

Ecuador – Junio 2017 - ISSN: 1696-8352

FORTALECIMIENTO DEL PROCESO PRODUCTIVO Y SU INCIDENCIA EN LA ECONOMÍA DE LOS PRODUCTORES DE COLACIONES EN LA CIUDAD DE SAN JOSÉ DE CHIMBO, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2016

Jorge Estuardo Goyes Noboa

Magister en Gerencia de Negocios
Ingeniero Comercial. Docente Titular Universidad Estatal de Bolívar
jgoyes@ueb.edu.ec

Carlos Ribadeneira Zapata

PHD en Ciencias Pedagógicas
Ingeniero Comercial. Docente Titular Universidad Estatal de Bolívar
cribadeneira@ueb.edu.ec

Verónica del Carmen Arguello Delgado

Magister en Auditoría Integral
Docente Universidad Estatal Bolívar

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Jorge Estuardo Goyes Noboa, Carlos Ribadeneira Zapata y Verónica del Carmen Arguello Delgado (2017): "Fortalecimiento del proceso productivo y su incidencia en la economía de los productores de colaciones en la ciudad de San José de Chimbo, provincia Bolívar, año 2016", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuador, (junio 2017). En línea: <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/ec/2017/economia-chimbo.html>

RESUMEN

La economía de poblaciones como Chimbo se basa en pequeños emprendimientos que generan empleo y recursos para núcleos familiares que hacen de la artesanía una forma de vida y ocupación permanente

Entre las artesanías más importantes del sector se encuentra la elaboración de colaciones, que es un dulce tradicional elaborado a base de azúcar blanca, maní y envasado en cartuchos de papel de forma cilíndrica

Los emprendimientos al tener estructuras familiares tradicionales se ven limitados en la ejecución de todos los procesos centrales, como los procesos de producción que dan como resultado negocios de subsistencia

El estudio determina los procesos estratégicos principales, formas de organización, planeación y dirección, igualmente establece la percepción que tienen los consumidores

Palabras Clave: Emprendimiento, producción, Chimbo.

ABSTRACT

The economy of populations like Chimbo is based on small enterprises that generate employment and resources for families that make of the crafts a way of life and permanent occupation

Among the most important handicrafts of the sector is the production of collages, which is a traditional sweet made from white sugar, peanut and packed in cylindrical paper cartridges

Entrepreneurship by having traditional family structures is limited in the execution of all core processes, such as production processes that result in subsistence businesses

The study determines the main strategic processes, forms of organization, planning and direction, also establishes the perception that the consumers have

Key words: Entrepreneurship, production, Chimbo.

INTRODUCCIÓN

La actividad artesanal de elaboración de colaciones (dulces a base de azúcar refinada), es un proceso que permanece en el tiempo sin cambios significativos como actividades de tipo familiar y circunscrita al sector de Chimbo; se realiza en locales ubicados al interior o anexos a las casas de habitación familiar de los artesanos, con pocas características de tipo empresarial. Por lo general se trata de producción en pequeña escala, donde predominan el trabajo y las recetas y técnicas originales, que los artesanos han creado, o recibieron en herencia de sus padres

La investigación se realizó en el cantón San José de Chimbo, Provincia Bolívar, ubicado en el centro de la Provincia de Bolívar en un repliegue de la Cordillera Occidental de los Andes compartiendo territorios de la meseta interandina y una pequeña parte del subtropical

San José de Chimbo lugar donde se llevó a cabo la investigación, existe un alto grado Turismo artesanal de este cantón se lo puede apreciar recorriendo las pequeñas y estrechas calles de la fraternal del cantón San José de Chimbo, entre las principales artesanías tenemos: elaboración de guitarras, fuegos pirotécnicos, elaboración de colaciones, elaboración de confites, ornado de chancho, empanadas, pailas de bronce, tiestos

En el estudio de caracterización de este sector artesanal de elaboración de colaciones se consideró necesario tener en cuenta los factores socioculturales y su relación con el crecimiento de la unidad de producción, tales como el aprendizaje del oficio, la visión del mercado y los elementos directamente ligados a la producción. (Red Iberoamericana de Innovación y Transferencia de Tecnología para el Fortalecimiento Artesanal – Ritfa. 2011).

El carácter de las artesanías como arte popular se refleja en el placer por lo propio y la capacidad de asombro para captar las imágenes de distintos pueblos; ella, toma fuerza en los rituales, en una escena donde se muestran los productos de la región.

La producción se considera rama de la economía, esto en base a que se ocupa del análisis de los determinantes de la elección de la empresa sobre las cantidades de insumos, de acuerdo con su función producción, los precios de los insumos y el nivel de producción que se requiere. La Teoría de la Producción se fundamenta en la hipótesis de que la empresa desea emplear el conjunto de cantidades de insumos que minimizan los costos totales al obtener una producción determinada. Así variando la producción es posible construir las relaciones “producto-costo”, las cuales sirven de base en la construcción de la Teoría de la Empresa. (Angelfire, 2010)

La metodología del Justo a Tiempo como procedimiento de gestión y manejo productivo puede ser utilizado en cualquier tipo de empresa, tanto industrial como de servicios. (Perez, Gestioopolis, 2010)

Un proceso de producción como un conjunto de etapas, pasos y eventos en los que se organiza el flujo de trabajo de un negocio, integrado personas, insumos,

máquinas y equipos, con el objeto de producir un producto o servicio intermedio o final en un periodo y lugar específico. (Madariaga, 2014)

La calidad total constituye un nuevo sistema de gestión empresarial que busca garantizar a largo plazo, la supervivencia, el crecimiento y la rentabilidad de una organización optimizando su competitividad mediante el aseguramiento permanente de la satisfacción de los clientes y la eliminación de todo tipo de desperdicio. Con una buena calidad es posible captar el mercado y mantenerse en él. La base de la calidad garantizada está en la planificación y sistematización (normalización, formalización y documentación) de los procesos de trabajo. (Gutiérrez, 2010)

Los planeamientos modernos de la calidad como elemento básico del trabajo del administrador y de la empresa debe dirigirse a las necesidades tanto presentes como futuras del consumidor, y añade que la calidad está determinada por las interrelaciones entre los siguientes factores:

- ✚ Producto (cumplimiento de normas)
- ✚ El usuario y como usa el producto, como lo instala y que espera de él.
- ✚ Servicio durante el uso (garantía, refacciones e instrucción al cliente).

Cualquier producto y servicio se enriquece y perfecciona mediante la mejora continua basada en la observación científica y estadística de los resultados del proceso y uso del producto, lo cual reemplaza el sistema limitado de producción empírica que consiste en hacer un modelo, producirlo y venderlo hasta que se agota. (Martinez S. H., 2015)

A la par la cultura de emprendimiento es una manera de pensar y actuar, orientada hacia la creación de riqueza, a través del aprovechamiento de oportunidades, del desarrollo de una visión global y de un liderazgo equilibrado, de la gestión de un riesgo calculado, cuyo resultado es la creación de valor que beneficia a los emprendedores, la empresa, la economía y la sociedad. (Espunoza, 2010)

La economía afecta a todas las industrias, desde proveedores de materias primas hasta fabricantes de bienes terminados y servicios, así como todos los sectores de servicios, ventas de mayoreo, ventas al detalle, gobierno sin fines de lucro, y algunos de sus indicadores claves son las tasas de interés y desempleo, el índice de precios al consumidor, el producto interno bruto e ingreso neto disponible.

Los organizadores de los talleres artesanales deben de considerar la posibilidad de trabajar con microempresas dedicadas a la neo-artesanía, para ello han de hacer uso de las nuevas tecnologías en aquellas fases del proceso artesanal donde se requiera acelerar el proceso de manufactura; Si se quiere que el producto artesanal se venda y esté presente en los mercados locales y nacionales es necesario que operen ciertas condiciones básicas, entre las principales se encuentra una correcta comunicación (en cuestiones relacionadas con elementos proyectuales del producto, la marca, el embalaje, las aplicaciones), y contar con un equilibrio entre las prestaciones y el precio del producto; es decir, fabricar productos de calidad, productos con excelentes acabados. Hoy en día la tecnología permite alcanzar cualquier estándar de calidad si se suma a esta calidad la riqueza cultural aunada al valor conceptual, factor fundamental, así como a la creatividad, lo funcional, y lo económico, generado por los procesos del diseño.

MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación se orientó a buscar aquellos factores que hacen posible los emprendimientos artesanales en el Cantón San José de Chimbo para lo cual se ha utilizado instrumento, técnicas de investigación

Método deductivo: El método deductivo se utilizó en realizar el análisis de todos los procesos que están relacionados con la producción de confites, recopilando información de la situación actual en el cantón San José de Chimbo para llegar a establecer la problemática principal. Igualmente será utilizado en hacer un análisis de la estructura organizacional con que cuentan, tipo de producción que ejecutan, análisis de las cuatro “p” de marketing, procesos de comercialización y de publicidad

Método inductivo: El método inductivo se aplicó luego de haber identificado el problema central para el planteamiento de las posibles soluciones o una situación de mejora, fundamentándonos en los procesos que intervine en la producción como son el proceso de adquisición de la materia prima, cadena de aprovisionamiento, las cuatro “P” de marketing, procesos de comercialización, tipo de producción y de publicidad

TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Investigación descriptiva: Con el estudio descriptivo buscamos especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sostenible al análisis, empieza por determinar el objeto de estudio como son: organizaciones de las empresas, clima laboral, satisfacción del cliente, productividad. Luego establecer instrumentos para medir adecuadamente el nivel de estos objetos de estudio; una adecuada familiarización con el objeto de estudio para poder saber qué y cómo se va a medir lo que nos interesa. En la investigación descriptiva aplicamos las encuestas, las entrevistas, la observación la revisión documental y será utilizado en la descripción de:

Investigación cualitativa: Recopilamos información de la situación actual de los procesos productivos que están utilizando los artesanos Chimbeños, mediante la aplicación de la entrevista, encuestas y observaciones directa para identificar la problemática y dar la posible solución para mejorar las ventas

Investigación cuantitativa: Se cuantificaron cada una de las informaciones adquiridas, como por ejemplo se aplicó la investigación cuantitativa en la tabulación de las encuestas realizadas a los consumidores, análisis cuantitativo por medio de las gráficas ya que indicara el promedio máximo y mínimo, de la misma manera obtener conclusiones pertinentes de la información recopilada.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Encuestas. - Se aplicaron las encuestas a los productores y consumidores de colaciones en el Cantón San José de Chimbo una de las técnicas de recolección de información más usadas a través de un cuestionario con un conjunto de preguntas con el propósito de obtener información directa de las personas.

La Muestra de la zona urbana del Cantón San José de Chimbo.- Es la parte representativa de la población que se seleccionó de la cual realmente se obtiene la información para desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuaran la medición y la observación de los variables objetos de estudios.

RESULTADOS

Las micro empresas de colaciones en el Cantón San José de Chimbo están constituidas por familias con experiencia de más de 50 años, cada integrante de la familia cumple una tarea específica para la elaboración de colaciones desde el momento de la adquisición de la materia prima hasta obtener el producto terminado y luego proceder a la venta, en ciertas ocasiones todo el personal de la organización desde el líder colabora en la compra de la materia prima como son: maní, azúcar, almidón, colorantes, papel, fundas, para la producción. Insumos (papel periódico, papel seda, almidón, fundas)

El líder de la organización en esta micro empresa de la elaboración de colaciones es el encargado de planificar, organizar, dirigir y controlar la organización, asimismo es el encargado de la elaboración del producto por sus años de experiencia, de modo que no es importante la intervención de sus colaboradores e interrumpe su trabajo, mediante la aplicación de cada uno de los procesos establecidos, el líder realiza el control de calidad hasta obtener el producto terminado. En la función de compra de la materia prima existe una persona específica encargada de adquirir toda la materia prima y los materiales necesarios para la producción de colaciones. La materia prima se adquiere de los comerciantes intermediarios.

El padre de familia cumple la función el líder ya que cuenta con su experiencia en la elaboración de confites artesanales; para el empaclado tiene la participación del personal encargado de la compra de materia prima, del empaclado y de ventas. Las ventas las realizan todas las personas involucradas en la elaboración de las colaciones.

La Producción de las colaciones se realiza por lotes, que consiste que su producción tiene una cantidad limitada, que es de 2000 unidades o de acuerdo a su pedido. Asimismo, podemos llamar producción discontinua porque la producción no es constante, varían de acuerdo a los pedidos que realizan los intermediarios. Las micros empresas utilizan más de 50 años equipos modestos para la elaboración del producto, el resultado de la utilización de estos materiales lleva mucho tiempo en la obtención del producto terminado.

Su Canal de distribución es indirecto ya que consiste entre el productor del bien y el consumidor existe un intermediario, quien es el encargado de hacer llegar el producto al consumidor final

Los intermediarios realizan la venta de los productos de colaciones en los buses de transporte provinciales e interprovinciales, se aprovechan las festividades de la provincia para realizar ventas, mediante la utilización de línea de distribución de canal indirecto, que consiste en un proceso seguido para que el producto llegue al consumidor final, empieza desde el productor, el intermediario que es el encargado de hacer llegar el producto a sus clientes. De este modo los intermediarios produce sobre el producto encarecimiento de costos y adquiere una utilidad.

En esta organización se aplica el liderazgo autocrático ya que el líder es encargado de tomar decisiones, igualmente el líder es el encargado de asignar tareas específicas a cada uno de ellos y dirigir de manera constante hasta que se cumpla lo asignado a cada uno de sus colaboradores, en este caso sus hijos que interviene en la elaboración de confites.

La Publicidad en la microempresa se realiza de boca en boca ya que ellos no realizan la publicidad en medios de comunicaciones, de modo que no cuenta con recursos para financiar la actividad

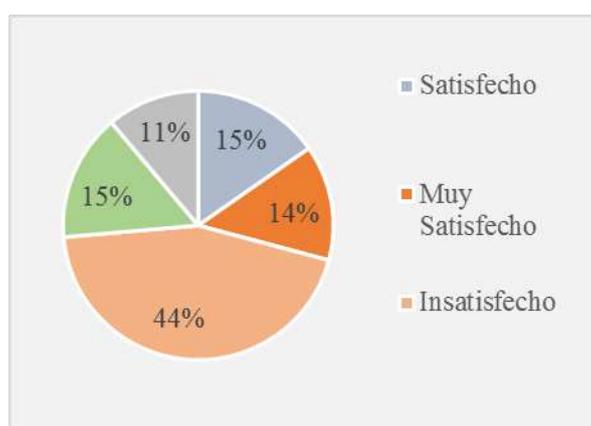


Figura Nº1. Grado de satisfacción al consumir las colaciones
Fuente: Encuestas realizadas a los consumidores de colaciones
Elaborado por: Investigadores

De acorde con las encuestas realizadas a los clientes que consume el producto de colaciones se determinó, con el 44% de las personas se encuentran insatisfecho al consumirlas, por el hecho que mencionan que no existe la

innovación del producto, no cumple con las expectativas de los consumidores, de la misma manera nos menciona que el producto no es homogéneo puede resultar ser peligro para los niños al momento de consumir causando asfixia con las pepitas más pequeñas, esta insatisfacción se va a ver reflejado en una disminución de ventas lo cual afectar directamente a los productores debido a la pérdida de los clientes, el 15% están satisfecho al consumir el producto, ya que nos mencionan que a algunas personas les gusta el dulce, son elaborados artesanalmente, de la misma manera tenemos podemos apreciar el 15% de las personas encuestadas se encuentra muy insatisfecho

Las características que más llaman la atención en el producto: empaque engañoso, cartucho inadecuado para el producto, producto tiene diferente diámetro, el maní es cubierto de mucho dulce, alguna colación no tiene maní solo bolas de azúcar, no rellenan adecuadamente el cartucho con las colaciones, todos los cartuchos no son rellenos con la misma cantidad de colaciones, debido que en algunos casos se encuentra vacío en la parte inferior. Las personas se han fijado mucho en la cantidad del producto que contiene el cartucho según las encuestas nos arrojan el 33% responde que en el cartucho encuentra cuatro granos de colaciones que contiene maní y los demás solo son bolas de azúcar, el 18% dice que encuentra diez granos de colaciones desde la más pequeña hasta el más grande y un 15% mencionan que encuentran cinco granos de colaciones, según estos datos podemos determinar que personas no están satisfecho de la forma que se presenta el producto

Los procesos centrales como planeación, organización del emprendimiento; sistemas de dirección, monitoreo, evaluación; control y operación se realizan en forma empírica lo que dificulta mejorar los resultados generales de los emprendimientos.

La planificación es casi inexistente, se limita a fijar objetivos temporales de supervivencia del negocio.

La estructura familiar del negocio determina la distribución de funciones y cargas de trabajo, se basan en la experiencia y tradición

CONCLUSIONES

Los artesanos del Cantón San José de Chimbo elaboran las colaciones manteniendo un solo proceso de producción desde hace más de 50 años, no ha existido innovación porque no tiene conocimiento y el nivel de educación de los emprendedores es muy bajo. El proceso de producción es deficiente debido a que el producto arrojando productos de diferentes tamaños, existiendo un alto nivel de desorganización de modo que los colaboradores no cuentan con un cargo específico asignado. El proceso de ventas tiene limitaciones por disponer de un solo canal de comercialización, el producto no es estandarizado incumpliendo con lo estipulado en la ley del consumidor.

Los productores deberán establecer sistemas de mejora y producción aplicando los principios de calidad total y el justo a tiempo, porque de esta manera garantizarán que el proceso sea sustentable.

Los problemas más representativos que han causado malestares para la producción de colaciones han sido, no contar con recursos económicos suficientes, la falta de maquinarias con tecnología para la producción de productos de calidad.

Las deficiencias más relevantes encontrados en el estudio son: Planificación incipiente; organización familiar; dirección inadecuada; control y evaluación inexistente, lo anotado redundando en resultados limitados y procesos significativamente deficientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICA

- Alejandro, F. (13 de noviembre de 2013). *Gestiopolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/filosofia-de-produccion-justo-a-tiempo/>
- Alma, D. C., & Recinos, M. R. (2007). *Investigación y Fundamentos y Metodología*. México: Primera.
- Ángel, H. P. (01 de Marzo de 2011). *Gestiopolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/modelo-competitividad-cinco-fuerzas-porter/>
- Angelfire. (30 de Marzo de 2008). *ISO 9000*. Obtenido de <http://iso9000.superforo.net/t2-un-producto-de-calidad-es-aquel-que-satisface-las-expectativas-del-cliente-al-menor-cost>
- Angelfire. (25 de Marzo de 2010). *Google Academico*. Obtenido de <http://www.angelfire.com/bc3/valle/capitulo7a.htm>
- Bahassi. (09 de Octubre de 2016). *Gestiopolis*. Obtenido de <http://bahassi.com/servicios/disenio-imagen-corporativa-valencia/redisenio-imagen-corporativa/>
- Blog. (01 de 08 de 2009). *GOOGLE ACADEMICO*. Obtenido de <http://politicadelalma.blogspot.com/2009/08/las-fuerzas-productivas-y-las.html>
- César, A. B. (2006). *Metodología de investigación*. México: Español.
- Ciceri, G. (13 de Enero de 2013). *Blog*. Obtenido de <http://www.thinkconsulting.com.ar/blog/implementacion-de-nuevas-tecnologias-en-la-empresa/>
- Constantino, V. (12 de Enero de 2013). *Blogs*. Obtenido de <http://usjb.blogspot.com/2013/01/produccion-por-lotes.html>
- CreceNegocios. (04 de Julio de 2014). *Google Academico*. Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/las-estrategias-de-una-empresa/>
- David. (10 de Abril de 2002). *GestioPolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/que-es-una-marca/>
- David. (10 de Abril de 2007). *GestioPolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/que-es-una-marca/>
- DTX. (03 de Abril de 2013). *Google*. Obtenido de <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/6825/13CAPITULO7.pdf;jsessionid=467684C359351A5B4DB3F6068DFA5F73?sequence=13>
- Espunoza, A. A. (2010 de Julio de 2010). *Gerencie.com*. Obtenido de <http://www.gerencie.com/cultura-del-emprendimiento.html>

- Francisco, C. (15 de Octubre de 2016). *Gestiopolis*. Obtenido de http://www.mastiposde.com/canales_de_distribucion.html
- Gutiérrez, H. (2010). *Calidad de productividad*. Mexico: Cuarta Edición.
- Gutierrez, H. (2014). *Calidad y Productividad*. Mexico: Cuarta Edición.
- Ivan, E. M. (24 de Noviembre de 2003). *Gestiopolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/teoria-de-restricciones-toc-theory-of-constraints/>
- Ivan, E. M. (24 de Noviembre de 2005). *Gestiopolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/teoria-de-restricciones-toc-theory-of-constraints/>
- Madariaga, J. E. (2014). *Emprendimiento e Innovacion*. México: ISBN: 978-607-519-120-1.
- Martinez, S. H. (2015). *Fundamentos de Gestión Empresarial*. México: ISBN 978-607-15-016-0.
- Mintzberg, H. (8 de 5 de 2010). *Google Academico*. Obtenido de ADMINISTRACION ESTRATEGICA
- Muñiz, R. (25 de Agosto de 2010). *Google Academico*. Obtenido de www.marketing-xxi.com/concepto-deproducto-34.htm
- Natalie., H. R. (27 de Noviembre de 2014). *Gestiopolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/imagologia-teoria-de-la-imagen-publica-de-la-empresa/>
- OpenCourseWare Universidad de Sevilla. (14 de Octubre de 2013). *Gestiopolis*. Obtenido de http://ocwus.us.es/psicologia-social/psicologia-de-los-recursos-humanos/temas/tema3cg/page_09.htm
- Perez, M. (12 de Abril de 2002). *Gestioopolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/produccion-justo-a-tiempo/>
- Perez, M. (12 de Abril de 2010). *Gestioopolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/produccion-justo-a-tiempo/>
- Pymerang. (11 de Agosto de 2013). *Google Academico*. Obtenido de <http://www.pymerang.com/logistica-y-supply-chain/supply-chain/cadena-de-aprovisionamiento/301-el-aprovisionamiento>
- Pymes. (20 de Octubre de 2010). *Google Academico*. Obtenido de <http://pixel-creativo.blogspot.com/2011/10/marketing-mix-las-4-p-del-marketing.html>
- Soto, B. (20 de Julio de 2012). *Gestiopolis*. Obtenido de <http://www.gestion.org/recursos-humanos/liderazgo/29890/tipos-de-liderazgo/>