



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA  
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TÍTULO:**

**CAPACITACIÓN PARA INCREMENTAR VENTAS DE LA ASOCIACIÓN DE  
PRODUCTORES DE GANADO PORCINO DEL SITIO EL PROGRESO DEL  
CANTÓN ARENILLAS**

**TRABAJO PRÁCTICO DE EXAMEN COMPLEXIVO, PREVIO A LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL MENCIÓN  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORA:**

**0705096626 - ESPINOZA CAMPOVERDE VERÓNICA JULIANA**

**MACHALA OCTUBRE 2015**

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTORÍA

Yo, **ESPINOZA CAMPOVERDE VERÓNICA JULIANA**, con C.I. 0705096626, Estudiante de la carrera de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS de la UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA, en calidad de Autora del siguiente trabajo de titulación CAPACITACIÓN PARA INCREMENTAR VENTAS DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE GANADO PORCINO DEL SITIO EL PROGRESO DEL CANTÓN ARENILLAS

- Declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional. En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad del mismo y el cuidado al remitirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto, asumiendo la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera EXCLUSIVA.
- Cedo a la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA de forma NO EXCLUSIVA con referencia a la obra en formato digital los derechos de:
  - a. Incorporar la mencionada obra al repositorio digital institucional para su democratización a nivel mundial, respetando lo establecido por la Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial-Compartir Igual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0), la Ley de Propiedad Intelectual del Estado Ecuatoriano y el Reglamento Institucional.
  - b. Adecuarla a cualquier formato o tecnología de uso en internet, así como incorporar cualquier sistema de seguridad para documentos electrónicos, correspondiéndome como Autor(a) la responsabilidad de velar por dichas adaptaciones con la finalidad de que no se desnaturalice el contenido o sentido de la misma.

Machala, 16 de noviembre de 2015

  
**ESPINOZA CAMPOVERDE VERÓNICA JULIANA**  
C.I. 0705096626

**CAPACITACIÓN PARA INCREMENTAR VENTAS DE LA ASOCIACIÓN DE  
PRODUCTORES DE GANADO PORCINO DEL SITIO EL PROGRESO DEL  
CANTÓN ARENILLAS**

**VERÓNICA JULIANA ESPINOZA CAMPOVERDE**

**C.I. 0705096626**

**julive98@hotmail.com**

## AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de tesis primeramente me gustaría agradecerle a ti Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hiciste realidad este sueño anhelado.

A mi Esposo a mi hija Danna, quienes sumaron esfuerzo y se convirtieron en un pilar fundamental; para no desmayar en la búsqueda de este objetivo.

Mi profundo y sincero agradecimiento al Ing. Mario Tello , por su colaboración y apoyo durante la investigación de mi trabajo por ser mi guía.

## **DEDICATORIA**

A Dios y al Señor Jesucristo por darme las bendiciones de paciencia, y salud; que me han permitido obtener un logro más en mi existencia.

A mis padres por ser guía y ejemplo a seguir en los inicios de mi vida, y su sabiduría, paciencia, respeto y consejos fueron una guía importante, para ser la Persona que actualmente soy.

A mi Esposo Raúl Moposita a mi Hija Danna quienes permanentemente dieron muestras de comprensión y paciencia y se convirtieron en fortaleza para salir adelante.

A mis hermanos y Familiares por su ayuda contribución en el desarrollo personal y profesional.

## RESUMEN

Las pocas asociaciones comunitarias de productos agrícolas y en particular para la producción de carnes de cerdo en la provincia de El Oro, se encuentran desorganizadas, desmotivadas y con una deficiente gestión por parte de sus directivos y despreocupación de sus asociados, sumado a éste problema, la desatención de los gobiernos locales que no mejoran sus vías de acceso.

El aprovechamiento del Ministerio de Agricultura Ganadería, Acuacultura y Pesca, MAGAP, que ofrece capacitaciones gratuitas a las comunidades organizadas, fue bienvenida por la asociación de criadores porcinos del sitio El Progreso de la Parroquia Palmales perteneciente al cantón Arenillas, de forma oportuna llegando al límite de una posible disolución por falta de organización y compromiso de los socios.

El liderazgo del señor Don Geiber Motoche Rivera, presidente de la asociación jugó un papel decisivo a la hora de motivar a los socios con una propuesta que rompió paradigmas, al sugerir un relanzamiento de la organización de las ventas de carne de cerdo tecnificada, que con la ayuda y la presencia de los técnicos del MAGAP, se logró grandes expectativas y satisfacción de los socios.

La presencia de los productos de carne de cerdo higiénicamente procesados en nuevos mercados de la provincia de El Oro, proporcionaran incremento en la demanda, lo que vislumbra una mayor producción que generará mayores ingresos y beneficios a la asociación, que bien canalizado las utilidades e invertidas en las instalaciones proyecta una empresa comunitaria sostenible y sustentable.

### **PALABRAS CLAVES**

Productos agrícolas, MAGAP, capacitación, asociación, organización

## SUMMARY

The few community associations of agricultural products and in particular for the production of pork in the province of El Oro, are disorganized , unmotivated and poor management by its directors and disregard of its partners, in addition to this problem, the neglect of local governments that do not improve their access roads. The use of the Ministry of Agriculture, Livestock , Aquaculture and Fisheries , MAGAP , offering free training to organized communities, was welcomed by the Association of swine breeders of site Advancement of Palmales parish belonging to the canton Arenillas , timely reaching the limits a possible solution for lack of organization and commitment of partners .

The leadership of Mr. Don Geiber Motoche Rivera, president of the association played a decisive role in motivating partners with a proposal that broke paradigms , suggesting a revival of the sales organization tech pig meat , which aid and the presence of technicians MAGAP , high expectations and member satisfaction was achieved.

The presence of the products of pork hygienically processed into new markets in the province of El Oro, provide increased demand , which sees increased production will generate increased revenues and profits to the association , which is well channeled profits and inverted on-site projects a sustainable and viable community enterprise .

### KEYWORDS

Agricultural products , MAGAP , training , association, organization

## INDICE GENERAL

PORTADA.....	I
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTORÍA .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
DEDICATORIA.....	V
PALABRAS CLAVES .....	VI
SUMMARY .....	VII
INDICE GENERAL .....	VIII
INTRODUCCIÓN .....	9
Contextualización .....	10
Indicadores.....	11
Objetivo General .....	13
Ventajas competitivas. ....	13
MISIÓN .....	14
VISIÓN .....	14
Programa de capacitación para incrementar las ventas.....	14
Cierre .....	17
REFERENCIAS.....	18
<b>[Urkund] 6% de similitud - julive98@hotmail.com .....</b>	<b>19</b>



## INTRODUCCIÓN

Según SIPSA, (2012), el mercado mundial la crianza de ganado porcino ha tenido un crecimiento extraordinario en grandes países de Asia como China, con un total de 49.500 miles de Tm, seguido por la Unión Europea con 22.515 miles de Tm, continuando con los Estados Unidos con una producción de 10.278 miles de Tm, dada a sus propiedades nutritivas, un excelente trabajo de investigación de mercado, una agresiva campaña promocional y publicitaria y los avances en los mejoramientos tanto en la producción y procesamiento de su carne, que han permitido un crecimiento constante en los niveles de preferencia debido a una múltiple diversidad de sus presentaciones.

Según SIPSA, (2012), el Ecuador es un país que no se ha caracterizado por ser un gran productor de carne porcina, debido a que en las pasadas décadas era muy dependiente de las importaciones de embutidos de carne, pero en la actualidad se procesa en cantidades considerables bajo licencias de empresas internacionales; en lo que se refiere a América Latina; es Brasil uno de los países con mayor producción de ganado porcino

Por otro lado según ASPE, (2012) En el Ecuador a finales del año 2012, se contabilizaron unas 1.737 granjas porcinas, esto es según datos del censo de ganado porcino, que se trata de centros de crianza con un promedio proyectado de más de cinco hembras por granja, Adicionalmente existirían más de 70.000 mil productores domésticos (traspatio), con una producción promedio de 20 animales dedicados a la comercialización de la carne, lo que da un total proyectado de unos 1,4 millones de cerdos.

Cabe resaltar que según ASPE (2010) indica que de las granjas existentes, alrededor de aproximadamente unas 500 son tecnificadas, es decir, su producción es industrial intensiva; los datos estadísticos explican que, en su mayoría, la carne de cerdo producida proviene de los criaderos traspatio, que según la Asociación Ecuatoriana de Porcicultores ASPE en el 2010, los traspacios generaron 88.911 toneladas de carne, en cambio, la tecnificada alcanzó las 45.614 toneladas.

Pese al crecimiento, el censo reveló inclusive, que existe un alto nivel de informalidad en el sector. Las cifras estadísticas demuestran que solamente el 12% de las granjas a nivel nacional están registradas ante Agrocalidad, y que únicamente el 2% cuenta con registros del Ministerio de Ambiente y solo el 7% tiene autorizaciones municipales.

El programa nacional sanitario porcino, promocionado por el Ministerio de Ambiente, indica que hay que darle toda la importancia a la mejora de la producción de carne de cerdo, debido a que se proyectaría como un producto de exportación aprovechando la cercanía con la frontera sur con la Republica del Perú, lo que generaría grandes posibilidades de crecimiento para la asociación de ganado porcino del sitio el Progreso del cantón Arenillas

Según el MAGAP, (2010), en los actuales momentos, no se exporta; sin embargo, sí se importa algunas partes de cerdo, pero sobre todo grasa, no carne. Solo en el 2010 se importaron 13.610 toneladas de cueros, recortes con grasa como chuletas, tocinos, tocinetas, entre otros. El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura, y Pesca, la industria porcina en el Ecuador es poco desarrollada debido a que más del 80% de la producción tiene su origen en los criaderos de tipo casero; y, sólo un 20% en granjas

son tecnificadas, produciendo con la diferencias de que la oferta y la calidad son deficientes.

La escases de reproductores para el mejoramiento genético, repercute en los bajos rendimientos. La producción del país es deficitaria frente a la demanda interna; estableciéndose una disponibilidad aparente per cápita no mayor a los 2Kg/habitante/año.

El presente trabajo de investigación es para incrementar la producción y comercialización de la carne de cerdo de la Asociación de productores de ganado porcino del sitio El Progreso perteneciente al cantón Arenillas en provincia de El Oro, el sitio carece de granjas tecnificadas que permitan un mejor entorno para la crianza y comercialización del cerdo. La carne del cerdo es una de las carnes más apetecidas debido a su sabor y, en el Ecuador es común ver como estos animales son criados de forma artesanal, sin aplicar procesos tecnológicos que optimicen un mejor rendimiento de su producción y además que no se contamine el entorno.

### CUADRO N° 1

#### Grafico estadístico de crianza porcina por regiones en el Ecuador

REGIONES	FINCAS		CABEZAS	
REGIÓN	NÚMERO	%	NÚMERO	%
SIERRA	321.037	72.9	986.219	64.6
COSTA	96.230	21.8	454.771	29.7
AMAZONÍA	21.029	4.8	74.288	4.9
INSULAR	240	0.1	2.464	0.2
ZONA NO DELIMITADA	1,9	0.4	9.372	0.6
TOTAL	440.475		1.527.144	100%

Fuente: ASPE. Datos Estadísticos Sector Porcino Ecuatoriano. 2013.

La poca producción de ganado porcino en la localidad ha logrado controlar de manera efectiva las plagas y enfermedades propias que desarrollan estos animales, lo cual demuestra que su aplicación permite dar un mayor grado de confianza y de seguridad a la inversión realizada por la asociación.

#### Contextualización

Los moradores pertenecientes a la asociación de ganaderos porcinos del Sitio el Progreso de la ciudad de Arenillas se encuentran comprometidos con la prioridad de ofrecer la comercialización de este tipo de producto en mejores condiciones, ya que esto incorporaría nuevas plazas de trabajo de manera directa e indirecta en las zonas de influencia y dinamizaría la economía del local.

Dentro de la dificultad para la incrementar la producción y comercialización de carne de cerdo, se prevé que la producción de carne proyecta expectativas positivas, lo cual motivará a que las asociaciones de trabajadores agropecuarios autónomos del sitio El Progreso a que se motiven a invertir en el proyecto. El presente trabajo de investigación

campo se lo realizará en el mismo sitio perteneciente al cantón Arenillas, provincia de El Oro.

Según GESTIOPOLIS, (2012), La producción es el estudio de las técnicas de gestión empleadas para conseguir la mayor diferencia entre el valor agregado y el costo incorporado consecuencia de la transformación de recursos en productos finales.

Por otro lado, QUEZADA CASTRO (2010), indica que el conjunto de servicios básicos para el funcionamiento de una economía moderna, también su nombre denota a través de su preposición infra, el concepto estructura inferior, es decir aquella que se ubica bajo de otras cosas, lo que implica un tratamiento especial debido a que la asociación está conformada por campesinos de la comunidad y sus alrededores

Según el MAGAP, (2012), se consumían de unos 73 a 75 mil kilos de carne de cerdo en la provincia de El Oro, y a mediados del año 2013, se consumían alrededor de unos 50 mil kilos, por lo que el sector está sufriendo considerablemente en las pérdidas económicas; sin embargo, tardará un poco recobrar la confianza en el consumo de carne porcina, lo que se puede evidenciar el problema en la disminución de carne de cerdo que se faena a diario en el camal del cantón Arenillas

El sitio el Progreso, pertenece a la Parroquia Palmales del Cantón Arenillas en las estribaciones de la cordillera Occidental de los Andes por ser parte de una zona muy irregular; por su cercanía a la Provincia de Loja, las migraciones se produjeron en la década del 70, cuando la crisis económica producida por la sequía obligaba a la personas a salir en busca de nuevas fuentes de trabajo.

Este sector se encuentra aproximadamente a unos a 20km de distancia de la ciudad de Arenillas; y, a unos 5.5 km del centro de la parroquia de Palmales, que es una área rural agropecuaria de la región, se caracteriza por tener una topografía irregular con clima tropical seco que varía de 25 a 30 grados, cuyas familias trabajan de forma artesanal en sus fincas y parcelas que son propiedades que les permiten subsistir, es una población sumamente pobre que permanentemente emigran a otras ciudades y fuera del País buscando mejores fuentes de trabajo.

## **Indicadores**

Según el INEC, (2010), Las actividades productivas predominantes según el censo del año 2010 son: El 45% agrícola, el 20% jornaleros, 15% porcino el 10% ganadería y el 10% comercio. Además los moradores del sitio y sus alrededores se quejan constantemente de las autoridades de que el Sitio, no recibe apoyo del gobierno local y Provincial de El Oro, por lo que con sus limitados recursos continúan sobreviviendo de las actividades artesanales

## CUADRO N° 2

Cuadro estadístico de la producción porcina nacional

FINCAS			CABEZAS	
PROVINCIAS	NÚMERO	%	NÚMERO	%
AZUAY	56.031	12.71	130.108	8.52
BOLIVAR	26.742	6.01	84.094	5.51
CAÑAR	19.314	4.38	52.262	3.42
CARCHI	6.332	1.44	15.823	1.04
COTOPAXI	39.151	8.89	104.033	6.81
CHIMBORAZO	54.418	12.37	142.788	9.35
EL ORO	7.268	1.65	39.958	2.62
ESMERALDAS	7.107	1.61	41.276	2.70
GUAYAS	28.468	6.46	125.878	8.24
IMBABURA	15.313	3.48	40.228	2.63
LOJA	35.480	8.05	137.902	9.03
LOS RIOS	16.747	3.80	58.251	3.81
MANABI	36.640	8.32	189.412	12.40
MORONA SANTIAGO	8.321	1.89	28.489	1.87
NAPO	978	0.22	3.954	0.26
PASTAZA	1.066	0.24	3.155	0.21
PICHINCHA	28.646	6.50	189.102	12.38
TUNGURAHUA	39.817	9.04	89.878	5.89
ZAMORA CHINCHIPE	3.923	0.89	14.791	0.97
GALAPAGOS	240	0.05	2.464	0.16
SUCUMBIOS	4.305	0.98	15.153	0.99
ORELLANA	2.437	0.55	8.746	0.57
ZONAS NO ASIGNADAS	1.939	0.44	9.372	0.61
<b>TOTAL</b>	<b>440.476</b>	<b>100</b>	<b>1.527.112</b>	<b>100%</b>

Fuente: Banco Central 2015

En la tabla que presenta el Banco Central del Ecuador, se puede evidenciar que las provincias la sierra mantienen la hegemonía en la producción y comercialización de carne de cerdo, solo las provincia de Manabí y Guayas compiten considerablemente; pero en la provincia de El Oro con apenas un 2.62% de participación, denotan una pobre producción.

### CUADRO N° 3

#### Granjas de ganado porcino en la provincia de El Oro

PROVINCIA DE EL ORO	
Provincias	Granjas
Arenillas	18
Atahualpa	10
Balsas	103
Las Lajas	21
Marcabelí	20
Piñas	128
Portovelo	1
Zaruma	12

Fuente: Banco Central 2015

Los datos estadísticos del cuadro que presenta el Banco Central, muestran que en las poblaciones de Piñas y Balsas, existen granjas que se dedican exclusivamente a la producción de carne de cerdo y que poseen un alto dominio en la comercialización, quedando evidenciado una baja participación del cantón Arenillas, pero al mismo tiempo es una oportunidad debido a que los principales cantones como: Machala, Pasaje, Santa Rosa, y Huaquillas, no son competencia, lo que proyecta y motiva a incursionar en esos nichos de mercado

La producción de carne de la asociación para finales del último mes del primer semestre del 2015 fue de unos 10.800 dólares, según datos otorgados por el señor presidente don Geiber Motoche Rivera, y según dijo ha sido la venta más alta de los últimos tiempos lo que demuestra de que en el mejor de los casos, si se divide esta cantidad para los 26 socios quedarían apenas unos 415 dólares al mes para cada socio, menos los gastos de operación por cada mes; resulta una cifra de unos 320 dólares por cada socio.

#### **Objetivo General**

Desarrollar un programa de capacitación considerando los elementos del mercado, para incrementar las ventas de carne de cerdo de la asociación de productores de ganado porcino del sitio El Progreso del cantón Arenillas.

#### **Ventajas competitivas.**

La Asociación de productores de ganado porcino del Sitio el Progreso cuenta ya con Personería Jurídica mediante Acuerdo Ministerial N° 0285 de fecha 22 de Abril del 2003 y registrado legalmente con su directorio, consolidado en el aspecto organizativo; para solucionar en parte la crisis económica de este grupo social, familiar y comunidad, que para el efecto propuso el proyecto de una empresa comunitaria de cría, y engorde, de ganado porcino para la comercialización, por lo que cuentan con un área de terreno de 500 mts cuadrados

El terreno se encuentra aproximadamente a unos 150 mts, de distancia de la cabecera central del poblado, en donde se cuenta con agua, luz, y vías en buen estado, dando un libre acceso para éste tipo de actividades. La Asociación de productores de ganado porcino del Sitio el Progreso inicio su labor con su presidente el Sr. José Iñiguez Castillo, el cual brinda su apoyo a sus 26 socios.

En la última sesión que se llevó a cabo con la Junta General de socios, efectuada el día 23 de Agosto del año 2015, con una asistencia de 21 miembros, con una amplia mayoría fue nombrado el Sr. Filomeno Neira Solano en calidad de Administrador, el Sr. Geimer Motoche Rivera, como Presidente y la Sra. Rosa Castillo Benavides como Secretaria de la Asociación; cumpliendo con los requisitos previstos en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, del Sector Financiero Popular y Solidario, el Reglamento General y el estatuto social de la Asociación.

La asociación posee una misión y visión que fortalecen la organización de los socios, permitiéndoles conocer la razón de ser de la asociación y hacia donde pueden proyectarse y llegar, son las bases en las que se fundamenta y fortalece el crecimiento de una organización sustentable y sostenible, siendo sus actividades, inclusive amigable con el medio ambiente.

## **MISIÓN**

Producir y comercializar la mejor carne de cerdo utilizando lo óptimo en tecnología dispuesta en el mercado, para satisfacer al cliente, contribuyendo a la sociedad y al medio ambiente ofreciendo un producto de calidad y precios bajos.

## **VISIÓN**

Ser una empresa líder sustentable e innovadora en la venta de carnes de cerdo en la provincia del Oro y la región, generando una cultura de servicio y calidad amigable con el medio ambiente

## **Programa de capacitación para incrementar las ventas**

### **Estrategia del Producto**

<b>ESTRATEGIA</b>	<b>ACCIÓN</b>
Hacer un seguimiento a los principales clientes para determinar el nivel de satisfacción que han tenido con los productos y los servicios ofertados por la asociación	Visitar y hacer llamadas telefónicas a los principales clientes para verificar su satisfacción.
Brindar descuentos del 5% a clientes mayoristas, por los pedidos considerables que pudieran hacer del producto	Establecer un cronograma de visitas posventa y Constatar con la empresa la lista de mayoristas
Ofrecer asesoría gratuita de cómo debe ser la presentación del producto en los lugares de expendio	Contactar con el cliente para observar la forma de presentación y dar sugerencias
Asumir los costos de los inconvenientes en la entrega del	Realizar las reparaciones pertinentes

producto, y ofrecer mantenimiento de frigoríficos de los distribuidores	Verificar con el distribuidor que la falla ha sido reparado y constatar su satisfacción.
Utilizar modernos mostradores frigoríficos de venta y de alta tecnología que ahorren costos y tiempo para mantenimiento.	Gestionar la adquisición de equipos completos y modernos

### Estrategias de precio

<b>ESTRATEGIA</b>	<b>ACCIÓN</b>
Gestionar convenios con colaboradores que brinden insumos a precios bajos, para reducir los costos, y ofertar al mercado productos de mejor calidad	Evaluar a proveedores para calificar la mejor oferta, y acordar las condiciones en cuanto a plazo de pagos, créditos, entrega y garantías.
Hacer investigaciones sobre precio de los productos que ofrece la competencia como referencia promedio de decisión de compra	Monitorear los precios de los mercados de la competencia y establecer precios con base a los costos mínimos de producción
Realizar una alianza estratégica con el Banco de Fomento, dando prioridad al financiamiento de mejoras de la Asociación	Realizar una alianza estratégica con el banco de Fomento y establecer las condiciones de este convenio con la fijación de tasas especiales, que abaratan la gestión.

### Estrategia de Plaza

<b>ESTRATEGIA</b>	<b>ACCIÓN</b>
Entregar de manera oportuna y en buenas condiciones los productos y servicios que se ofrecen, ajustándose a los requerimientos establecidos con los distribuidores	Realizar una planificación efectiva dentro del proceso de negociación y mantener una producción adecuado del producto para satisfacer la demanda.

### Estrategias de Promoción

<b>ESTRATEGIA</b>	<b>ACCIÓN</b>
Colocar anuncios publicitarios de los productos que oferta la Asociación en catálogos y anuncios de gigantografía en la ciudad y los principales cantones de la provincia de El Oro.	Gestionar el diseño del anuncio publicitario acordando el precio, condiciones de pago y los descuentos por volumen
Colocar anuncios de la Asociación y sus productos en los diarios de mayor circulación, todos los domingos al año.	Definir que diario realizara la respectiva actividad, Acordar el precio, condiciones de pago, y diseñar la forma e imagen en que debe presentarse los anuncios
Fomentar la comunicación abierta y directa entre los clientes y la	Gestionar en CNT el sistema 1800-Aso-Agri-Por.

asociación mediante la creación de una línea 1800-Aso-Agri-Por.	
Crear una página web, dando la oportunidad a los clientes de conocer a la Asociación y realizar preguntas, quejas y sugerencias.	Definir la empresa que realizara la respectiva actividad, establecer el precio y condiciones de pago, y diseñar la página web

### Estrategias de fuerza de ventas

ESTRATEGIA	ACCIÓN
Participar con un stand en la Cámara de Industria en las fiestas de Machala, para exponer a la comunidad las bondades de la empresa y la oferta de productos de carne de cerdo	Realizar la reservación del stand, establecer un cronograma, que incluya costos, recursos, tiempo y responsables, preparando hojas volantes y material vistoso para ser exhibido en la feria.
Realizar campañas de promoción en entidades públicas y privadas asociaciones de expendedores de carnes de mayor relevancia en la provincia.	Organizar una agenda para las visitas, y preparar una presentación en power point, y videos sobre la Asociación
Capacitar al personal cada trimestre para desarrollar habilidades y técnicas de calidad de servicio al cliente	Constatar Técnicos para la capacitación, establecer precios y cronograma, y local funcional.

### Presupuesto para incrementar las ventas

DETALLE	CANTIDAD	PRE. UNI.	COSTOS
A.- LOGÍSTICA DE CAPACITACIÓN AL PERSONAL	6	600.00	600.00
B.- MEDIOS PUBLICITARIOS			
1. Publicidad en periódicos (mensual)	4	50.00	200.00
2. Publicidad con volantes	2000	0.15	300.00
3. Vallas publicitarias	4	300	1,200.00
4. Participación en ferias	4	400	1,600.00
5. Servicios en línea	1	350.00	350.00
			<b>4,250.00</b>
C.- RECURSOS HUMANOS			
6.. Administrador del programa	1	1,200.00	1,200.00
7.. Asistente	1	600.00	600.00
<b>SUTOTAL</b>			<b>6,050.00</b>
D.- Imprevistos 5% de rubros anteriores			302.50
<b>TOTAL EN DÓLARES</b>			<b>6,352.50</b>



## Cierre

La asociación de productores de ganado porcino proyecta un cambio de cultura organizacional a partir de la ejecución de la capacitación, debido a que con nuevos conocimientos y colaboradores motivados por mejorar la situación, los socios aprobaron la capacitación

La gestión para comprometer a los socios con la capacitación, empezará a dar frutos, porque según el presidente de la asociación, no tienen otra alternativa que iniciar un verdadero cambio o enfrentarse a la posibilidad de disolver la asociación

Con las estrategias planteadas se prevé un incremento en las ventas de un 15% para el primer semestre del año 2016, debido a que se van incorporar nuevos mercados aprovechando la cercanía con el cantón fronterizo de Huaquillas, el norte del Perú, y en los principales cantones de Machala, Pasaje y Santa Rosa que estaban desatendidos, se proyecta un considerable incremento de la demanda

La planificación de un presupuesto y el inicio de una campaña publicitaria agresiva, entusiasmó a los socios, debido a que permitirá incrementar la presencia de la asociación y sus productos en nuevas zonas de influencia, haciendo de ésta actividad sostenible y sustentable. Para la comunidad del sitio El Progreso del cantón Arenillas.

Los funcionarios del MAGAP se comprometieron a capacitar a los socios de forma gratuita, con todos sus técnicos y equipos audiovisuales; únicamente la asociación debe brindar todo el apoyo logístico que está considerado el arriendo del local, una cena para los socios y sus familias; y, el alquiler de un disco móvil para el baile de clausura contemplado como logística de capacitación al personal.

## REFERENCIAS

ASPE, (2010). Revista de la Asociación de porcicultores del Ecuador, Quito Ecuador

Bohórquez Arévalo, L. E. (Junio 2013) La Organización Empresarial como Sistema Adaptativo Complejo

CONTREA SIERRA. E. (2013) El concepto de Estrategia como fundamento de la Planeación Estratégica y Gestión

INEC, (2010) Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, Quito Ecuador MAGAP, Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, Quito Ecuador

VELASQUEZ .D. (2013). La Estrategia factor clave para el éxito de una empresa

## [Urkund] 6% de similitud - julive98@hotmail.com

Recibidos x



**report@analysis.urkund.com**

21 oct. (hace 2 días)

para mí

Documento(s) entregado(s) por: [julive98@hotmail.com](mailto:julive98@hotmail.com)

Documento(s) recibido(s) el: 21/10/2015 17:12:00

Informe generado el 21/10/2015 19:31:33 por el servicio de análisis documental de Urkund.

Mensaje del depositante:

From: [julive98@hotmail.com](mailto:julive98@hotmail.com)

To: [julive98@hotmail.com](mailto:julive98@hotmail.com)

Subject: envio de investigacion del examen complejo

Date: Tue, 20 Oct 2015 14:48:33 -0500

---

Documento : VERONICA JULIANA ESPINOZA CAMPOVERDE.docx [D15788505]

Alrededor de 6% de este documento se compone de texto más o menos similar al contenido de 23 fuente(s) considerada(s) como la(s) más pertinente(s).

La más larga sección comportando similitudes, contiene 72 palabras y tiene un índice de similitud de 36% con su principal fuente.