficiencia y productividad, con respecto al talento humano se debe fomentar la reactivación de capacitación y poner responsabilidades a cada miembro de la empresa y sean ese apoyo fundamental para la organización. La empresa “Innolac” cuenta con 12 socios, los mismos que forman parte del personal de la empresa, es necesario fomentar capacitaciones acordes al manejo y producción de quesos, también se debe integrar a pequeños productores de la zona abriendo espacios de relación de esta manera apoyar al desarrollo local.

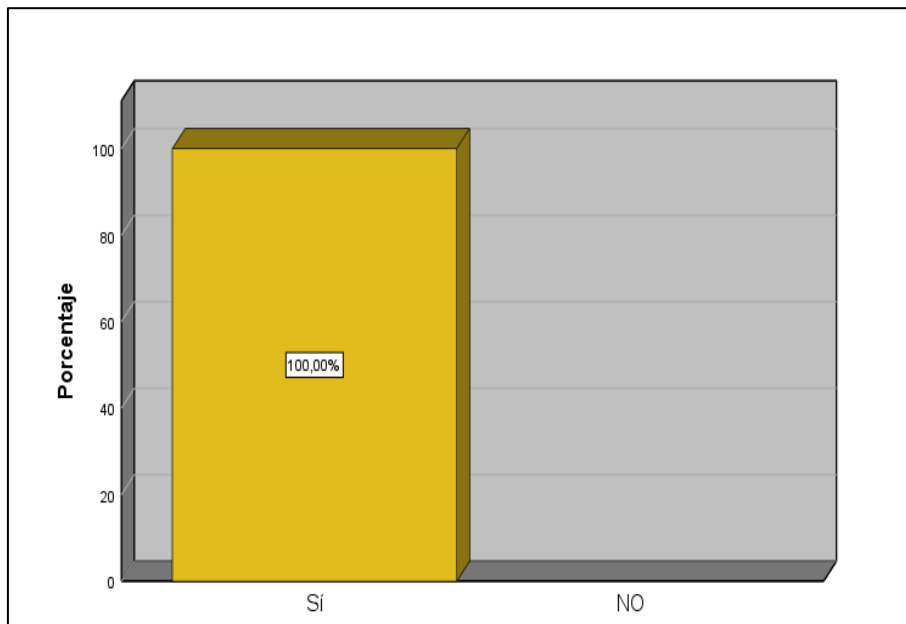
Cuadro10. Valoración de los parámetros según ítem 1.8, para la variable cooperativas.

¿La cooperativa cumple con los objetivos de apoyo al desarrollo local?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	Sí	12	100,0	100,0	100,0
	No	0			
Total		12	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a socios de la empresa “Innolac”.

Figura 8.

Porcentajes alcanzados según la valoración del ítem 1.8, para la variable cooperativas.



Fuente: Base de datos -IBM SPSS statistics 22
Elaborado por Cayapa, G.I.,22

Análisis e interpretación

El 100% de los encuestados mencionan que sí se cumple con los objetivos de apoyo al desarrollo local. Es uno de los panoramas más visibles que se da un total apoyo a las comunidades, a pequeños productores incentivando la agricultura y reactivación económica siendo un auge para el desarrollo de la comunidad.

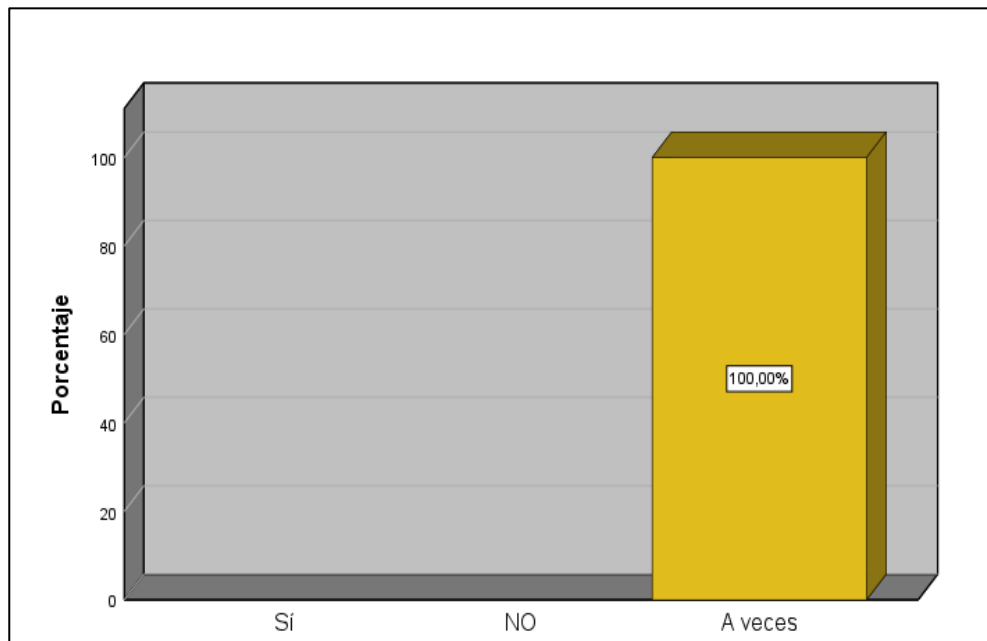
Cuadro11. Valoración de los parámetros según ítem 1.9, para la variable cooperativas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	0			
	No	0			
	A veces	12	100,0	100,0	100,0
	total	12	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a socios de la empresa “Innolac”.

Figura 9.

Porcentajes alcanzados según la valoración del ítem 1.9, para la variable cooperativas.



Fuente: Base de datos -IBM SPSS statistics 22

Elaborado por Cayapa, G.I.,22

Análisis e interpretación

El 100% de los encuestados manifiestan que el trabajo con capital ajeno a veces le ha permitido mejorar los niveles de competitividad. Debido a los alta tasas de interés muchos trabajan para cubrir el crédito y su nivel de competitividad es baja, frente a las grandes industrias que producen en masa, la empresa Innolac oferta un producto de buena calidad, pero su cadena productiva no es muy activa esto repercute que su producto no es muy conocido.

Cuadro12. Valoración de los parámetros según ítem 2.1, para la variable desarrollo productivo.

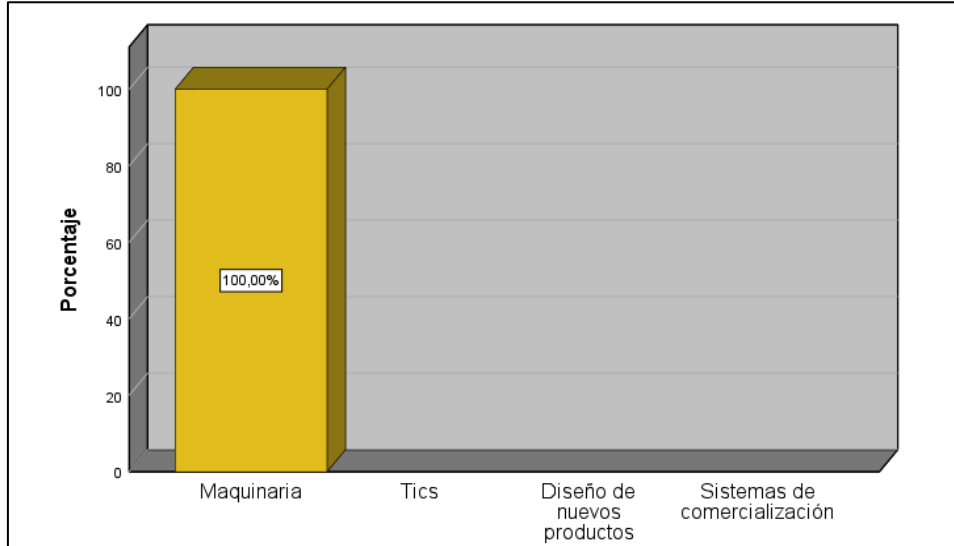
La empresa mantiene innovación en:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Maquinaria	12,00	100,0	100,0	100,0
Tics	0			
Diseño de nuevos productos	0			
Sistemas de comercialización	0			
total	12	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a socios de la empresa “Innolac”.

Figura 10.

Porcentajes alcanzados según la valoración del ítem 2.1, para la variable desarrollo productivo.



Fuente: Base de datos -IBM SPSS statistic 22

Elaborado por Cayapa, G.I.,2022

Análisis e interpretación

El 100% de los encuestados mencionan que la empresa mantiene la innovación en maquinaria. También no se debe dejar de lado innovar en el sistema de comercialización haciendo uso el marketing, la presentación del producto usando las redes sociales para tener más enlace en el mercado y alcanzar nuevos clientes.

Cuadro13. Valoración de los parámetros según ítem 2.2, para la variable desarrollo productivo.

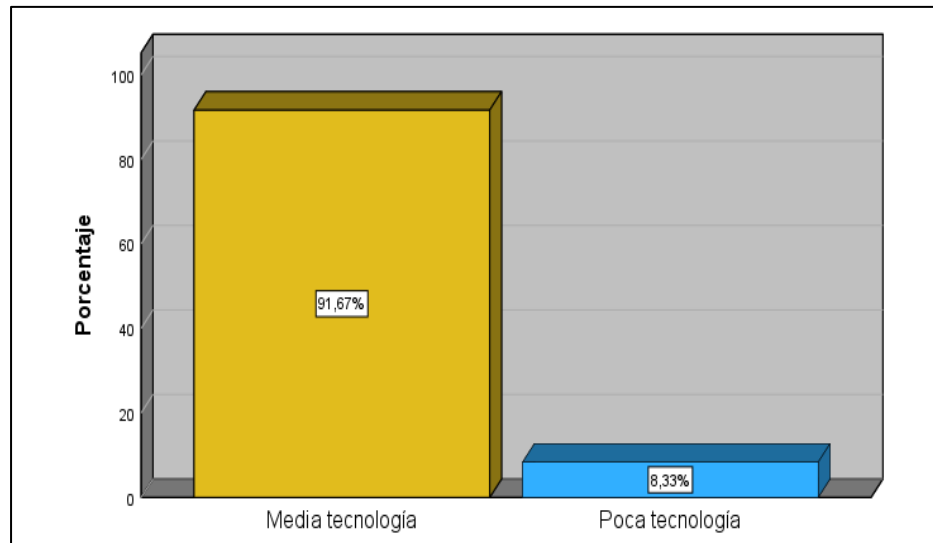
¿Qué nivel de tecnología utiliza su empresa para la producción?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	Alta tecnología	0			
	Media tecnología	11	91,7	91,7	91,7
	Poca tecnología	1	8,3	8,3	100,0
	A veces	0			
	total	12	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a socios de la empresa “Innolac”.

Figura 11.

Porcentajes alcanzados según la valoración del ítem 2.2, para la variable desarrollo productivo.



Fuente: Base de datos – IBM SPSS statistics 22
Elaborado por Cayapa, G.I.,22

Análisis e interpretación

El 91,7% de los encuestados mencionan que el nivel de tecnología utilizada en la empresa para la producción es de media tecnología, otro 8,3% es de poca tecnología. Esto significa que optimizan el ahorro de energía y es favorable para la empresa esto recae que tienen pocos gastos, pero también es necesario implementar la tecnología para la utilización en sistemas de la informática para la difusión del producto.

Cuadro14. Valoración de los parámetros según ítem 2.3, para la variable desarrollo productivo.

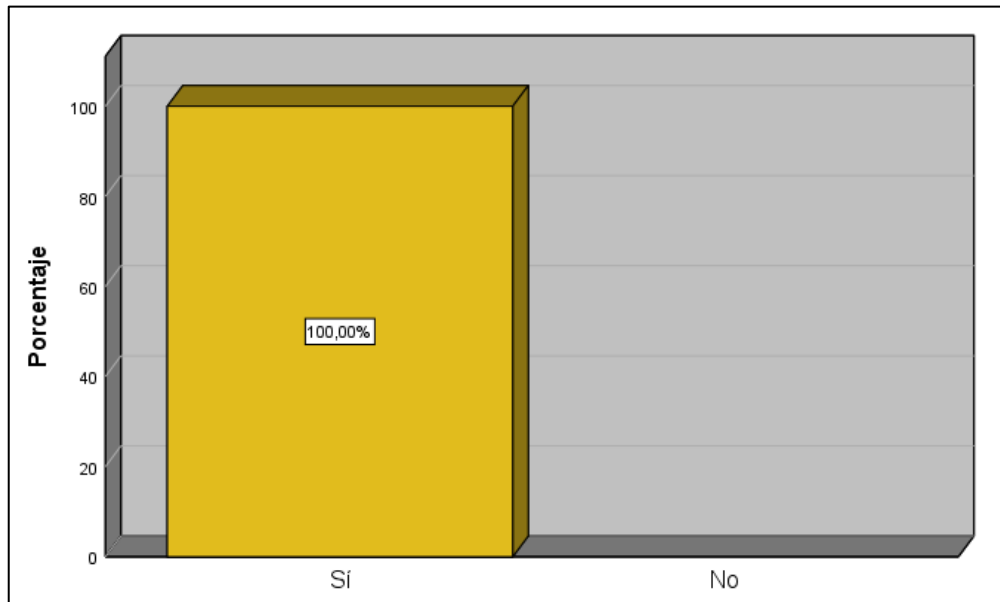
¿El proceso de producción y comercialización en la actualidad es el mismo que hace 5 años?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	Sí	12	100,0	100,0	100,0
	No	0			
total		12	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a socios de la empresa “Innolac”.

Figura 12.

Porcentajes alcanzados según la valoración del ítem 2.3, para la variable desarrollo productivo.



Fuente: Base de datos- IBM SPSS statistics 22

Elaborado por Cayapa, G.I.,2022

Análisis e interpretación

El 100% de los encuestados creen que el proceso de producción y comercialización en la actualidad sí es el mismo de hace 5 años. Eso significa que se mantienen estáticos, esto permite que se debe mejorar en incrementar las ventas mediante la utilización del marketing digital, es importante implementar esta estrategia para impulsar el crecimiento de la comercialización y fomentar el desarrollo de la empresa.

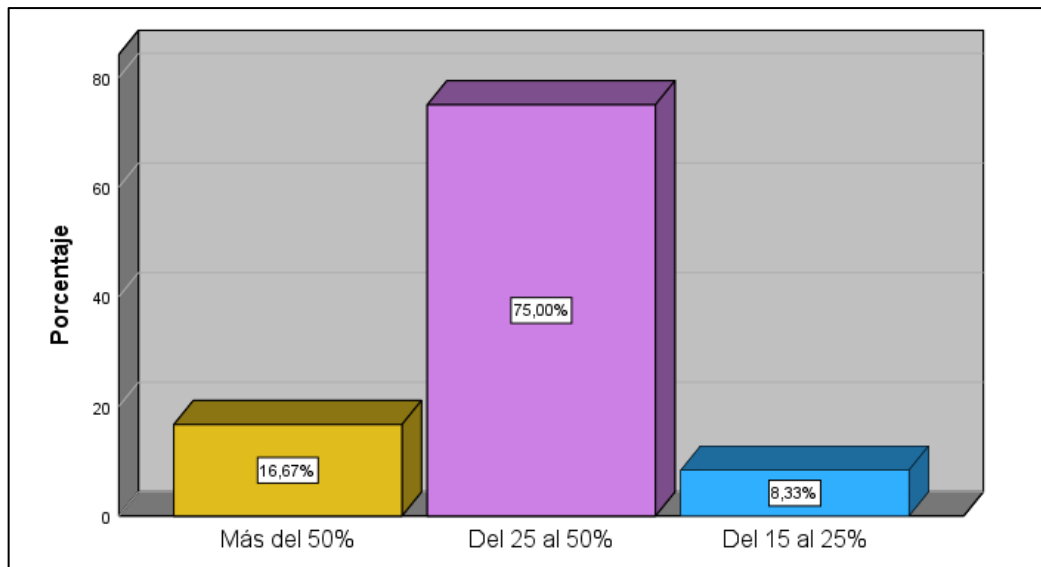
Cuadro15. Valoración de los parámetros según ítem 2.4, para la variable desarrollo productivo.

¿Cuál es el margen de relación de ingresos frente a los gastos?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Más del 50%	2	16,7	16,7	16,7
	Del 25 al 50%	9	75,0	75,0	91,7
	Del 15 al 25%	1	8,3	8,3	
	Menos del 15%	0			
	Total	12	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a socios de la empresa “Innolac”.

Figura 13.

Porcentajes alcanzados según la valoración del ítem 2.4, para la variable desarrollo productivo.



Fuente: Base de datos -IBM SPSS statistics 22

Elaborado por Cayapa, G.I.,22

Análisis e interpretación

El 16,7% de los encuestados mencionan que el margen de relación de ingresos frente a gastos es más del 50%, el 75% creen que es del 25 al 50% y el otro 8,3% creen que es del 15 al 25%. Se puede observar que los ingresos varían según la cantidad de la producción, se debe disminuir el coste de producción, una de las alternativas es la aplicación de nueva tecnología, la rapidez y facilidad de negociación, con la venta del producto los ingresos aumenten.

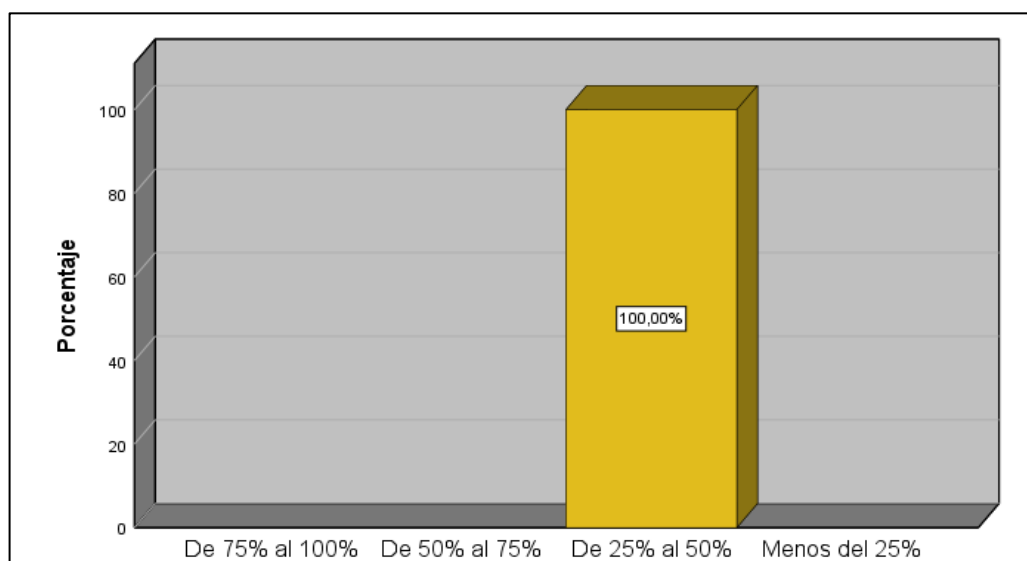
Cuadro16. Valoración de los parámetros según ítem 2.5, para la variable desarrollo productivo.

¿Cuál es el desempeño del crecimiento de ventas anual?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 75% al 100%	0			
	De 50% al 75%	0			
	De 25% al 50%	12			
	Menos del 25%	0	100,0	100,0	100,0
	total	12	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a socios de la empresa “Innolac”.

Figura 14.

Porcentajes alcanzados según la valoración del ítem 2.5, para la variable desarrollo productivo.



Fuente: Base de datos -IBM SPSS statistics 22

Elaborado por Cayapa, G.I.,22

Análisis e interpretación

El 100% de los encuestados manifiestan que el desempeño del crecimiento de ventas anual es de 25 al 50%. Refleja que es un estándar poco favorable para la empresa, la producción ha disminuido y la producción del producto es poco, es necesario fortalecer la cadena de valor desde los proveedores de leche hasta el consumidor, abriendo brechas en vías de comercialización del queso, para ello es necesario descubrir sus clientes potenciales y fidelizar nuevos clientes para ganar mercado.

Cuadro17. Valoración de los parámetros según ítem 2.6, para la variable desarrollo productivo.

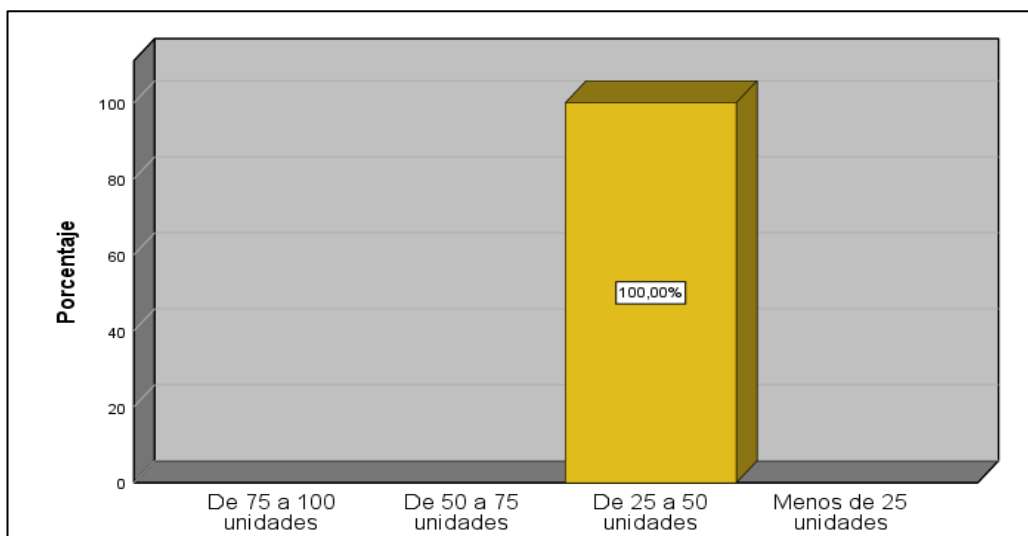
¿Según la capacidad de producción cuanto queso produce al día?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 75 a las 100 unidades	0			
	De 50 a las 75 unidades	0			
	De 25 a las 50 unidades	12	100,0	100,0	100,0
	Menos de 25 unidades	0			
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a socios de la empresa “Innolac”.

Figura 15.

Porcentajes alcanzados según la valoración del ítem 2.6, para la variable desarrollo productivo.



Fuente: Base de datos -IBM SPSS statistics 22

Elaborado por Cayapa, G.I.,2022

Análisis e interpretación

El 100% de los encuestados mencionan que según la capacidad de producción el queso que producen al día es de 25 a 50 unidades. Debido a la pandemia los proveedores de leche han disminuido actualmente cuentan con 13 proveedores es por ello que la leche colectada es de 200 a 300 litros y la producción es menor también es de un promedio de 40 unidades de 700g y 35 unidades de 500g, también es por la competencia de empresas lácteas cerca del lugar como el nevadito, etc.

Cuadro18. Valoración de los parámetros según ítem 2.7, para la variable desarrollo productivo.

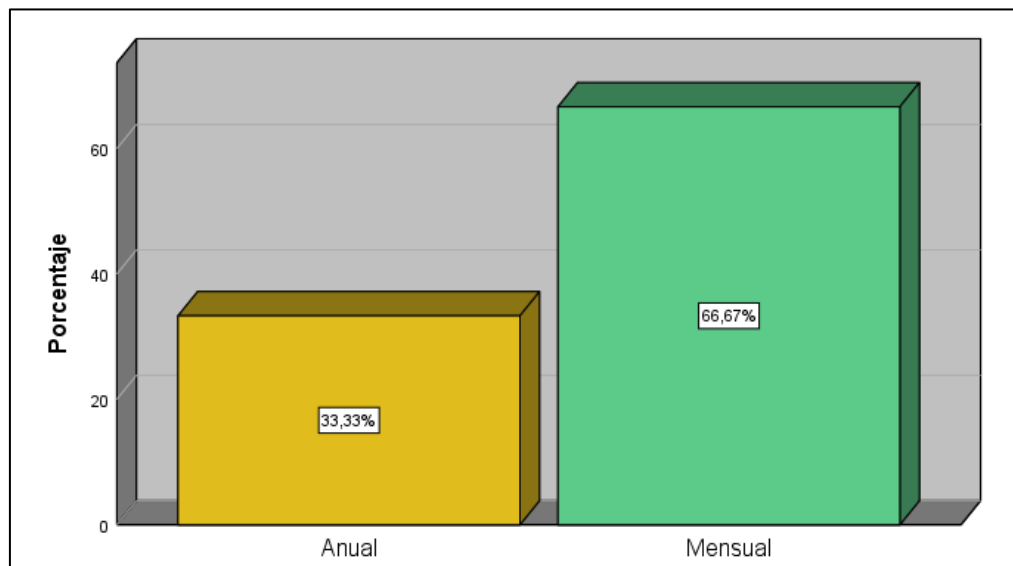
¿Cada qué tiempo hace la asistencia técnica de los equipos de producción?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Anual	4	33,3	33,3	33,3
	Mensual	8	66,7	66,7	100,0
	Semanal	0			
	Todos los días	0			
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a socios de la empresa “Innolac”.

Figura 16.

Porcentajes alcanzados según la valoración del ítem 2.7, para la variable desarrollo productivo.



Fuente: Base de datos -IBM SPSS statistics 22
Elaborado por Cayapa, G.I.,2022

Análisis e interpretación

El 33,3% de los encuestados manifiestan que la asistencia técnica de los equipos de producción se lo realiza anual y el otro 66,7% mencionan que lo hacen mensual. Mediante estos resultados se puede apreciar, no es eficiente ya que no tiene un orden adecuado de asistencia de los equipos, pero realizan un seguimiento de manera tradicional, entonces es necesario tener un seguimiento técnico de la maquinaria.

Cuadro19. Valoración de los parámetros según ítem 2.8, para la variable desarrollo productivo.

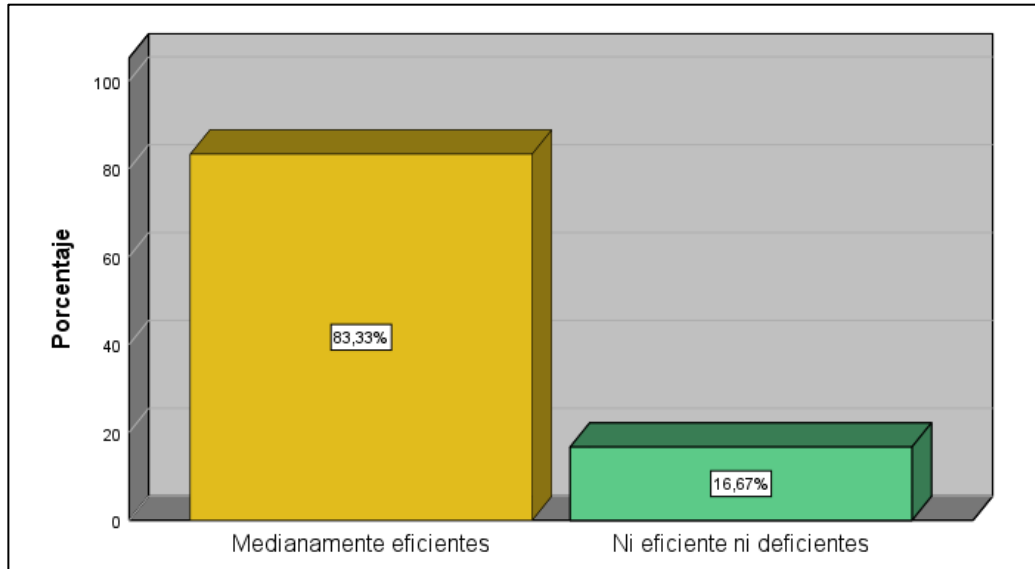
Los intercambios de experiencia y capacitación en la cooperativa son:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Altamente eficientes	0			
Medianamente eficientes	10	83,3	83,3	83,3
Ni eficiente ni deficientes	2	16,7	16,7	100,0
Medianamente deficientes	0			
Altamente deficientes	0			
total	12	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas a socios de la empresa “Innolac”.

Figura 17.

Porcentajes alcanzados según la valoración del ítem 2.8, para la variable desarrollo productivo.



Fuente: Base de datos -IBM SPSS statistics 22
Elaborado por Cayapa, G.I.,2022

Análisis e interpretación

El 83,3% de los encuestados califican que los intercambios de experiencia y capacitación en la cooperativa son medianamente eficientes y otro 16.7% califican que es ni eficientes ni deficientes. Es necesario implementar recursos para capacitaciones periódicas, de esta manera los socios sean más eficientes en la productividad, el ahorrar recursos es beneficioso para empresa.

A través de un análisis integral de los ítems que conforman este estudio revela que la organización tiene la intención de invertir en los próximos años. Sus principales razones para hacerlo son aumentar los niveles de productividad y los canales de comercialización, ampliando su mercado mediante la difusión del producto y reduciendo el consumo de energía debido a que la viabilidad de los emprendimientos están en declive por demasiadas competencias con industrias grandes, recién están en proceso de recuperación ya que el COVID-19 dejó muchos daños a microempresarios y actualmente no se ve la seriedad y el compromiso por parte de los socios y se trabaja con mínima cantidad de leche para la elaboración del queso.

5.2 Discusión

Según el Banco Mundial (2022), en Ecuador la emergencia sanitaria causada por el COVID-19 provocó una profunda recesión que influyó en los niveles de pobreza. Esta crisis produjo

desequilibrios macroeconómicos puso en evidencia algunas debilidades estructurales como la carencia de respaldo financiero y el limitado acceso a los mercados de capitales. Estos desafíos se han hecho más apremiante debido a que la economía y la población sufrieron el impacto de la crisis. En el periodo de recuperación de esos dos años el comercio se ha reactivado, sin embargo, es notorio las debilidades estructurales del país, que lo dejan expuesto en situaciones de vulnerabilidad referente a lo económico. El impacto más apremiante respecto a lo social está relacionado con la pobreza y la desigualdad, el empleo y la protección social, o el acceso a la educación y a servicios públicos.

Las empresas pequeñas se han visto golpeadas, gran parte de la cadena de valor han sido afectadas; los indicadores de ventas, distribución, y comercialización bajaron por la pandemia, y la constante disminución de la producción. El acceso al financiamiento fue un respaldo para las pymes, de esta manera enfrentar la pandemia, fue una medida de respuesta ante la emergencia del COVID 19.

Otro elemento que dificulta el desarrollo de capacidad adaptativa del sistema de fomento es la rigidez de procedimientos para la administración de los recursos. Las medidas adaptativas de algunos países son forjadas para fortalecer a las pymes (Castillo, 2021, p. 63). Dos años de lucha contra la pandemia han dejado un legado amargo en lo social y en lo económico. Las instituciones apoyan a los productores, lo que demuestra tener la capacidad de reaccionar ante los desafíos.

La perspectiva actual busca avanzar en la inclusión financiera digital, todo esto se engloba en procedimientos y acceso a los mecanismos de educación financiera viable para fortalecer el trabajo en equipo donde se puede identificar diferentes demandas y necesidades. Se busca también dar un auge al fortalecimiento en la toma de decisiones con respecto a las pymes. Además aplicar estrategias para una asistencia técnica adecuada y el manejo eficiente de equipos de producción (Castillo, 2021, p. 64).

5.3 Confiabilidad

Cuadro20. Estadístico de fiabilidad según escala para las variables: Cooperativas y Desarrollo Productivo.

Variables	Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
Cooperativas	,800	,833	9
Desarrollo Productivo	,780	,799	8

Fuente: Base de datos -IBM SPSS statistics 22
Elaborado por Cayapa, G.I.,2022.

Análisis e interpretación

El coeficiente Alfa de Cronbach aplicado a los 12 socios con 9 ítems para la variable (cooperativa) y 8 ítems para la variable (Desarrollo productivo) dando un total de 17 ítems del instrumento, se calculó a través del software SPSS y su resultado es de 0.80 para la variable independiente y 0,78 para la variable dependiente, según la interpretación de Oviedo y Campo (2005) tiene una “confiabilidad aceptable”, porque se encuentra en el rango 0,70 – 0,90. Por lo tanto, se concluye que la consistencia interna del instrumento utilizado es aceptable y procede su aplicación.

De la tabla se puede promediar el alfa de Cronbach de los 17 ítems de las dos variables es de 0,79. Es un valor mayor a 0,70 por lo tanto los ítems de las variables tienen congruencia entre sí, lo que determina que la consistencia o confiabilidad del instrumento utilizado en el presente estudio es aceptable.

5.4 Análisis de cruce de variables

Cuadro21. Cuadro cruzado 23.X*7.Y

			7. (y) Los procesos para la concesión de créditos de las cooperativas son.			
			Media nament e eficien tes	Ni eficien tes ni deficie ntes	Media nament e deficie ntes	Tota l
23. (x) Los intercambios de experiencia y capacitación en la cooperativa son:	Medianament e eficientes	Recuento	9	1	0	10
		Frecuencia esperada	7,5	,8	1,7	10, 0
		% del total	75,0%	8,3%	0,0%	83, 3%
	Ni eficiente ni deficientes	Recuento	0	0	2	2
		Frecuencia esperada	1,5	,2	,3	2,0
		% del total	0,0%	0,0%	16,7%	16, 7%
Total		Recuento	9	1	2	12
		Frecuencia esperada	9,0	1,0	2,0	12, 0
		% del total	75,0%	8,3%	16,7%	100 ,0%

Fuente: elaboración propia a partir de encuestas a socios de la empresa “Innolac”.

Los resultados que se lograron percibir nos muestran que el 83,3% manifiestan que los procesos de concesión de los créditos son eficientes y es necesario acceder a la financiación acorde al tamaño de la empresa para de esta manera mejorar la producción y comercialización de productos de la empresa, y el 16,7% manifiestan que los intercambios de experiencia son medianamente eficientes, por tal razón es necesario implementar un plan estratégico para mejorar las relaciones sociales y de esta manera fomentar el desarrollo productivo dentro de la comunidad.

5.5 Comprobación de hipótesis

5.5.1 Hipótesis

Hi: La actuación de las cooperativas influye al desarrollo productivo. Caso Innolac.

H₀: La actuación de las cooperativas no influye al desarrollo productivo. Caso Innolac.

Nivel de significancia: $\alpha = 5\%$

5.5.2 Cálculo del Chi² para valorar la asociación entre ambas variables.

Cuadro22. Valores de significación alcanzados según el estadístico de chi² para las variables cooperativas y desarrollo productivo.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5,455 ^a	1	,020		
Corrección por continuidad ^b	,873	1	,350		
Razón de verosimilitudes	4,111	1	,043		
Estadístico exacto de Fisher				,167	,167
Asociación lineal por lineal	5,000	1	,025		
N de casos válidos	12				

a. 3 casillas (75,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,17.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Fuente: Base de datos- IBM SPSS statistic 22

Elaborado por Cayapa, G.I.,2022

Conclusión de la comprobación

Según el cuadro 22 de la prueba de Chi -Cuadrado, se observa que la significancia asintótica (bilateral) es de $0,020 < 0,05$, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa es decir que la actuación de las cooperativas influye al desarrollo productivo. Caso Innolac.

5.5.3 Cálculo del ANOVA para valorar la asociación entre ambas variables.

Para el cálculo estadístico, en el programa SPSS, se obtiene según la tabla de contingencia de las frecuencias absolutas observadas, y los porcentajes por columna y la variable independiente fue colocada en fila.

Los resultados alcanzados se muestran en el cuadro 23 donde se observa que el valor de significación (Valor crítico observado) es $0,000 < 0,05$, lo que nos permite afirmar que hay asociación entre las variables, es decir que las diferencias porcentuales son significativas en un nivel de confianza del 95%.

Cuadro23. Valores de significación alcanzados según el estadístico de resumen del modelo para las variables cooperativas y desarrollo productivo.

Resumen del modelo^b

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	,933 ^a	,870	,857	,147

a. Variables predictoras: (Constante), Los procesos para la concesión de créditos de las cooperativas son

b. Variable dependiente: Los intercambios de experiencia y capacitación en la cooperativa son:

Fuente: Base de datos -IBM SPSS statistics 22

Elaborado por Cayapa, G.I.,22

Cuadro24. Valores de significación según el estadístico de Anova para las variables cooperativas y desarrollo productivo.

ANOVA^a

Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1					
Regresión	1,450	1	1,450	66,852	,000 ^b
Residual	,217	10	,022		
Total	1,667	11			

a. Variable dependiente: Los intercambios de experiencia y capacitación en la cooperativa son:

b. Variables predictoras: (Constante), Los procesos para la concesión de créditos de las cooperativas son

Fuente: Base de datos -IBM SPSS statistics 22

Elaborado por Cayapa, G.I.,22

Interpretación

El coeficiente de correlación es de 9,33% y el coeficiente de determinación alcanza el 8,70%, estos valores indican que si existe una correlación importante en la variable desarrollo productivo y los niveles altos de actuación de cooperativas. A ello, se calculó el Anova, cuyo valor de la sigma (Valor crítico observado) es de $0,000 < 0,05$. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis H_0 y se acepta la hipótesis alternativa, es decir que la actuación de las cooperativas influye de manera positiva al desarrollo productivo.

Respecto a los dos cálculos del Chi2 y la Anova los resultados son similares y la significancia (valor crítico observado) es menor al 0,05 y el nivel de confianza es de 95% es aceptable, rechazando la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa por lo tanto procede su aplicación.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

- Mediante esta investigación se determina que la actuación de las cooperativas influye de manera medianamente eficiente con un 75%, para el desarrollo productivo, especialmente en la rentabilidad con un 91,70% y comercialización de la empresa “Innolac”, a pesar de que estas cooperativas tienen sus limitantes a la hora de hacer la sucesión de créditos debido a los trámites engorrosos, hasta ahora la empresa “Innolac” han hecho uso del crédito para la adquisición de maquinaria, pero no ha sido suficiente para elevar la producción y las ventas del producto que oferta, pero los resultados arrojados en la encuestas tiene un impacto positivo ya que la sucesión de créditos y la participación de la comunidad es de un 75% para forjar el desarrollo productivo de la comunidad local.
- Según el enfoque teórico, podemos afirmar que la actuación de las cooperativas genera grandes ventajas, apoya a la competitividad empresarial a través de la concesión de créditos financieros. Esto sumado a la inversión con capital propio es el impulso para crear una idea de negocio y hacerla realidad, mediante emprendimientos, asociación de emprendimientos familiares, etc. De otra parte, los valores cooperativos de igualdad, solidaridad, etc, van de la mano con los principios de participación libre democrática y bienestar por la comunidad que permiten tener estabilidad financiera y el crecimiento económico de la comunidad y la generación de fuentes de empleo.
- Una vez analizado los resultados, se realiza un plan estratégico en la empresa Innolac, los puntos destacados es distribución, ventas, comunicación y responsabilidad social, donde están detalladas cada una de las estrategias, por lo cual son pautas fundamentales que la empresa debe tomar en cuenta para que de esta manera sus productos alcancen su rentabilidad y posicionamiento de la marca en el mercado local y que su producto llegue en la mesa de las personas riobambeñas.

6.2 Recomendaciones

- Se recomienda acceder a financiamientos bancarios existente, teniendo en cuenta que la tasa de interés sea acorde al proyecto, que los requisitos de acceso sean viables, también haya ampliación de plazos de pago. Es necesario incentivar al personal de la empresa a capacitaciones permanentes en la organización para que conozcan con exactitud las disposiciones existentes en la empresa, de la misma manera hacer reuniones periódicas sobre el funcionamiento de la empresa, para lograr una efectiva coordinación y ejecución de roles. Por lo tanto, hacer énfasis en campañas de publicidad donde se establezcan estrategias para tener un lugar en la mente del cliente, de esta manera conquistar su atención y su fidelización.
- Se recomienda hacer alianzas con empresas aledañas y en conjunto solicitar cursos o capacitaciones sobre la educación financiera, que ayude a fortalecer y ahorrar recursos, de tener innecesarios e invertir en innovación con respecto a equipos tecnificados, difusión del producto y canales de distribución y ganar mercado; también no dejar de lado el marketing digital y hacer un estudio profundo de cooperativismo y como estas trabajan de manera conjunta, así creando cadena de valor viable para la organización y fomentar el desarrollo productivo.
- Se sugiere la ejecución del plan estratégico orientadas al desarrollo productivo con diversas actuaciones cooperativista, presentadas dentro de la propuesta para lograr la evolución de la empresa y la promoción del producto; para su posterior crecimiento en ventas.

CAPÍTULO VII

PROPUESTA

Desarrollo de un plan estratégico en la empresa “Innolac”, según datos corroborados mediante la investigación de campo, se procedió a seleccionar las estrategias adecuadas para implementar y fortalecer la comercialización y atracción de nuevos clientes.

7.1 Presentación

La empresa Innolac de la asociación Ñukanchik Ñan de la parroquia San Juan del Cantón Riobamba, provincia de Chimborazo es un emprendimiento familiar, que aprovechando los recursos busca abrirse paso en el mercado local y nacional, en la producción del queso fresco.

Al analizar la situación en la que se encuentra la organización, se plantea un enfoque de posicionamiento de la marca con la finalidad de tener una alta competitividad, a través de un plan estratégico que propone estrategias que permitan mantenerse en el mercado en la ciudad de Riobamba y a futuro expandirse a nivel nacional.

El plan cuenta con una estrategia de marketing enfocados en dar a conocer la marca a los clientes potenciales y que el producto Innolac forme parte de los hogares de Riobamba buscando canales de distribución y comercialización mediante el aprovechamiento de la digitalización dando movilidad a la página de redes sociales ya que es una página gratuita y tiene un gran alcance.

También el plan estratégico cuenta con un impulsador de ventas, se ve la necesidad de contratar un agente de ventas que cumpla con los objetivos y el posicionamiento de la marca reconociendo los puntos estratégicos y distribución del producto de esta manera se cumplan las ventas anuales que genere beneficios para la empresa y a sus ingresos económicos.

El trabajo presentado a continuación busca que la organización crezca y se desarrolle para que sus productos se establezcan en el mercado y alcanzar rentabilidad, ya que la asociación trabaja arduamente se espera que en días venideros rinda frutos y obtengan ingresos también ayuden al desarrollo y crecimiento de la comunidad de manera directa e indirecta.

Cuadro25. Cuadro explicativo de clientes.

<p>¿QUÉ SE IMPULSA?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento de la comercialización y distribución de los productos de la empresa “Innolac”
<p>¿A QUÉ SEGMENTO SE DIRIGE?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes fijos • Locales comerciales • Nuevos clientes • Clientes de Sierra y Costa
<p>¿QUÉ ELEMENTOS SE EMPLEAN?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Medios digitales • Internet • Equipos tecnológicos (celular, computadora, etc)
<p>¿QUÉ PRODUCTOS OFERTA?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Queso 700g • Queso 500g
<p>¿CUÁL ES LA VENTAJA COMPETITIVA?</p>	<p>El cliente puede adquirir el producto de buena calidad en dos presentaciones, contará con información completa del producto, de la misma manera puede establecer una comunicación directa a través de los medios digitales.</p>

Elaborado por: Gilma Cayapa

7.2 Objetivos de la propuesta

7.2.1 Objetivo general

Incrementar la venta de quesos frescos a un 70% captando 1200 litros de leche diarios, a través del plan estratégico enfrentando la etapa de crecimiento empresarial de la empresa Innolac.

7.2.2 Objetivos específicos

- Socializar la marca Innolac en medios masivos para captar nuevos clientes en el mercado local.
- Incrementar el número de unidades vendidas mediante la aplicación de estrategia de ventas para elevar los ingresos en la empresa Innolac.
- Generar un progreso económico y sustentable en la comunidad mediante la responsabilidad social.

7.3 Generalidades de la empresa

7.3.1 Datos generales de la empresa

La empresa Innolac es una empresa familiar que consta de 12 socios, ubicado en la parroquia San Juan de la comunidad de Chimborazo, referencia de ubicación: frente a la parada de cooperativa 2 de octubre. Actualmente se dedican a la producción y comercialización del queso fresco, según el número de establecimiento de registro 001, la actividad económica principal a la que se dedican es “actividades de asociaciones gremiales en defensa de los intereses de sus asociados, producción de leche y ventas al por mayor y menor de productos lácteos, establecida en la provincia de Chimborazo. Organización regulada y calificada según el registro único de contribuyente en cuanto a sociedades.

7.3.2 Misión

Innolac busca satisfacer las necesidades con sus productos y generar más empleo para el progreso económico y sustentable en la comunidad, caracterizándonos por ser una empresa con responsabilidad social que oferta al mercado los productos en dos presentaciones.

7.3.3 Visión

Ser una empresa líder a nivel nacional en la producción y comercialización del queso fresco de manera sostenido y ser reconocido en el mercado, también brindar prestigio, confianza y credibilidad por la calidad del producto que ofertan otros en el mercado.

7.3.4 Análisis FODA

Cuadro26. Análisis FODA “Innolac”

ANÁLISIS FODA	
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">- Infraestructura propia.- Mobiliario y maquinaria avanzada.- Certificaciones y registros sanitarios.	<ul style="list-style-type: none">- Alianzas estratégicas con las tiendas y supermercados de la localidad.- Participación a ferias nacionales- Afiliación a la Economía Popular y Solidaria.- Apoyo financiero externo
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">- Poca participación de los socios en las reuniones.	<ul style="list-style-type: none">- Posicionamiento de marcas reconocidas.

- Gestión comercial débil. - Sistema de comunicación débil.	- Caída de precios debido a la gran oferta de productos lácteos. - Creciente competencia local y nacional.
--	---

Fuente: Empresa “Innolac”

Elaborado por: Gilma Cayapa

7.3.5 Matriz de impacto de ocurrencia “Innolac”

Los valores que se asignaron a cada factor interno como externo, están tomados en cuenta desde 0.0 (sin importancia) a 1,0 (muy importante). Se debe tener presente que la suma de estos valores debe dar 1.

Para la calificación de cada factor y la calificación se divide en:

- Dado el valor cuando es un proceso muy bajo: se da calificación=1
- Dado el valor cuando es un proceso bajo: se da calificación=2
- Dado el valor cuando es un proceso regular: se da calificación=3
- Dado el valor cuando es un proceso alto: se da calificación=4
- Dado el valor cuando es un proceso muy alto: se da calificación=5

Cuadro27. Matriz de ocurrencia impacto de ocurrencia.

Matriz de impacto de ocurrencia			
Factores internos claves	Valor	Calificación	Valor ponderado
Fortalezas			
Infraestructura propia	0,2	5	1,0
Mobiliario y maquinaria avanzada	0,2	4	0,8
Certificaciones y registros sanitarios	0,3	5	1,5
Debilidades			
Poca participación de los socios en las reuniones	0,1	4	0,4
Gestión comercial débil	0,1	4	0,4
Sistema de comunicación débil	0,1	5	0,5
Total	1		4,6
Factores externos claves	Valor	Calificación	Valor ponderado
Oportunidades			
Alianzas estratégicas con las tiendas y supermercados de la ciudad	0,2	5	1,0
Participación a ferias nacionales	0,3	4	1,2

Afiliación a la Economía Popular y Solidaria	0,2	5	1,0
Amenazas			
Posicionamiento de marcas reconocidas	0,1	5	0,5
Caída de precios debido a la gran oferta de productos lácteos	0,1	4	0,4
Creciente competencia local y nacional	0,1	4	0,4
Total	1		4,5

Valor ponderación: **0,1**

Muy alto: 5
Alto: 4
Regular: 3
Bajo: 2
Muy bajo: 1

Fuente: Empresa “Innolac”

Elaborado por: Gilma Cayapa

7.3.6 Políticas de la empresa Innolac

- Distribución eficiente y eficaz de los quesos resaltando la calidad del producto.
- Proveer productos de calidad en dos presentaciones del queso fresco 500gr y 700gr.
- Difundir el producto en medios digitales y llegar a los consumidores e impregnar la marca.
- Impacto positivo de responsabilidad social empresarial “Innolac”

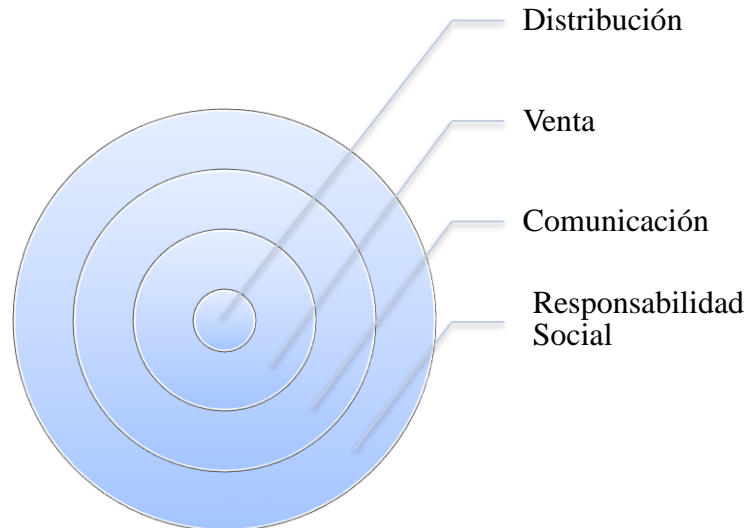
7.3.7 Meta de la empresa Innolac

- Ganar el mercado local de Riobamba especialmente en supermercados e hipermercados.
- Incrementar las ventas a un 70% captando 1200 de leche.
- Crear una página digital de Instagram donde todos los días dar seguimiento, de la misma manera que esté entrelazada con WhatsApp Bisnes.
- Promover la conservación de los recursos a través de programas empresariales que resalten la responsabilidad social.

7.4 Plan estratégico

Con base a los resultados obtenidos a partir de la encuesta realizada a los socios de la empresa “Innolac”, donde se reflejó las necesidades de la organización, se permite proponer estrategias que permitan fortalecer la venta, comercialización y comunicación de los productos de queso.

Figura 18. Figura 24. Plan estratégico propuesta.



Elaborado por: Gilma Cayapa

7.4.1 Plan estratégico – Distribución

Cuadro28. Estrategia 1 Desarrollo de nuevos mercados

<p>DESCRIPCIÓN: Con una visión creciente la empresa INNOLAC provee una distribución directa y selectiva de sus productos.</p>
<p>OBJETIVO: Colocar los productos “INNOLAC” en puntos estratégico de la ciudad para la venta, de modo que la marca vaya insertándose en el mercado y se pueda implementar una variación de productos.</p>
<p>FORMAS DE CONSEGUIR:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Distribución selectiva en lugares estratégicos y puntos de ventas como son los supermercados: Granis Panadería, La Ibérica, Panadería San Francisco, Panadería Santa Faz y Panadería el Cisne, con el objetivo de penetrar la marca en el mercado con un producto de calidad poniendo a su disposición al cliente en tiendas especializadas. • Canal de distribución indirecto corto con la finalidad de optimizar recursos y reducir costos de transporte a terceros lo cual es un ingreso adicional para la empresa.
<p>RECURSOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Material: Transporte, combustible

<ul style="list-style-type: none"> • Económico: \$400 		
PRESUPUESTO		
DETALLE	TIEMPO	PRECIO
Imagen corporativa y posicionamiento de marca	1 meses	\$400
RESPONSABLE: Administrador (Sr. Leonardo Ati)		

Elaborado por: Gilma Cayapa

7.4.2 Plan estratégico – Venta

Cuadro29. Estrategia 2 Impulsadores de la marca.

DESCRIPCIÓN: La estrategia consiste en vender quesos frescos de 500gr y de 700gr a un P.V.P. \$2,50 y \$3.50 respectivamente; los cuales poseen el sello primer registro de sello verde como empresa responsable con el medio ambiente.		
OBJETIVO: Ganar cuotas y participación de mercado con el queso en dos presentaciones en la ciudad, además posicionar la marca del sello verde en el país.		
FORMAS DE CONSEGUIR		
<ul style="list-style-type: none"> • Resaltar el sello en los empaques de cada una de las presentaciones, el agente de ventas debe enfatizar las características únicas que posee la marca y el producto en sí. 		
RECURSOS:		
<ul style="list-style-type: none"> • Material: Empaques, Certificación • Económico: \$1000 		
PRESUPUESTO		
DETALLE	TIEMPO	PRECIO
Posicionamiento de la marca	1 mes	\$ 1000.00
RESPONSABLE: Administrador (Sr. Leonardo Ati)		

Elaborado por: Gilma Cayapa

7.4.3 Plan estratégico – Comunicación

Cuadro30. Estrategia 3 Creación de la página de Instagram

DESCRIPCIÓN: Creación de publicidad móvil para Instagram de la empresa “Innolac”.		
OBJETIVO: Generar gran impacto en los consumidores de productos lácteos de la ciudad de Riobamba a través de la publicidad móvil para captar mayor cuota de mercado.		
FORMAS DE CONSEGUIR:		
<ul style="list-style-type: none"> • Gestionar permisos adecuados para la creación de la página de Instagram que pueda tener mayor difusión del producto. 		

<ul style="list-style-type: none"> • Generar impacto visual en la ciudadanía dando a conocer la marca a la mayor parte de audiencia posible. • Vincular con las diferentes cuentas de la empresa (Facebook, whatsapp Business). 		
RECURSOS:		
<ul style="list-style-type: none"> • Material: Equipos tecnológicos y internet. • Económico: \$5,10 		
PRESUPUESTO		
DETALLE	TIEMPO	PRECIO
Retroalimentación mediante redes digitales	1 mes	\$5,10
RESPONSABLE: Administrador (Sr. Leonardo Ati)		

Elaborado por: Gilma Cayapa

7.4.4 Plan estratégico – Responsabilidad social

Cuadro31. Estrategia 4 La empresa y el impacto ambiental.

DESCRIPCIÓN: Con una visión eficiente de recursos naturales y culturales con la finalidad de promover productos y servicios insostenibles, promoviendo la conservación de los recursos a través de programas empresariales que conduzcan a generar mínimo impacto negativo en el entorno y de esta manera mejorar y prolongar la vida de la población.		
OBJETIVO: Generar un impacto social, mediante los factores que participan en la responsabilidad social en dicho proceso con intención técnica, económica y financiera, pero que aporte la empresa “Innolac” ese impacto positivo al medio ambiente.		
FORMAS DE CONSEGUIR		
<ul style="list-style-type: none"> • Gestión del agua • Manejo adecuado de residuos sólidos • Uso racional de productos químicos • Respeto a la autenticidad sociocultural • Conservación del patrimonio cultural y sus valores tradicionales • Contribución al entendimiento, creatividad e innovación. 		
RECURSOS:		
<ul style="list-style-type: none"> • Material: Intervención de la comunidad y entidades gestoras de cuidado del medio ambiente. • Económico: \$0 		
PRESUPUESTO		
DETALLE	TIEMPO	PRECIO
Conservación de recursos y generar menos impacto ambiental.	1 mes	\$0
RESPONSABLE: Administrador (Sr. Leonardo Ati)		

Elaborado por: Gilma Cayapa

7.5 Presupuesto del plan estratégico

Cuadro32. Presupuesto de la propuesta

Estrategias	Presupuesto mensual	Presupuesto anual
Distribución	\$400,00	\$4800,00
Venta	\$1000,00	\$12000,00
Comunicación	\$5,10	\$61,20
Responsabilidad social	\$0,00	\$0,00
Total	\$1405,10	\$16821,20

Elaborado por: Gilma Cayapa

7.6 Cronograma de implementación

Cuadro33. Cronograma de actividades

Actividades	Fecha de inicio	Fecha de termino	2023									2024		
			Abr	May	Jun	Julio	Agst	sept	octub	nov	dic	enero	febrero	marzo
Presentación de la propuesta	01-abr-23		x											
Distribución- desarrollo de nuevos mercados	01-may-23	31-jul-23		x	x	x								
Ventas – impulsores de la marca	01-agst-23	30-sep-23					x	x						
Compra y creación de sellos	01-Oct-23	30-nov-23							x	x				
Comunicación- creación de la página de instagram	01-dic-23										x			
Responsabilidad social- la empresa y el impacto ambiental	03-dic-23	31-mar-24									x	x	x	x
Planificación del sistema de gestión de calidad y mejora continua	01-may-24	31-mar-24												

BIBLIOGRAFÍA

- Alban, G., Arguello, A., & Molina, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, 4(3), Article 3. [https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)
- Albuquerque, F. (2004). *El Enfoque del Desarrollo Económico Local*.
- Albuquerque, F. (2015). *Las Políticas de Desarrollo Productivo y el Desarrollo Económico Territorial*. 28.
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación Introducción a la metodología científica* (Sexta Edición). EDITORIAL EPISTEME, C.A.
- Barquero, A. V. (2002). Desarrollo endógeno. *Universidad Autónoma de Madrid*, 29.
- BME. (2022). *Ecuador: Panorama general*. <https://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview>.
- Boscán, M., & Sandra, M. (2010). *Cooperativas: Modelo socio-productivo para el desarrollo endógeno del sector plástico zuliano*. Vol. 10, 9.
- Burneo, S. N. (2016). *Inclusión financiera de las pymes en el Ecuador*. 49.
- Castillo Ruiz, C. K. (2021). *Proyecto del trabajo de titulación para la obtención del título de ingeniería comercial*. 88.
- Cimoli, M., & Vereinte, N. (Eds.). (2007). *Cinco piezas de política de desarrollo productivo*. Div.
- Cofrep, A. G. P. (2008). *Capital social en las asociaciones de ganaderos del noroccidente de Pichincha, Ecuador*. 139.
- Congreso Nacional. (2001). *Ley de cooperativas*. 33.
- Cracogna, D. (2013). Estado, cooperativas y legislación cooperativa en la hora actual. *Boletín de la Asociación Internacional de Derecho Cooperativo*, 47, Article 47. <https://doi.org/10.18543/baidc-47-2013pp111-127>.

- Durán, P. B., & Cabaleiro Casal, J. (2002). *La sociedad cooperativa: Fórmula empresarial idónea para el desarrollo rural endógeno y sostenible*. 18.
- Fernández, G., Narváez, M., & Senior, A. (2010). Organizaciones cooperativas en el contexto del desarrollo local: Una aproximación para su estudio. *Revista Venezolana de Gerencia*, 15(49), 87-102.
- Fernández, M. (2006). Las cooperativas: Organizaciones de la economía social e instrumentos de participación ciudadana. *Revista de Ciencias Sociales*, 12(2), 237-253.
- Fernández, M. E. (2006). Las cooperativas: Organizaciones de la economía social e instrumentos de participación ciudadana. *Revista de Ciencias Sociales*, 12(2), 237-253.
- Fuentes, J. M., Blanco, F. P., & Cámara, S. B. (2008). *Los determinantes de la competitividad en las cooperativas*. 18.
- Hernández, R. (2004). *Investigación no experimental*. EcuRed. https://www.ecured.cu/Investigación_no_experimental
- Martínez, L. (2016). “Comercialización de la producción lechera y las condiciones socioeconómicas de los lecheros minoristas de la comunidad de San Carlos, cantón Latacunga, parroquia Toacaso en el año 2015.” 172.
- Oviedo, H. C., & Campo-Arias, A. (2005). Metodología de investigación y lectura crítica de estudios. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 4. <https://www.redalyc.org/pdf/806/80634409.pdf>.
- Pierre, R., & Collion, M.-H. (2001). *Su contribución al fortalecimiento de las capacidades rurales y reducción de la pobreza*. 91.
- República del Ecuador Asamblea Nacional. (2011). *Ley orgánica de la economía popular y solidaria y del sector financiero popular y solidario*. <https://cosede.gob.ec/wp-content/uploads/2013/09/leyorganicadelaeconomiapopularysolidariaydelsectorfinanciero.pdf>.
- Rodríguez Jiménez, A., & Pérez Jacinto, A. O. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 82, 175-195. <https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>

- Romero, I. (2003). *Desarrollo endógeno y articulación productiva. un análisis del sistema productivo Andaluz*.
- Rovira, S., & Stumpo, G. (2013). *Entre mitos y realidades. TIC, políticas públicas y desarrollo productivo en América Latina*. 340.
- Ruiz, C. K. C. (2021). *Proyecto del trabajo de titulación para la obtención del título de ingeniería comercial*. 88.
- Server, R., & Vicedo, J. (2009). *La Responsabilidad Social Empresarial en un contexto de crisis. Repercusión en las Sociedades Cooperativas*. 26.
- Tapias Martínez, J. G. (2017). Renacer en lo concreto: habitar este territorio implica el reconocimiento del otro, promesas de perdón y resistencias al olvido. *Módulo Arquitectura CUC*, 18(1), 93-118. <https://doi.org/10.17981/moducuc.19.1.2017.06>
- Ulcuango, M. V. U. (2017). *Modelo de gestión para el área de producción de la microempresa de lácteos produlutsa ubicada en la ciudad de Cayambe*. 137.
- Vargas, A. (1995). *La identidad cooperativa y la cooperativa como empresa: Luces y sombras*.
http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/7816/La_identidad_cooperativa.pdf?sequence=2
- Vázquez Barquero, A. (2007). *Desarrollo endógeno. Teorías y políticas de desarrollo territorial*. 29.

ANEXOS

Anexo 2: Encuesta sobre cómo la actuación de las cooperativas influye al desarrollo productivo. Caso Innolac.



UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
CHIMBORAZO

La presente encuesta tiene como objetivo determinar la influencia de la actuación de las cooperativas y su aporte al desarrollo productivo. Caso “INNOLAC”.

Lea detenidamente cada una de las preguntas y selecciones una respuesta según su criterio.

Nota: La información solicitada será de carácter confidencial y utilizado para fines académicos.

PARTE I: Datos Informativos:

1. ¿Qué tiempo tiene constituido su empresa Innolac?

- 1-5 años ()
- 6-9 años ()
- O más de 12 años ()

2. ¿De qué manera financió el inicio de actividades de la empresa, marque con una X

a. Capital propio	
b. préstamo bancario	
c. capital de socios	
d. préstamo informal	

3. ¿Usted considera que los socios de la empresa Innolac conocen la misión, visión, valores y políticas de la misma, marque con una X.

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Indiferente	
Desacuerdo	
Totalmente desacuerdo	

4. Diga qué nivel profesión usted posee para ejercer su cargo. Marque con una X

Licenciado	
Especialización	
Maestría	
Doctorado	
Técnico Superior	
Otro	

5. En relación a los beneficios ¿Usted está satisfecho con el reconocimiento que recibe por parte de la empresa? Marque con una X

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Indiferente	
Desacuerdo	
Totalmente desacuerdo	

6. Del siguiente listado ¿Qué recomendarías mejorar dentro de la empresa? Marque con una X.

Participación en la toma de decisiones	
Mejor uso en los medios de comunicación	
Retroalimentación de resultados	
Sistemas tecnológicos	
Pronta respuesta a eventualidades	
Otro ¿Cuál?	

PARTE II: Cooperativas

1. Los procesos para la concesión de créditos de las cooperativas son. Marque con una X

Altamente eficientes	
----------------------	--

Medianamente eficientes	
Ni eficientes ni deficientes	
Medianamente deficientes	
Altamente deficientes	

2. ¿Los productos de crédito mantienen la fidelización de los clientes?

- SÍ ()

- NO ()

3. La concesión de crédito le han permitido obtener. Marque con una X

Alta rentabilidad	
Mediana rentabilidad	
Baja rentabilidad	

4. Cuál es el porcentaje de participación de comunidad con el producto de la empresa “Innolac”. Marque con una X

De 75% al 100%	
De 50% al 75%	
De 25% al 50%	
Menos del 25%	

5. Cuál es el porcentaje de participación de los créditos de la cooperativa en la comunidad. Marque con una X

De 75% al 100%	
De 50% al 75%	
De 25% al 50%	
Menos del 25%	

6. Cuál es el porcentaje de participación de los socios en la cooperativa. Marque con una X

De 75% al 100%	
De 50% al 75%	
De 25% al 50%	
Menos del 25%	

7. ¿Según el tipo de responsabilidad otorgados en la organización los socios son más eficientes?

- SÍ ()
- NO ()

8. ¿La cooperativa cumple con los objetivos de apoyo al desarrollo local?

- SÍ ()
- NO ()

9. ¿El trabajo con capital ajeno le ha permitido mejorar los niveles de competitividad?

- SÍ ()
- NO ()
- A VECES ()

PARTE III: Desarrollo Productivo

1. la empresa mantiene innovación en. Marque con una X

a. Maquinaria	
b. Tics	
c. Diseño de nuevos productos	
d. Sistemas de comercialización	

2. Qué nivel de tecnología utiliza su empresa para la producción. Marque con una X

Alta tecnología	
Media tecnología	
Poca tecnología	
A veces	

3. El proceso de producción y comercialización en la actualidad es el mismo que hace 5 años?

- SÍ ()
- NO ()

En caso de su respuesta ser “No” cuál es la diferencia.....

4. Cuál es el margen de relación de ingresos frente a los gastos. Marque con una X

Más del 50%	
-------------	--

Del 25 al 50%	
Del 15 al 25%	

5. Cuál es el desempeño del crecimiento de ventas anual. Marque con una X

De 75% al 100%	
De 50% al 75%	
De 25% al 50%	
Menos del 25%	

6. Según la capacidad de producción cuanto queso produce al día. Marque con una X

De 75 a las 100 unidades	
De 50 a las 75 unidades	
De 25 a las 50 unidades	
Menos de 25 unidades	

7. Cada que tiempo hace la asistencia técnica de los equipos de producción. Marque con una X

Anual	
Mensual	
Semanal	
Todos los días	

8. Los intercambios de experiencia y capacitación en la cooperativa son. Marque con una X

Altamente eficientes	
Medianamente eficientes	
Ni eficientes ni deficientes	
Medianamente deficientes	
Altamente deficientes	

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo: 3 Operacionalización de las variables

Cuadro34. Variable independiente: Cooperativas

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Técnicas e instrumentos
<p>COOPERATIVAS Es una empresa de producción, con una participación libre democrática conformada por personas que tienen un mismo objetivo. La participación de cada socio es beneficioso por el trabajo incorporado al objetivo común, Fernández. M (2006)</p>	Producción	<ul style="list-style-type: none"> -Tipos de procesos -Nivel de calidad del producto -Nivel de rentabilidad 	<p>Técnica: Observación Encuesta Instrumento Cuestionario</p>
	Participación libre democrática	<ul style="list-style-type: none"> -Porcentaje de participación de comunidad -Porcentaje de participación de instituciones -Porcentaje de participación de socios 	<p>Técnica: Observación Encuesta Instrumento Cuestionario</p>
	Objetivos comunes	<ul style="list-style-type: none"> -Tipo de responsabilidad -Cumplimiento de objetivos -Nivel de competitividad 	<p>Técnica: Observación Encuesta Instrumento Cuestionario</p>

Elaborado por: Gilma Cayapa

Cuadro35. Variable dependiente: Desarrollo Productivo.

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Técnicas e instrumentos
<p>DESARROLLO PRODUCTIVO Las políticas que los países de América Latina llevan adelante en cinco áreas decisivos del desarrollo productivo: fomento a la innovación, articulación entre empresas, principalmente pequeñas y mediana; desarrollo agropecuario; avances hacia las sociedades de la información y atracción de inversión extranjera directa. (Cimoli & Vereinte, 2007)</p>	Desarrollo Productivo	-Tipos de innovación -Nivel de tecnología -Aplicación del conocimiento	<p>Técnica: Observación Encuesta Instrumento: Cuestionario</p>
	Innovación	-Nivel de ingresos frente a gastos -Crecimiento de ventas -Capacidad de producción	<p>Técnica: Observación Encuesta Instrumentos Cuestionario</p>
	Sociedades de la información	-Nivel de asistencia técnica -Intercambio de experiencia -Nivel de tecnología	<p>Técnica: Observación Encuesta Instrumentos: cuestionario</p>

Elaborado por: Gilma Cayapa

Anexo 4: Evidencias de visita a la empresa “Innolac”.

Empresa Innolac y el Administrador Leonardo Aty.



Recolección de leche





Anotación de litros recibido de cada proveedor.



El cernido de la leche



Cocción de la leche



Moldes para dar forma al queso



Maduración del queso



Almacenamiento del queso 500g y 700g



Visita final

