



**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN**

**PEQUEÑA MICROEMPRESA PARA MADRES SOLTERAS Y
PERSONAS DE ESCASOS RECURSOS EN LA PARROQUIA DE SAN
JOAQUIN.**

DEL CANTÓN CUENCA, PROVINCIA DEL AZUAY 2011

Tesis Previa a la obtención del título
de Licenciado en Educación Social

DIRECTOR DE TESIS:

MGT. JORGE QUINTUÑA ÁLVAREZ

AUTORES

FLOR SIGUENCIA VIVAR

MARCELO GÓMEZ JARA

CUENCA - ECUADOR

2011

DEDICATORIA

A Irene y Melany nuestras hijas, fuente de inspiración.

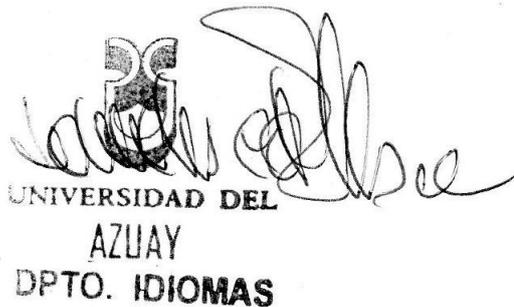
AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios, dador de vida, fuerza, salud, trabajo y sabiduría; A la Fundación Mensajeros de la Paz, a la Universidad del Azuay y cada uno de nuestros Maestros.

ABSTRACT

The present research project describes the planning process, the marketing plan, and the execution of a micro-enterprise for single mothers and people with low income who belong to the parish of San Joaquín. The natural process of dehydration, bottling and distribution of sealed envelopes of medicinal plants cultivated by the community, are among the activities developed by this enterprise.

Our interest as Social Workers is to intervene and create strategies for community development, in order to provide organized and coordinated short term and long term solutions. The work will be performed with the Head of the Parish in an integral way and with the cooperation of all the members of the community.



Translated by,

Diana Lee Rodas

INDICE

DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
ABSTRAC.....	V
INDICE DE CONTENIDOS.....	6
INDICE DE ILUSTRACIONES, CUADROS Y FOTOS	8
INTRODUCCIÓN	9
MARCO TEORICO.....	13
MICROEMPRESA.....	13
1.1 DEFINICIÓN DE MICROEMPRESA.	13
1.2 CARACTERISTICA DE LA MICROEMPRESA	14
1.3 CLASIFICACION DE MICROEMPRESA	16
1.4 QUE NO SE CONSIDERA UNA MICROEMPRESA.....	20
1.5 CARACTERISTICAS DE LAS PLANTAS MEDICINALES.....	21
CONCLUSIÓN	28
CAPITULO #2	30
INTRODUCCIÓN	30
DIAGNOSTICO Y ORGANIZACIÓN.	30
2.1 HISTORIA DE LA PARROQUIA DE SAN JOAQUIN.....	30
2.2 DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO	30
2.3 ORGANIZACIÓN. CONCEPTUALIZACIÓN.....	56
2.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	58
2.5 ANÁLISIS ESTRATÉGICO	60
CONCLUSIÓN.....	64
INTRODUCCIÓN.....	65
CAPITULO #3	66
PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.....	66
3.1 NIVELES DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	66

3.2	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.....	68
3.3	ETAPAS FILOSOFICAS.....	69
3.4	VALORES DE LA EMPRESA	71
3.5	ETAPA OPERATIVA.....	75
	CONCLUSIÓN.....	82
	INTRODUCCIÓN.....	83
	CAPITULO #4	84
	INFORME DEL PROCESO DE EJECUCIÓN	84
	CONCLUSIONES.....	VI
	RECOMENDACIONES.....	VII
	BIBLIOGRAFIA.....	VIII

INDICE DE ILUSTRACIONES, CUADROS Y FOTOS

PLANO DE LA PARROQUIA	32
ESTRUCTURA DE LA POBLACIÓN POR SEXO.....	34
GRÁFICO DE LA POBLACIÓN POR SEXO.....	35
DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN POR COMUNIDADES SEGÚN SU SEXO.....	35
MIGRACIÓN POR SEXO SEGÚN DESTINO.....	37
ENFERMEDADES DEGENERATIVAS DEL ADULTO.....	39
EQUIPAMIENTO E INFRAESTRUCTURA.....	39
PRODUCCIÓN AGRÍCOLA.....	46
PRODUCCIÓN PECUARIA.....	49
COBERTURA DE LOS SERVICIOS BÁSICOS.....	49
NECESIDADES BÁSICAS.....	51
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	58
PROCESO DE PLANEACIÓN ESTRATEGICA.....	66
NIVELES DE APLICACIÓN.....	68
GRÁFICO DE LA COMUNICACIÓN.....	73
GRÁFICO DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.....	81

INTRODUCCIÓN

Este microproyecto va destinado a madres solteras y personas de escasos recursos que se encuentran actualmente atravesando una grave crisis económica. El mismo que se realizará en la Parroquia de San Joaquín, el cual permitirá a estas familias alcanzar de una manera eficaz sus objetivos, consideramos la importancia y relevancia de ejecutar este microproyecto el mismo que otorgará fuentes de trabajo, mayor seguridad, organización, labor en equipo y mejores relaciones interpersonales entre los miembros de la comunidad, por lo tanto, desarrollaremos en conjunto actividades con un compromiso serio de caminar solos, una vez que se encuentren organizados, contando siempre con el apoyo de los Educadores Sociales, grupos veedores, autoridades comprometidas en el espacio social.

El primer capítulo del microproyecto define todo lo que es una microempresa, características, clasificación, que no se considera una microempresa y características de las plantas medicinales.

Nuestro segundo capítulo, detallará de manera clara la historia de la parroquia donde se desarrollará el microproyecto; el diagnóstico participativo, la organización y estructura de la microempresa y el análisis estratégico.

Dentro del tercer capítulo se encontrara la planificación estratégica con la cual se manejará la microempresa.

El cuarto capítulo contemplará el informe del proceso de ejecución del microproyecto.

El ser humano no puede salir adelante sin que exista una planificación estratégica de su vida. Cuando nacemos, son nuestros padres los que tienen esa visión del recién nacido, ¿quién no sueña que su hija o hijo se convierta en un gran médico, o una excelente abogada o en deportista, etc.? Ese sueño es el que impulsa a trabajar en el día a día y desarrollar la misión que es con la que se asegura que este niño o niña llegará a realizar ese sueño...Lo mismo sucede en las empresas por pequeñas que sean. Si la persona emprendedora no tiene un sueño, difícilmente va a saber enrumbar al progreso, ese día a día no tendrá un sentido, ni llevará a ningún lado a la empresa.

“Creo que es imposible exagerar la importancia de las personas, las empresas y la actividad económica que forman la base de la pirámide. Son la columna vertebral de nuestras sociedades; pero no podemos seguir ignorando el mercado que representan, una fuerza económica que necesita obtener acceso a un sistema financiero moderno y a sus productos.

El crecimiento futuro y desarrollo de América Latina y el Caribe dependerá, en una buena parte, de su propia habilidad para hacer más inclusivos una serie de servicios clave. Especialmente cierto, en el caso del acceso a los servicios financieros porque, esa gran mayoría, pendiente de ser incluida, representa una enorme oportunidad en términos de crecimiento del PIB y del empleo.

Es hora de que las instituciones financieras desarrollen mecanismos innovadores y nuevos programas para llegar a los mercados del micro financiamiento, las remesas y otros mercados sub-atendidos. Si las instituciones financieras latinoamericanas se comprometen sistemáticamente a aprovechar esta oportunidad, daremos un paso importante para mejorar las vidas y oportunidades de la mayoría de los habitantes de la región”. Luis Alberto Moreno, Presidente del Banco Interamericano de Desarrollo (Extracto del discurso del Presidente Moreno en la XLI Convención Bancaria, Cartagena de Indias, Colombia. 10 de Agosto, 2006.)

INTRODUCCIÓN

El proyecto propuesto, está basado en la selección, secado natural, envasado y distribución de sobres herméticos de procesamiento de plantas medicinales que se cultivan en la comunidad, esto se da específicamente en la Parroquia de San Joaquín; con un grupo de madres solteras y de escasos recursos, las cuales no cuentan con un sustento fijo en sus hogares, ya que al tener muchos hijos, poca preparación académica, necesidades económicas, sociales, físicas o afectivas, no han podido ser sustentadoras de sus familias.

Es por eso que a través de este proyecto se quiere potenciar y desarrollar nuevas habilidades, en estas mujeres para que puedan ser mantenedoras tanto de sus familias, como de sus propias vidas; ya que si se potencia los agentes socializadores, estos van a ejercer influencia en el desarrollo de la personalidad y en la autoestima de los sujetos; Estos sistemas de actividad y de comunicación vienen a constituir las condiciones externas del desarrollo, las que unidas y en especial combinación con las propias particularidades psicológicas del individuo, describen la dinámica de cada una de las etapas del desarrollo y permiten el salto a una etapa superior.

Esto es lo que se conoce como, Situación Social del Desarrollo y que se entiende como la "combinación o relación única e irrepetible entre las condiciones internas y las condiciones externas que caracterizan al sujeto en cada etapa evolutiva, lo que determina el surgimiento y el desarrollo de nuevas actividades, formas de relación, de comunicación y por tanto, el surgimiento de nuevas acciones psicológicas y nuevas formaciones" (Bozhovich, 1976, p.36).

Es porque se ha tomado como guía al trabajador autónomo y la microempresa, ya que estos modelos lo toman los emprendedores a la hora de organizarse e intentar alcanzar sus metas y objetivos. Este tipo de modelo se lo ha tomado principalmente, en líneas generales, porque se cuenta con poca financiación para empezar el proyecto empresarial, además porque el microempresario puede tener un mejor acceso a un proyecto con el cual podrá tener una buena idea de negocio.

Dentro de este capítulo se encontrará detallada de forma conceptual lo que significa una microempresa, las características que contiene la misma, de igual manera su clasificación y lo que no se considera una microempresa.

Basándonos en nuestro proyecto que es el de implementar una microempresa dedicada al secado natural, envasado y su respectiva distribución de plantas medicinales que se cultivan en el sector, se ha detallado las características de cada una de las plantas medicinales con su respectiva preparación y uso.

MARCO TEORICO

MICROEMPRESA.

1.1 DEFINICIÓN DE MICROEMPRESA.

La microempresa es el gran motor del empleo en la mayoría de los países del mundo, es la proveedora de ingresos y empleo para más de un tercio de la población económicamente activa. En América Latina, la microempresa es la principal fuente de puestos de trabajo, “se estima que en la región existen alrededor de 57 millones de microempresas que brindan empleo a por lo menos 110 millones de personas” (BID, 2005).

No es tarea sencilla encontrar una definición holística para la microempresa debido a su diversidad; en términos generales son “empresas de pequeña escala, que no separan claramente las cuentas del negocio y de la familia y, en general, que operan en condiciones de alta informalidad”, pueden incluir amplias categorías “desde puestos de venta callejeros, panaderías, sastrerías hasta pequeños talleres para la reparación de vehículos” (BID, 2005).

Al hablar de microempresa nos guiaremos por la definición aplicada en el estudio del Proyecto

SALTO/USAID para Ecuador:

“Una microempresa es un negocio personal o familiar que emplea hasta 10 personas, el cual es poseído y operado por una persona individual, una familia, o un grupo de personas individuales de ingresos relativamente bajos, cuyo propietario ejerce un criterio independiente sobre productos, mercados y precios, además constituye una importante (si no la más importante) fuente de ingresos para el hogar. No se incluyen profesionales, técnicos medios, científicos, intelectuales, ni peones, ni jornaleros.”

"La pequeña empresa es una entidad independiente, creada para ser rentable, que no predomina en la industria a la que pertenece, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que la conforma no excede un determinado límite, y como toda empresa, tiene aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras, todo lo cual, le permite dedicarse a la producción, transformación y/o prestación de servicios para satisfacer determinadas necesidades y

deseos existentes en la sociedad"**Iván Thompson** “La pequeña Empresa” año Febrero 2007.

1.2 Características de la Microempresa:

La *pequeña empresa* tiene determinadas características que la distinguen de otros tipos de empresa (micro, mediana o grande empresa).

Según Jack Fleitman, autor del libro "Negocios Exitosos", las características principales de la *pequeña empresa* son las siguientes [6]:

- Ritmo de crecimiento por lo común superior al de la microempresa y puede ser aún mayor que el de la mediana o grande.
- Mayor división del trabajo (que la microempresa) originada por una mayor complejidad de las funciones; así como la resolución de problemas que se presentan; lo cual, requiere de una adecuada división de funciones y delegación de autoridad.
- Requerimiento de una mayor organización (que la microempresa) en lo relacionado a coordinación del personal y de los recursos materiales, técnicos y financieros.
- Capacidad para abarcar el mercado local, regional y nacional, y con las facilidades que proporciona la red de internet, puede traspasar las fronteras con sus productos (especialmente si son digitales, como software y libros digitales) y servicios.
- Está en plena competencia con empresas similares (otras pequeñas empresas que ofrecen productos y/o servicios similares o parecidos).
- Utiliza mano de obra directa, aunque en muchos casos tiene un alto grado de mecanización y tecnificación.

Para complementar ésta lista de características principales, vamos a añadir las siguientes:

- El número de personal tiene un límite inferior y otro superior. Por ejemplo, en México oscila entre 11 y 50 [2].
- En muchos casos son empresas familiares; en las cuales, a menudo la familia es parte de la fuerza laboral de la *pequeña empresa*. Por ejemplo, el esposo es el gerente general, la esposa la gerente comercial, el hijo mayor el jefe de ventas, etc., y además, todos ellos participan de una u otra manera en la producción o prestación de servicios.
- Su financiamiento, en la mayoría de los casos, procede de fuentes propias (ahorros personales) y en menor proporción, de préstamos bancarios, de terceros (familiares o amistades) o de inversionistas.
- El propietario o los propietarios de *pequeñas empresas* suelen tener un buen conocimiento del producto que ofrecen y/o servicio que prestan y además, sienten pasión, disfrutan y se enorgullecen con lo que hacen.
- El flujo de efectivo es uno de los principales problemas con los que atraviesa la *pequeña empresa*, especialmente en sus inicios.
- Realizan compras de productos y servicios a otras empresas y hacen uso de las innovaciones, lo cual, genera crecimiento económico [7].
- Proporciona a la economía beneficios catalíticos. Contribuye a la producción nacional y a la sociedad en general, aparte de los gastos y ganancias que generan [7].
- Un buen porcentaje de *pequeñas empresas* opera en la casa o domicilio de sus propietarios. Por ejemplo, peluquerías, consultorías, etc.
- Tiene sistemas administrativos menos jerárquicos y una fuerza laboral menos sindicalizada que la mediana y grande empresa.
- En muchos casos, son proveedores de medianas y grandes empresas [9].

Nuestra empresa es familiar por que quienes la conforman son familias del sector y madres solteras.

1.3 CLASIFICACION DE MICROEMPRESAS.

Chaves et al (1997) desarrollaron una clasificación desde el punto de vista mercadeo que debe ser tenida en cuenta:

Precisamente por esta particularidad, es necesario hacer una clasificación de las microempresas de acuerdo con el tipo de relación que ellas establecen con sus segmentos de mercado. De tal forma que se pueda hacer recomendaciones orientadas a lograr la inserción y el posicionamiento de estas unidades productivas en el mercado, de acuerdo con sus características, necesidades y posibilidades.

Además, un estudio detallado de la problemática de la microempresa frente al mercado debe realizarse en cada actividad económica porque existen diferencias sustanciales entre ellas. Incluso dentro de cada actividad económica, las microempresas tienen posibilidades diferentes según su nivel de desarrollo tecnológico y la capacidad empresarial y gerencial de sus propietarios. Se presenta una propuesta de clasificación de las microempresas, basada en estas dos características, que ilustran la afirmación anterior, y pueden utilizarse para definir estrategias de comercialización apropiadas a cada grupo de ellas.

1. Estrechez de Mercado.

Un problema generalizado de la microempresa es el reducido mercado para sus productos. La microempresa produce para nichos de mercado, generalmente de sectores populares, en los cuales los requisitos de calidad, precio y volumen son menos exigentes y por lo mismo relativamente más fáciles de alcanzar. Además son menos competidos por empresas de mayor calidad, debido a que los bajos ingresos de los consumidores no los hacen atractivos a éstas. La competencia en estos nichos de mercados se realiza fundamentalmente entre las propias microempresas o pequeñas empresas. Esta limitación no es aplicable por igual a todas las microempresas. Para abordar en forma apropiada el análisis y tratamiento de los problemas de mercadeo es necesario diferenciar cinco tipos de microempresas según la clase de relaciones que mantienen con el mercado.

2. Inducida.

En esta categoría se ubican las microempresas que han sido constituidas con el apoyo de empresas de mayor tamaño, con el objetivo de realizar la producción de partes, descentralizar parte del proceso productivo o prestar servicios de mantenimiento. La totalidad de la producción es ejecutada para la empresa gestora y por esto tienen un mercado asegurado. Ejemplos de este tipo de microempresas son los grupos pre cooperativos creados por el Ministerio de Obras Públicas y Transporte en convenio con

el SENA y Dancoop para el mantenimiento de carreteras; y las microempresas que elaboran partes intensivas en mano de obra para empresas de mayor tamaño.

Es evidente que en este tipo de microempresas las actividades de mercadeo se reducen a conservar la calidad del producto y al cumplimiento oportuno del servicio; y en consecuencia, es poco el apoyo que en esta área necesitan. Más necesarios e importantes son los servicios que puedan prestárseles para mejorar la productividad vía financiación para la adquisición de máquinas y equipos, y mediante la capacitación técnica de sus trabajadores.

3. Satélite.

En este grupo pueden ubicarse las microempresas cuya producción se hace para otras empresas o comercializadoras de las cuales reciben los diseños, las materias primas y la asistencia técnica. Al igual que las microempresas inducidas, tienen en cierta medida garantizada la comercialización de su producción; sin embargo, las relaciones de dependencia generan baja capacidad de negociación en detrimento de los ingresos de la Microempresa

No obstante estas desventajas las microempresas satélites disfrutan de los siguientes beneficios:

- Especialización en pocas líneas de producción y trabajo con materias primas de mejor calidad que permiten mayores niveles de productividad.
- Asimilación de nuevos diseños.
- Menores exigencias de capital de trabajo.
- Mayor estabilidad de ingresos.
- Dedicación exclusiva a la producción.
- Pago relativamente oportuno de la producción.
- Desarrollo productivo a través de la transferencia de tecnología de la empresa contratante.
- Para este tipo de microempresas las acciones de formación en mercadeo deben estar orientadas a lograr que el empresario amplíe sus alternativas de contratación y mejore su capacidad de negociación, brindándoles capacitación en análisis de costos de tal forma que cuenten con información suficiente para tomar decisiones acertadas.

Igualmente requieren de capacitación y asistencia técnica para aumentar su productividad y competitividad.

4. De trabajo por encargo.

Este tipo de microempresas sólo producen o distribuyen bienes o servicios previa contratación con el cliente, del cual generalmente logran un anticipo que al menos cubre el costo de las materias primas. Ejemplos de microempresas de este grupo son las modisterías, reparaciones de todo tipo, la mecánica industrial, la carpintería metálica, y los servicios personales.

Se excluyen de este grupo las microempresas que contratan trabajos por encargo con instituciones públicas y privadas que, por insertarse en un mercado más competido, se ubican mejor en el siguiente grupo.

No obstante que este tipo de microempresas tiene ventajas comparativas respecto a las de mercado abierto (anticipos, pago seguro y oportuno, periodicidad de la demanda), generalmente los empresarios no valoran su situación ventajosa y abusan de sus clientes, desaprovechando las oportunidades para conservar y aumentar su clientela a través de la satisfacción de los consumidores. En las relaciones empresario-cliente se presentan regularmente estas situaciones:

- Cobro excesivo (precios no competitivos) con la intención de "desplumar al cliente"
- Inconsistencia en la fijación de los precios por desconocimiento de procedimientos para determinar los costos y de las políticas de precios.

- Incumplimiento en la entrega oportuna del producto o en la prestación del servicio. Insatisfacción del cliente respecto a la calidad del producto esperado, porque generalmente no se hacen acuerdos escritos sobre las características del producto o el servicio contratado.

- Las acciones de mercadeo y comercialización con este tipo de empresas deben centrarse en la formación de empresario para fortalecerle su sentido de responsabilidad, cumplimiento cabal y oportuno de los compromisos pactados como un medio de mejorar la imagen de las empresas y aumentar la clientela a través de la satisfacción del cliente.

- Igualmente requieren de capacitación y asistencia técnica para aumentar su productividad y competitividad.

5. De mercado abierto con cobertura física restringida

En este grupo se pueden ubicar las microempresas que comercializan su producción directamente con el consumidor (panaderías, restaurantes, tiendas).

Esta categoría al igual que la anterior tiene ventajas comparativas con respecto a las microempresas de mercado abierto. Tienen en cierta medida una clientela cautiva determinada por la cercanía física y los hábitos de consumo de la población.

Para este grupo de empresas las acciones de mercadeo y comercialización deben dar prioridad a la formación de los empresarios para mejorar su servicio al cliente, la presentación de sus negocios y lograr mayor competitividad mediante el mejoramiento de la calidad.

6. De mercado abierto

En esta categoría se ubican las microempresas que generalmente comercializan su producción (confecciones, calzado, marroquinería, etc.) a través de distribuidores detallistas o mediante contratación con entidades públicas o privadas.

Estas microempresas, que tienen gran presencia en la industria nacional, se ven más expuestas a la competencia y sufren con mayor impacto las deficiencias y limitaciones que se enuncian a continuación. Por estas razones las comercializadoras y las cámaras de comercio les han ofrecido mayor apoyo. Débil capacidad de negociación. Como consecuencia de la estrechez de su mercado, la microempresa tiene baja capacidad de negociación. Enfrentados a pocos compradores los empresarios de las microempresas se ven obligados a aceptar condiciones onerosas de comercialización, como: precios bajos, venta a crédito, con plazos que oscilan entre los 30 y los 120 días, y devolución injustificada de productos.

La situación más difícil la soportan los productores de calzado que casi por tradición tienen que vender su producción con cheques posfechados a 90 días, los que generalmente descuentan con sus proveedores a un interés del 5% mensual y recibiendo la mayor parte de su valor en materias primas. Según los productores estas condiciones de comercializar el calzado están muy arraigadas y es muy difícil de modificarlas porque el mercado cada día es más competido no sólo por los productos extranjeros y el contrabando, sino también porque esta actividad es de fácil entrada y cada día más operarios se vinculan a ella como productores.

Nuestra política de mercado será trabajar con un mercado abierto con cobertura física restringida, porque su producción será directamente con el consumidor es decir con una clientela cautiva determinada por una cercanía física y los hábitos de consumo de la población.

1.4 QUE NO SE CONSIDERA UNA MICROEMPRESA.

No se considera una microempresa:

- A las que sobrepasan de 10 miembros.
- Sus ingresos superan los \$ 100.000
- No aplican la autogestión y no se adaptan al medio.

-No cuenta con auto-empleo.

- Su financiamiento no procede de fuentes propias.
- No operan en sus casas o domicilios de sus propietarios.
- Tienen sistemas administrativos Jerárquicos y una fuerza laboral sindicalizada.
- No tienen la capacidad de realizar alianzas y sociedades, ya que trabajan con intereses competitivos y demarcados.
- No está agobiado por la pobreza y la necesidad.

Las características que la microempresa en formación tendrá son las siguientes:

- Se contará con 7 miembros
- Formarán parte de la misma, personas de escasos recursos.
- Formarán parte de la mano de obra directa.
- El financiamiento se realizará por autogestión y préstamos.
- No cuentan con sistemas administrativos jerárquicos ni fuerza laboral sindicalizada.

Con estos antecedentes y conocimientos de lo que es microempresa nuestro proyecto sigue adelante; que es el de implementar una microempresa dedicada al secado natural, envasado y su respectiva distribución de plantas medicinales que se cultivan en el sector. A continuación se detalla las características de cada una de las plantas medicinales con su respectiva preparación y uso.

1.5 CARACTERISTICAS DE LAS PLANTAS MEDICINALES.

Las plantas han sido empleadas para aliviar los males de la humanidad desde tiempos remotos. Pasó a ser parte integral de sistemas y tradiciones curativas como el ayurveda en la India, la medicina tradicional china o las tradiciones curativas de los indios norteamericanos. Aunque a partir del siglo pasado el empuje de la industria farmacéutica hizo que la terapéutica fundamentada en el empleo de plantas viniera a verse como una práctica "primitiva" e irracional, en décadas recientes la fitoterapia (la ciencia que estudia el uso de las plantas con propósitos terapéuticos, experimentó un extraordinario resurgir. Hoy día se reportan numerosos descubrimientos científicos que confirman el enorme potencial curativo que posee el mundo vegetal y que están transformando la fitoterapia en una práctica muy distinta a la de nuestros antepasados. Y cuando hablamos de descubrimientos científicos en torno a las plantas medicinales hay que aclarar que no se trata meramente de un redescubrir antiguos usos. En años recientes, las investigaciones nos han regalado con el descubrimiento de aplicaciones insospechadas para muchas plantas y sustancias derivadas de estas. También han surgido nuevas formas de preparación y de disponibilidad. Hoy encontramos extractos de plantas medicinales en forma de cápsulas, tabletas y otras formas desconocidas para nuestros antecesores. Estos descubrimientos presentan nuevos retos. La cantidad de plantas con propiedades curativas es tal que nadie puede dominar la totalidad del conocimiento de esta materia. Los sanadores tradicionales de numerosas culturas por lo general conocen los usos de cientos de plantas oriundas de su país o región, pero no conocen las plantas oriundas de otras regiones. De cualquier modo, en nuestros días quedan pocos de estos sanadores tradicionales por lo que el conocimiento profundo de las propiedades curativas de muchas plantas corre el riesgo de perderse.

Concepto de Plantas Medicinales.

Se denomina plantas medicinales a aquellas plantas cuyas partes o extractos se utilizan como drogas o medicamentos para el tratamiento de alguna afección o enfermedad que padece un individuo o animal.

La mencionada parte de este tipo de plantas es conocida popularmente como droga vegetal y puede ser suministrada a través de diferentes alternativas: cápsulas, comprimidos, cremas, elixir, de cocción, infusión, jarabe, pomada, tintura, y ungüento, entre otras.

¿Por qué curan las plantas?

Las plantas medicinales tienen propiedades curativas porque poseen sustancias o principios activos que protegen y hacen reaccionar a nuestro organismo ante las enfermedades. Estas propiedades curativas son muy diversas: analgésicas, antibióticas, diuréticas, tónicas, purgantes, digestivas, depurativas, carminativas, balsámicas, calmantes... Como cada especie posee más de un principio activo y, por lo tanto, más de una propiedad curativa es corriente que la misma planta puede ser utilizada en diferentes remedios.

A pesar de que existen diversas formas de extraer y aplicar los principios activos y las propiedades curativas de las plantas medicinales, algunas de ellas son conocidas por ser las más sencillas de preparar y tal vez las más inocuas. Presentamos las principales:

Infusión: Se utiliza una o varias plantas, las partes que se utilizan son las hojas y flores.

No se debe hervir junto con el agua porque se evaporan sus principios activos.

Decocción: Se usan las partes duras de las plantas como los tallos la raíz y la corteza. Este proceso consiste en hervir las plantas, para extraer de ellas las sales minerales y sus principios activos. El líquido restante colado o filtrado se usa indistintamente para beberlo o para su aplicación en compresas.

Dentro de las plantas medicinales más conocidas tenemos:

Cola de Caballo.

Es uno de los mejores diuréticos, es decir que favorece la eliminación del líquido retenido en el organismo. De esta manera reduce los edemas de rodillas, tobillos y de los pies. Al mismo tiempo desinflama el sistema urinario, riñones, uréteres, vejiga, uretra y próstata.

Es un buen desintoxicante general, que al inducir la salida del líquido estancado en los tejidos, limpia las toxinas. Por este motivo se lo recomienda para la artritis y el reumatismo. No tiene el riesgo de los diuréticos químicos, que arrastran minerales

necesarios para el organismo,produciendo,por lo tanto, carencia de calcio y otras descompensaciones. Por el contrario es rico en potasio,y contiene mínimas cantidades de oro orgánico, que es eficaz contra la artritis.

También entra en su composición el selenio, un gran antioxidante, que consumido en exceso de esta forma, puede ser perjudicial. Este es el motivo por el cual no se debe exceder la dosis recomendada ni prolongar la toma por mucho tiempo. Se puede alternar con gramilla y con barba de choclo.

PREPARACIÓN Y USO: como desintoxicante general, preparar en infusión, una cucharada de hojas y troncos desecados por cada taza de agua hirviendo. Como diurético, en cocimiento, hervir 5 minutos. Tomar 2 tazas por día, lejos de las comidas.

El Llantén

El llantén es una planta siempre verde, originaria de los lugares húmedos de Europa, Norte América, Norte de África y Asia Occidental. Tiene unos 25 cm de altura, y sus hojas nacen de un rosetón que crece en su base. Las flores crecen en una especie de racimo o espiga. Las hojas se recolectan durante el verano.

Preparación y Uso:

Las hojas se utilizan por vía externa, como emplastos, para curar heridas, fístulas y para tratar las hemorroides.

La infusión de hojas se usa para cortar las hemorragias nasales y otras de mayor importancia. Esta infusión también se utiliza en caso de retención de líquidos, así como para tratar la tos y eliminar las flemas de las vías respiratorias.

La Manzanilla

La manzanilla (o camomilla) es una planta herbácea anual originaria de Europa. Asia Occidental, Norte de África y demás regiones templadas. Llegar a medir 70 cm de altura y sus tallos son rectos y ramosos. Las hojas son muy finas y están profundamente divididas. Del nacimiento de las hojas crecen ramitas, también muy finas, que terminan

en unas cabezuelas, de donde brotan las flores, éstas son blancas, con un gran botón central de color amarillo. Las flores se recolectan en verano.

Preparación y Uso:

La infusión de flores alivia las digestiones pesadas y ayuda a eliminar los gases intestinales. Por su efecto antiinflamatorio, se utiliza en el tratamiento de la úlcera gástrica.

La infusión también alivia la irritabilidad y favorece el sueño, relajando los músculos doloridos y tensos. Además, actúa como sedante para los dolores menstruales.

La aplicación de las flores en crema, ungüento o infusión, por vía externa, se utiliza para tratar las inflamaciones de la piel, el eccema y las alergias.

La infusión de flores de manzanilla se utiliza desde tiempo inmemorial para calmar la irritación ocular y limpiar los ojos.

El Cedrón.

El cedrón está entre las plantas de mejor aroma en el mundo. Frotándolo, aplastándolo o cocinándolo, suelta un delicioso aroma a limón, muy similar al del lemongrass, y con más olor a limón que la mayoría de los limones.

Las flores son unas cositas blancas casi flotantes, racimos flotantes al final de las ramas, para nada una exhibición aparatosa. Las hojas tienen casi 10 cm de largo y como 1 cm y medio de ancho, medio verdes y brillantes, y deliciosas. Generalmente crecen en forma de espiral, pero pueden tener tanto 4 hojas como también solo 2.

El aspecto general de la planta sin podar es medio debilucho, aunque podándolo regularmente puede florecer de una manera muy agradable, y es muy común en jardinería.

El cedrón es una planta que todos los cocineros de climas cálidos deben tener en sus jardines. Es excelente para tomar con un té helado, puesto debajo de un pescado cocido o en una sopa de verduras como una hoja de laurel.

La planta hecha hojas a finales de la primavera - a finales de Abril para el hemisferio norte - y parece que muriera en el invierno con el frío. En los inviernos suaves la planta trata de no dejar caer sus hojas, pero, si son muy fríos, las hojas se vuelven caedizas. En años muy fríos se puede congelar muchas veces, pero salvo que se congele el suelo, la planta vuelve a crecer con vigor.

Plantarla en un lugar que tenga al menos unas cuantas horas de sol directo en una maceta grande, pero recuerde que las macetas se congelan mucho más fácil que el suelo.

Preparación y uso:

- Espolvoree sobre ensaladas o verduras para un sabor a limón.
- Usar para dar sabor a la carne rellena
- Bátalo junto a manteca de hierbas o queso de campo.
- Haga un té refrescante combinándolo con menta o solo. Es mejor servido bien frío.
- Úselo liberalmente en una dieta baja en sal. Trate de combinarlo con apio seco.
- Ponga las hojas en la aspiradora para refrescar la casa
- Una infusión puede ser un buen refrescante para la piel y excelente tónico
- Las flores se pueden usar en arreglos florales

Amaranto. (Sangurachi)

El grano de Amaranto, al igual que la quinua, es considerado como un pseudo cereal, ya que tiene propiedades similares a las de los cereales pero botánicamente no lo es aunque todo el mundo los ubica dentro de este grupo.

El cultivo del Amaranto o Huautli en América se remonta a más de siete mil años. Algunos autores afirman que los Mayas serían los primeros en cultivarlo y que luego poco a poco lo fueron haciendo Aztecas e Incas. El Amaranto, la quinua y el maíz eran consideradas plantas sagradas. Los españoles prohibieron su cultivo ya que veían con malos ojos que las utilizaran en rituales.

De hecho, cualquier alimento del que no hablase la Biblia era puesto en duda sobre su idoneidad como alimento.

Hoy en día el cultivo de Quinoa y Amaranto está tomando un gran auge ya que se están redescubriendo sus grandes propiedades. Aparte de producirse en países tradicionales como México, Perú o Bolivia ya hay otros que se han puesto manos a la obra como China, Estados Unidos o la India.

Propiedades y uso:

- El Amaranto es una maravilla ya que se aprovecha todo: el grano y la planta en si, como verdura o forraje para los animales.
- La semilla tiene un alto contenido de proteínas, vitaminas y minerales que nos ayudan a crecer sanos y fuertes. Es por ello un alimento muy interesante para los niños.
- El Amaranto es ideal en anemias y desnutrición ya que es un alimento rico en hierro, proteínas, vitaminas y minerales.
- Es un alimento a tener en cuenta en la osteoporosis ya que contiene calcio y magnesio.

El amaranto es una planta con mucho futuro ya que aparte de su interés nutricional también se puede aprovechar en la elaboración de cosméticos, colorantes e incluso plásticos biodegradables.

La Menta:

La menta se toma desde antiguo por su refrescante sabor y sus cualidades para despejar las vías respiratorias

El nombre Menta aparece en los papiros de los herbolarios egipcios, donde ya eran alabadas sus virtudes, entre ellas su sabor, que hace de la menta una infusión apetecible en cualquier momento.

Existe una gran variedad de plantas dentro de la familia de la menta, y todas ellas poseen las mismas virtudes medicinales. Las más conocidas son la menta piperita, menta verde, menta poleo y hierbabuena. Lo más destacable de la menta es su olor, que la hace reconocible y fácil de encontrar.

La Menta puede alcanzar un metro de altura y tiene largos tallos, sin ramas, de los que salen hojas lisas y brillantes con bordes irregulares. En verano brotan pequeñas flores. Para la infusión se pueden usar las hojas y las flores.

La mejor manera de tomar la menta es en la sencilla y popular infusión que todos conocemos. Para hacerla, se vierte una cucharada de menta, que se puede comprar en el herbolario fresca o seca, en una taza de agua hirviendo. Dejar reposar durante tres minutos, endulzarla si se desea, y ya está listo. Se puede beber caliente o también fría, con unos cuantos cubitos de hielo, forma en que resulta una bebida muy refrescante y sana en verano.

Propiedades y Uso.

Ayudar y facilita las digestiones. Elimina los gases y flatulencias, alivia la acidez estomacal, disminuye los dolores y convulsiones y combate los mareos y náuseas. Su aroma fuerte despeja las vías respiratorias, por lo que resulta adecuada para los resfriados y problemas pulmonares.

Debemos señalar que todas estas plantas medicinales citadas se cultivan en el lugar de manera empírica y artesanal, con la utilización de abonos naturales con desechos orgánicos y lombricultura.

CONCLUSION

El 1° de mayo de 1984, la Fundación Ecuatoriana de Desarrollo FED, inició el primer programa establecido en el Ecuador para promover el desarrollo de la microempresa. Desde entonces, hemos evidenciado que la microempresa posee un desarrollo paulatino, el cual no se rinde frente a los grandes monopolios, esta microempresa que no se ha sometido ante la adversidad ni ante la prepotencia, sino más bien se está potenciando a través del trabajador autónomo, perseverante y emprendedor que ha hecho de sus crisis una manera óptima de desarrollar una microempresa.

El Ecuador es muy rico por su variedad de pisos ecológicos, su exuberante biodiversidad, su calidad y cantidad de recursos naturales; es por eso que no podemos dejar atrás a las plantas medicinales, ya que han estado presente en todas las culturas del mundo.

Se las conoce por su prevención y eliminación de desequilibrios tanto físicos y mentales, la cual ha estado confiada exclusivamente a la experiencia práctica y transmitida de una generación a otra.

Las plantas medicinales juegan un papel muy importante, ya que en 1977 la Organización Mundial de la Salud, adoptó una resolución y lanzó una promoción mundial de la medicina tradicional, lo que insto a los gobiernos a darle importancia a sus sistemas médicos tradicionales.

En consecuencia el uso de las plantas medicinales es una práctica muy común en nuestro medio, se lo utiliza diariamente en todos los hogares porque tienen propiedades curativas, analgésicas, antibióticas, diuréticas, tónicas, purgantes, digestivas, depurativas, cicatrizantes, balsámicas y calmantes...

Conociendo que nuestra sociedad utiliza estas plantas y en nuestro medio rural se lo cultiva, nuestro proyecto se enfoca a comercializar este producto, previamente secado y envasado y a un costo que esté al alcance de todo público.

INTRODUCCIÓN

En este capítulo se tratará aspectos importantes como el diagnóstico participativo, organización política y territorial, historia de la parroquia donde se implementa esta microempresa.

Además se cuenta con datos estadísticos de la población, en lo referente a la actividad económica, salud pública, servicios básicos, equipamiento e infraestructura, educación, transporte, turismo, recursos hídricos de las diferentes comunidades que forman parte de la Parroquia.

Luego de levantar el diagnóstico de la comunidad, se realizó la estructura organizacional con todo el equipo, realizando el análisis FODA, análisis estratégico y estrategia de la empresa.

Sabiendo que la organización es un conjunto de elementos, compuesto principalmente por personas, que actúan e interactúan entre sí bajo una estructura pensada y diseñada para que los recursos humanos, financieros, de información y otros, de forma coordinada, ordenada y regulada por un conjunto de normas, logren determinados fines.

CAPITULO #2

DIAGNÓSTICO Y ORGANIZACIÓN

2.1 HISTORIA DE LA PARROQUIA DE SAN JOAQUÍN

Se realizó la recolección de datos de los archivos de la Junta parroquial, y de su biblioteca así como de fuentes de la Casa parroquial, donde nos informaron que la historia parroquial fue de la siguiente manera:

El 14 de Marzo de 1893, Cuenca recibe con gran entusiasmo a los Sacerdotes Salesianos. El P. Joaquín Spinelli visitó en algunas ocasiones el sector occidental de la ciudad, predicaba gustosamente en la hacienda San José, de propiedad del General Antonio Farfán, la necesidad de una iglesia en el sector era indiscutible para poder reunir a la comunidad. En el año de 1902 se comienza a realizar los primeros cimientos de una capilla, en un terreno donado por el Sr. Guillermo Pillajo; terreno hasta donde en la actualidad se asienta el Templo parroquial.

El Obispo Manuel María Polit Lasso, destacando las necesidades cristianas declara como parroquia eclesiástica Ad- Tempus a San Joaquín en el año de 1912, extendiendo su territorio hasta lo que hoy es la parroquia San Gabriel de Chaucha.

San Joaquín fue progresando constantemente, el 9 de Octubre de 1970 el Sr. Arzobispo de Cuenca Monseñor Manuel de Jesús Serrano Abad expide el decreto de la “Renovada Parroquia San Joaquín” nombrando como Párroco Fundador al P. Augusto Samaniego. El 18 de Octubre del mismo año se inauguró con solemne eucaristía esta parroquia.

2.2 DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO

Para obtener esta información realizamos entrevistas a las diferentes autoridades de la Parroquia:

Presidente Junta Parroquial: Dra. Rocío Juca

Vocales: Sr. Braulio Coronel (Ordenamiento Territorial, Seguridad y Transporte)

Dra. Susana Palacios (Social Cultural y Deportivo)

Sra. Olga Vasquez (Salud y Educación)

Sr. Gregorio Villacis (Producción y Medio Ambiente)

Teniente Político: Sr. Wilmer Guerron

Cura Párroco: Juan Pablo Orellana

Director Centro de Salud: Dr. Franklin Iñiguez

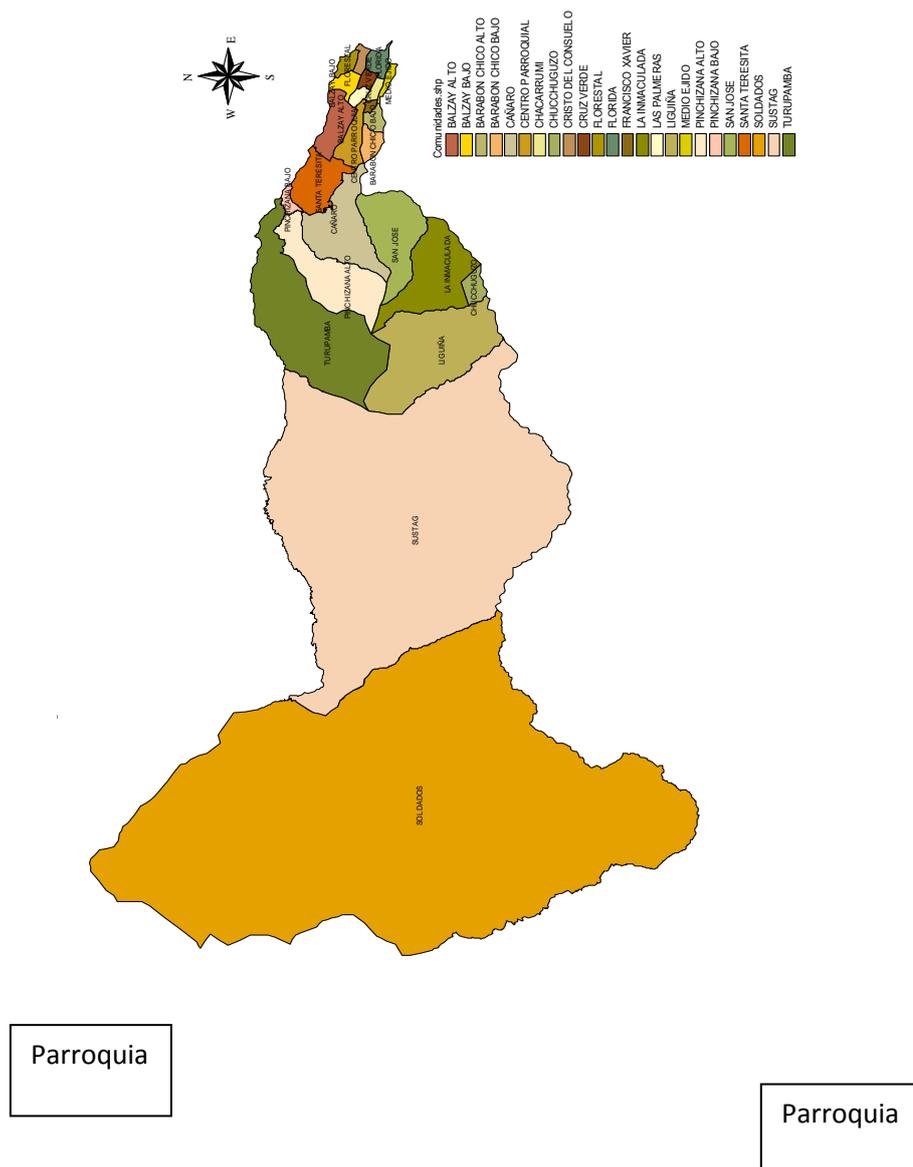
Director Escuela Antonio Farfán: Dra. Cecilia Guartatanga

Director Escuela Rafael María Arízaga: Dra. Ruth Villavicencio

Productores Agrícolas del Sector.

Las mismas que se hicieron en forma individual en la semana del 3 al 7 de Octubre del año en curso, donde nos fueron detallando toda la información requerida de acuerdo al área donde ellos laboran. Luego de esto pudimos armar el diagnóstico participativo que a continuación se detalla:

La parroquia de San Joaquín se encuentra ubicada al Oeste de la Ciudad de Cuenca y a una altura de 2600 m.s.n.m. Tiene una extensión territorial de 194.56 Km². Limita al Norte con la Parroquia Sayausí (Río Tomebamba), al Sur con la Parroquia Baños (Río Yanuncay); al Oeste la Parroquia de Chaucha y Molleturo.



Comunidades

Soldados

Sustag

Liguña

Chugchuguzo

Inmaculada

San José

Cañaro

Pinchizana Bajo

Pinchizana Alto

Turupamba

Florestal

Cruz Verde

Centro Parroquial

Barabón Chico Alto

Barabón Chico Bajo

Balzay Alto

Balzay Bajo

Cristo de Consuelo

La Florida

Medio Ejido

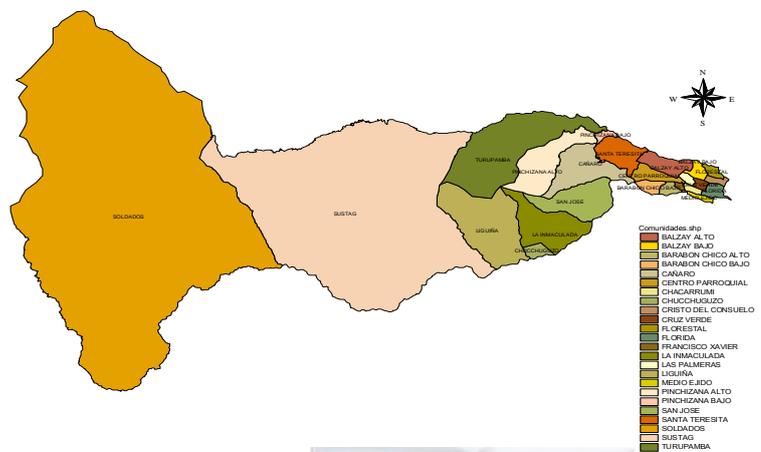
Chacarrumi

Palmeras

Francisco Javier

Santa Teresita

Mapa Político



Breve Historia.

El 14 de Marzo de 1893, Cuenca recibe con gran entusiasmo a los Sacerdotes Salesianos. El P. Joaquín Spinelli visitó en algunas ocasiones el sector occidental de la ciudad, predicaba gustosamente en la hacienda San José, de propiedad del General Antonio Farfán, la necesidad de una iglesia en el sector era indiscutible para poder reunir a la Comunidad. En el año de 1902 se comienza a realizar los primeros cimientos de una Capilla, en un terreno donado por el Sr. Guillermo Pillajo; terreno hasta donde la actualidad se asienta el Templo parroquial.

El Obispo Manuel María Polit Lasso, destacando las necesidades Cristianas declara como parroquia eclesiástica Ad- Tempus a san Joaquín en el año de 1912, extendiendo su territorio hasta lo que hoy es la parroquia San Gabriel de Chaucha.

San Joaquín fue progresando constantemente, el 9 de Octubre de 1970 el Sr. Arzobispo de Cuenca Monseñor Manuel de Jesús Serrano Abad expide el decreto de la “Renovada Parroquia San Joaquín” nombrando como párroco Fundador al P. Augusto Samaniego. El 18 de Octubre del mismo año se inauguro con solemne eucaristía esta parroquia.

Leyendas.

Dentro de la parroquia a lo largo de la historia, en forma oral en derredor de la mesa y el fogón se cuentan estas historias:

La Peña Maldita.

Dieron por llamarle al Cerro del Cañaro, cuyo dueño era el Sr. Ángel María Pilco, este cerro se derrumbaba constantemente muriéndose un sinnúmero de personas, se enterraban sementeras, varias casas, animales, por tal motivo los padres Redentoristas bendijeron el lugar colocándole una cruz, esto permitió que ya nunca se volviera a derrumbar.

Enamoramiento Y Matrimonio.

Antiguamente era prohibido conversar entre jóvenes, es decir una pareja de solteros, porque si eran sorprendidos conversando, en ese instante eran obligados a casarse. Cuando un joven quería a una muchacha tenía que consultar primero con sus padres para saber si ellos aprobaban o no el matrimonio. Si eran aceptados, el siguiente paso era la entrada a pedir la mano, tenían que ir con un canasto de víveres y cuando llegaban

a la casa de la madre de la muchacha o chica se le conocía en ese entonces, los padres escondían a la chica negando su presencia, esto lo repetían de 3 a 4 veces con la finalidad de ver si en realidad están enamorados o no y valorar la paciencia del interesado o novio.

Después de estas pruebas y comprobar el interés venía lo más amargo y difícil para los novios para probar sus cualidades hacían lo siguiente:

Al muchacho lo hacían rajar leña, arar todos los sembríos, le daban de comer comida desabrida o le ponían demasiado ají para conocer su valentía. En cambio a la novia le daban que cocine Sambo con leña verde, y otras cosas más, a esto le llamaban “Hacer arishca”, después de todo esto se procedía a realizar el matrimonio.

Población.

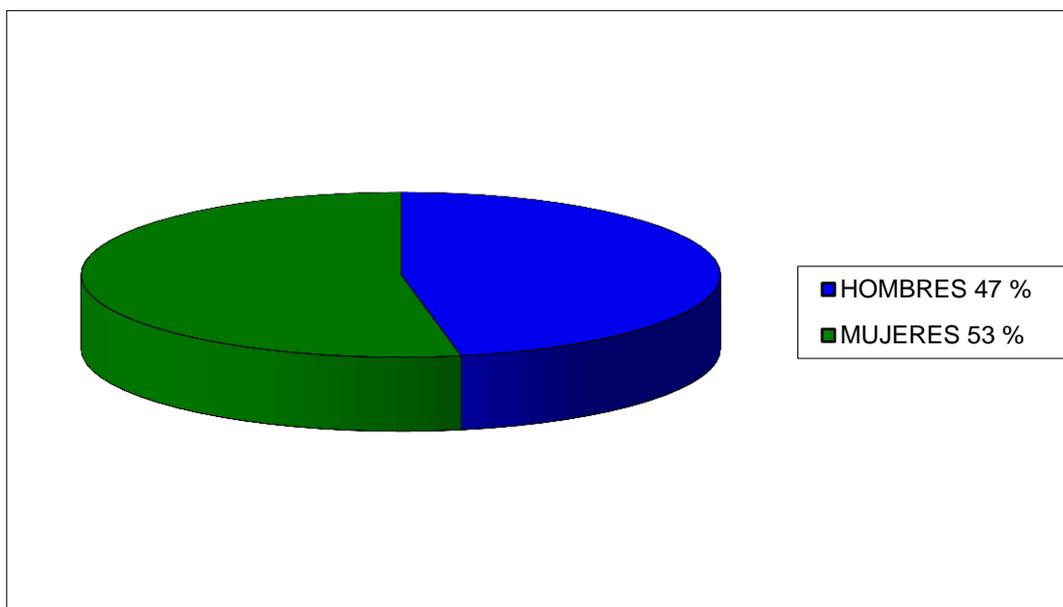
Según el **VI Censo de Población y V de vivienda del INEC**, se pudo recabar los siguientes datos:

San Joaquín tiene una población de 10.299 habitantes, donde 4.838 son hombres y 5.461 son mujeres, 2.127 familias y 2.772 viviendas, de acuerdo al censo de población realizado por la Línea Base Rural.

Estructura Total de la Población por sexo

Estructura de la Población por Sexo				
NOMBRE	HOMBRES	%	MUJERES	%
Parroquia San Joaquín	4.838	47 %	5.461	53 %

Grafico de la Población por Sexo



Distribución de la Población por comunidades según sexo

Fuentes proporcionadas por el Gobierno Parroquial.

COMUNIDAD	Hombres	Mujeres	Total
Soldados	85	86	171
Sustag	45	56	101
Lihuiña	53	63	116
Chugchuhuana	64	82	146
Inmaculada	124	209	333
San José	179	180	359
Cañaro	105	104	209
Pinchizana medio Bajo	59	73	132
Pinchizana medio Alto	83	107	190
Turupamba	61	74	135
Florestal	121	144	265
Palmeras	143	168	311
Francisco Xavier	89	111	200
Florida	712	795	1507

Balzay Alto	379	411	790
Balzay Bajo	284	290	574
Cruz Verde	217	219	446
Cristo del Consuelo	489	518	1007
Centro Parroquial	269	328	597
Barabón Chico Alto	483	540	1023
Barabón Chico Bajo	186	237	423
Chacarrumi	71	73	144
Medio Ejido	149	138	287
Santa Teresita	388	455	843
Total	4.838	5.461	10.299

Población Económicamente Activa.

La población en Edad de trabajar (PET) de la parroquia de San Joaquín, mayor de 12 años, es de 3.687 personas, de las cuales 1,670 son hombres y 2.017 mujeres, en tanto la Población Económicamente Activa (PEA) la constituyen 1.260 hombres y 1.008 mujeres para un total de 2.268 personas. Las tasas globales de participación laboral, es decir la relación del porcentaje de hombres o mujeres que estando en edad de trabajar participan efectivamente de la población Económicamente activa, es del 75,5 % de los hombres y del 50% para las mujeres. Estas medidas demográficas no contabilizan las actividades de los quehaceres o labores del hogar como productivas, por lo cual siempre existirá un subregistro de los aportes económicos de las mujeres.

La población económicamente inactiva está constituida por 2.071 personas, de las cuales efectivamente el 32,78% de la misma corresponde a las personas dedicadas a los quehaceres domésticos, el 59,4% a estudiantes, impedidos para trabajar el 61,8%, la participación de los otros grupos de inactividad como jubilados o pensionistas y otros no alcanzan, para todos los casos, el 1% de la población inactiva. **(Fuente: VI Censo de Población y V de vivienda INEC).**

Migración.

La mayoría de la gente está formada por personas cuya economía es bastante reducida, por ello ha existido siempre una ola de migración a ciudades con más oportunidades y en los últimos períodos ha existido un éxodo hacia los Estados Unidos y en tiempos recientes a España, Italia, Inglaterra y Canadá, etc. Con el afán de mejorar su economía y superación personal.

Migración por sexo según destino					
Total	Total %	Hombres	Hombres %	Mujeres	Mujeres %
468	4.5 %	313	67 %	155	33 %

Población Pobre.

Según el censo de población y vivienda del 2001, el porcentaje de población pobre en el país es de 61,3%. El porcentaje de pobres por necesidades básicas insatisfechas en la Parroquia de San Joaquín es del 66%, esto significa que en la parroquia existe 4.7 pobres más por 100 habitantes que el promedio nacional.

Actividad Económica.

La principal actividad económica es la agricultura (Horticultura, Ganadería y el cultivo de las flores), y en menor número cabe anotar la cestería y el turismo como actividades secundarias.

De acuerdo con las estimaciones del Consejo Cantonal de Salud de Cuenca, el 51,4% de la PEA se dedica a la agricultura y la artesanía, esta última actividad especializada en la cestería; el 16,5% de la PEA son obreros de la construcción y fabril, con una concentración mayormente masculina; como educadores y empleados se registra al 6,2% de la PEA, como choferes o trabajadores de servicios al 12% de la PEA, pequeños comerciantes el 10,8%, como profesionales y técnicos se registra al 1,8% de la PEA.

Salud.

Datos proporcionados por el Director del Subcentro de salud de la localidad.

La Cabecera Parroquial cuenta con 3 establecimientos de atención médica: Un Subcentro de Salud que es regido por el Ministerio de Salud Pública, su personal asignado es: dos médicos, dos auxiliares de enfermería y dos odontólogos; teniendo una concurrencia masiva de pacientes de las comunidades (Debiendo señalar que el trato que reciben es pésimo, en lo referente a lo humano).

Por éste motivo una cantidad grande de familias asisten a los dos Dispensarios Médicos particulares, ya que según la encuesta y palabras de las personas “por el dinero que pagan reciben buen trato”.

En la Comunidad de Barabón se atiende a un número aproximado de 1.050 usuarios, esto está bajo la dirección del Seguro Social Campesino.

Según el Consejo Cantonal de Salud de Cuenca el 90% de la población no tiene ningún aseguramiento en salud, 4.5% lo obtiene del Seguro Social Campesino, del seguro Social General el 3 % y el 1.2% es afiliado a los Seguros Privados.

Desnutrición Global.

En la parroquia este porcentaje es del 44.6%, lo que da cuenta que cerca de la mitad de la población menor a cinco años, sufre de desnutrición. La medición de la desnutrición global, es decir, la relación entre peso y la edad, es una forma de medir las condiciones nutricionales recientes y pasadas; se realiza en la población menor de cinco años.

Durante estos últimos años (la última medición procesada por los organismos pertinentes), las consultas más frecuentes en el sistema de salud pública de San Joaquín fueron el Parasitismo con el 17,25% de las consultas, IRA(infección respiratoria aguda) con el 17.8% de las consultas, EDA(Enfermedades degenerativas del adulto) con el 10,11%; la bronquitis, faringitis, polineuritis, infecciones de vías urinarias forman un grupo de enfermedades que se presentan como causa de consulta con porcentajes menores al 10% y mayores del 5% las dermatitis, dispepsias, varicela con causa de consultas con porcentajes menores al 5% y un grupo constituido por las demás enfermedades con el 15,5%. Estos datos, si bien no son actuales a la fecha nos orientan para oscultar la realidad social de ésta parroquia en el tema tratado.

Causas de Morbilidad	N^a	%
Parasitismo	256	17,25
IRA (infección respiratoria aguda)	255	17,18
EDA (Enfermedades degenerativas del adulto)	150	10,11
Bronquitis	123	8,29
Faringitis	120	8,09
Polineuritis	99	6,67
IVU (Infección de vías urinarias)	98	6,6
Dermatitis	56	3,77
Dispepsia	45	3,03
Varicela	52	3,5
Las demás enfermedades	230	15,5
Total	1484	100
Fuente: Dirección Provincial de salud área N. 3		

Infraestructura

Información proporcionada por el Teniente Político:

Los equipamientos de infraestructura, detallados a continuación, fueron identificados a través de los puntos GPS (sistemas de posicionamiento geográfico) y están clasificados en el área principal, secundario y funcional de acuerdo a la Comunidad, para su respectiva localización, identificación y caracterización de la Parroquia San Joaquín.

EQUIPAMIENTO E INFRAESTRUCTURA		
COMUNIDAD Soldados		
PRINCIPAL	SECUNDARIO	FUNCIONAL
Servicios	Alimentación	Abacería, 3 Restaurantes
	Turismo y Recreación	Hospedaje turístico
Equipamiento	Religioso	Capilla
	Educación	Escuela José Gurelik,

Infraestructura	Organización Social	Casa Comunal
COMUNIDAD Sustag		
PRINCIPAL	SECUNDARIO	FUNCIONAL
Servicios	Alimentación	Tienda
Equipamiento	Religioso	Capilla
	Educación	Escuela Manuel Hormaza Briones
COMUNIDAD Zhiguin		
PRINCIPAL	SECUNDARIO	FUNCIONAL
Servicios	Alimentación	Tienda
COMUNIDAD Chugchuguzo		
PRINCIPAL	SECUNDARIO	FUNCIONAL
Servicios	Alimentación	5 Tiendas, 2 Cabañas
	Religioso	Iglesia Evangélica
	Producción Artesanal y Manufactura	Centro de Belleza
COMUNIDAD Inmaculada		
PRINCIPAL	SECUNDARIO	FUNCIONAL
Servicios	Alimentación	4 Tiendas, Restaurante
	Transporte y Comunicación	Cabinas Telefónicas
Equipamiento	Religioso	Capilla

	Organización Social	Casa comunal
	Educación	Escuela Eduardo Crespo Malo
COMUNIDAD San José		
PRINCIPAL	SECUNDARIO	FUNCIONAL
Servicios	Alimentación	4 Tiendas
Equipamiento	Religioso	Capilla
	Organización Social	Casa Comunal
COMUNIDAD Cañaro		
PRINCIPAL	SECUNDARIO	FUNCIONAL
Servicios	Alimentación	Tiendas
Equipamiento	Religioso	Capilla
COMUNIDAD Pinchizana Alto		
PRINCIPAL	SECUNDARIO	FUNCIONAL
Servicios	Alimentación	2 Tiendas
Equipamiento	Religioso	Capilla
	Organización Social	Casa Comunal
COMUNIDAD Pinchizana Bajo		
PRINCIPAL	SECUNDARIO	FUNCIONAL
Servicios	Alimentación	2 Tiendas
COMUNIDAD Barabón Chico Alto		

PRINCIPAL	SECUNDARIO	FUNCIONAL
Servicios	Alimentación	3 Tiendas
	Producción Artesanal y Manufactura	Taller Mecánico
Equipamiento	Recreación	Cuenca Tenis y Golf Club
COMUNIDAD Barabón Chico Bajo		
PRINCIPAL	SECUNDARIO	FUNCIONAL
Servicios	Alimentación	2 Tiendas
COMUNIDAD Balzay alto		
PRINCIPAL	SECUNDARIO	FUNCIONAL
Servicios	Alimentación	5 Tiendas
	Producción Artesanal y Manufactura	Floristería, Carpintería
COMUNIDAD Balzay Bajo		
PRINCIPAL	SECUNDARIO	FUNCIONAL
Servicios	Alimentación	4 Tiendas
	Producción Artesanal y Manufactura	4 Carpinterías, Taller Eléctrico, Fabrica de Italpisos
COMUNIDAD Santa Teresita		
PRINCIPAL	SECUNDARIO	FUNCIONAL
Servicios	Alimentación	3 Tiendas
	Producción Artesanal y Manufactura	Taller Mecánico
Equipamiento	Educación	Escuela Alborada, Colegio Alborada, Jardín de Infantes Alborada
COMUNIDAD Francisco Xavier		
PRINCIPAL	SECUNDARIO	FUNCIONAL

Servicios	Alimentación	3 Tiendas
	Producción Artesanal y Manufactura	Taller Eléctrico
Equipamiento	Educación	Escuela General Antonio Farfán
COMUNIDAD Florida		
PRINCIPAL SECUNDARIO FUNCIONAL		
Servicios	Alimentación	10 Tiendas, 2 Panaderías, 3 Restaurantes
	Producción Artesanal y manufactura	4 Talleres Mecánicos, 3 Talleres Eléctricos
	Transporte y Comunicación	5 Cabinas Telefónicas
Equipamiento	Educación	2 Escuelas: Víctor Manuel Albornoz y Hermano Miguel, Colegio Miguel Moreno
COMUNIDAD Centro Parroquial		
PRINCIPAL SECUNDARIO FUNCIONAL		
Servicios	Alimentación	7 Tiendas, Panadería, 4 Restaurantes
	Producción Artesanal y Manufactura	Carpintería, Taller de Costura, 2 Talleres Eléctricos, 2 Talleres Mecánicos
Equipamiento	Salud	Sub Centro de Salud, 2 Farmacias
	Educación	2 Escuelas: Madre Teresa de Calcuta y Rafael María Arizaga, Colegio San Joaquín
	Religioso	Iglesia Parroquial, Cementerio
	Seguridad Pública	Retén Policial PAI
	Recreación	Salón de Recepciones
	Organización Social	Junta Parroquial, Casa Comunal

COMUNIDAD Palmeras		
PRINCIPAL	SECUNDARIO	FUNCIONAL
Servicios	Alimentación	2 Tiendas
	Producción Artesanal y Manufactura	Papelería, Carpintería, Taller Mecánico
COMUNIDAD Cruz Verde		
PRINCIPAL	SECUNDARIO	FUNCIONAL
Servicios	Alimentación	4 Tiendas
	Producción Artesanal Y Manufactura	Carpintería
COMUNIDAD Chacarrumi		
PRINCIPAL	SECUNDARIO	FUNCIONAL
Servicios	Alimentación	Tienda
	Producción Artesanal y Manufactura	Taller Artesanal, Carpintería
COMUNIDAD Cristo de Consuelo		
PRINCIPAL	SECUNDARIO	FUNCIONAL
Servicios	Alimentación	12 Tiendas, Panadería, 5 Restaurantes
	Religioso	Iglesia Católica
	Producción Artesanal y Manufactura	Carpintería
	Recreación	Estadio Parroquial
	Transporte y Comunicación	5 Cabinas Telefónicas, Oficina de Transportes
Equipamiento	Seguridad Publica	PAI
	Organización Social	Casa Comunal

COMUNIDAD La Florida		
PRINCIPAL	SECUNDARIO	FUNCIONAL
Servicios	Alimentación	3 Tiendas
	Producción Artesanal y Manufactura	Taller Mecánico
COMUNIDAD Medio Ejido		
PRINCIPAL	SECUNDARIO	FUNCIONAL
Servicios	Alimentación	6 Tiendas , 4 Restaurantes
	Abastecimiento	Distribuidor de Gas
Equipamiento	Salud	Almacén Veterinario
	Recreación	Centro de Recepciones

Educación.

Datos proporcionados por Directoras de las Escuelas.

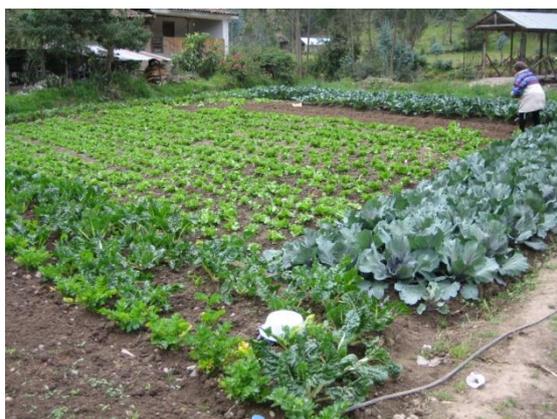
Funcionan en la Parroquia 9 planteles educativos. De éstos, tres pertenecen al nivel pre-primario, cinco al primario y uno al medio. Debiendo anotar que funciona en ésta parroquia un programa De Creciendo con Nuestros Hijos a cargo del MIES-INFA, dando cobertura a 320 niños y a 240 familias.

El índice de acción educativa es del 43,8. Por tal motivo ésta oferta educativa no presenta las mejores condiciones de la educación. El Analfabetismo en la población de quince años y más es del 6.1% de los hombres y de más del doble para las mujeres (14,1&); los hombres tienen en promedio 5.9 años de estudio, mientras que las mujeres 4.5 años. En la población de 12 años y más han terminado la primaria el 49,3 % de los hombres y el 38,3 de las mujeres; en la población de 18 años y más han concluido la secundaria el 9% de sexo masculino y el 7,3% del sexo femenino, en tanto que han accedido a la educación superior el 7,3% de los hombres y el 4,6% de las mujeres en la población mayor de 24 años. (Fuente: **Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE)**).

Producción Agrícola.

La Actividad económica de la Parroquia San Joaquín posee una amplia cobertura de producción agrícola, en lo que se refiere la siembra de hortalizas, verduras, maíz, haba, melloco, oca, papas, ajo, rábano, trigo, lenteja, fréjol, tomate, nabo, acelga, col, zanahoria, remolacha, perejil, arveja, cebolla; flores como, Azucena, AstroMeliá, Cartucho, espárrago, crisantemo, hortensia árboles frutales y algunas más.

Cabe destacar que el tiempo de siembra es continuo, todo el año se siembra en las diferentes parcelas, pudiendo observar un continuo verdor en las amplias zonas de cultivo, por ello se ha adquirido el nombre de la tierra de las hortalizas, por ser de aquí de donde salen las diversas frutas, flores, hortalizas, verduras y demás productos hacia los diferentes mercados para satisfacer las necesidades alimentarias.



COMUNIDAD	Producción Agrícola
Soldados	Papas, mellocos, habas
Sustag	Maíz, fréjol, chicamas, verduras, hortalizas
Liguiña	Verduras, hortalizas, maíz, arveja, haba, frutales
Chugchuguzo	Verduras, hortalizas, maíz, arveja, haba, frutales

Inmaculada	Verduras, hortalizas, maíz, arveja, haba, frutales
San José	Verduras, hortalizas, maíz, arveja, haba, frutales
Cañaro	Verduras, hortalizas, maíz, arveja, haba, frutales
Pinchizana Bajo	Verduras, hortalizas, maíz, arveja, haba, frutales
Pinchizana Alto	Verduras, hortalizas, maíz, arveja, haba, frutales
Turupamba	Verduras, hortalizas, maíz, arveja, haba, frutales
Florestal	Verduras, hortalizas, maíz, arveja, haba, frutales, flores
Cruz Verde COMUNIDAD	Verduras, hortalizas, maíz, arveja, haba, frutales, flores
Centro Parroquial	Verduras, hortalizas, maíz, arveja, haba, frutales, flores
Barabón Chico Alto	Verduras, hortalizas, maíz, arveja, haba, frutales, flores
Barabón Chico Bajo	Verduras, hortalizas, maíz, arveja, haba, frutales, flores
Balzay Alto	Verduras, hortalizas, maíz, arveja, haba, frutales, flores
Balzay Bajo	Verduras, hortalizas, maíz, arveja, haba, frutales, flores

Cristo de Consuelo	Verduras, hortalizas, maíz, arveja, haba, frutales, flores
La Florida	Verduras, hortalizas, maíz, arveja, haba, frutales, flores
Medio Ejido	Verduras, hortalizas, maíz, arveja, haba, frutales, flores
Chacarrumi	Verduras, hortalizas, maíz, arveja, haba, frutales, flores
Palmeras	Verduras, hortalizas, maíz, arveja, haba, frutales, flores
Francisco Javier	Verduras, hortalizas, maíz, arveja, haba, frutales, flores
Santa Teresita	Verduras, hortalizas, maíz, arveja, haba, frutales, flores

Producción Pecuaria

La fauna existente en la Parroquia es variada, por ello se puede encontrar animales de cría: gallinas, cuyes, cerdos, conejos y también una variedad de caballos, ganado vacuno, ovejas.



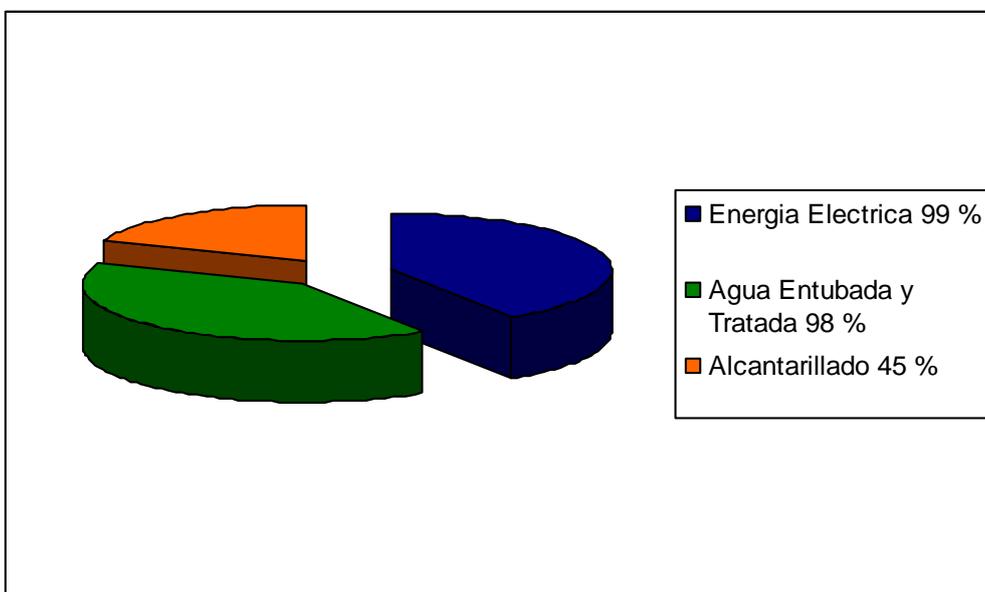
Servicios Básicos.

Los servicios básicos abarcan un porcentaje mayoritario en su cobertura, labor desarrollada por las diferentes empresas de carácter público y privadas.

En lo referente al Sector Eléctrico, (energía eléctrica) posee un 99 % de la población, el servicio es público; El Agua Entubada (tratada) disponen en un 98 % de las comunidades.

Dentro de lo que respecta al sistema de alcantarillado tiene una cobertura del 50 % del total en la parroquia.

Grafico de cobertura de los servicios básicos



Transporte y Comunicación.

El transporte de buses Occidental, que dan servicio a las Comunidades del Biocorredor Yanuncay tiene un costo de \$ 0.30, el servicio de la Compañía de Buses Tomebamba da su recorrido hasta el Cuenca Tennis y Golf Club. Las camionetas de transporte de carga liviana, desde y hacia las diferentes comunidades a un costo de \$ 0.50 por persona.

Ayuda interna-externa.

Las comunidades del Biocorredor Yanuncay, reciben ayuda Técnica por parte de la empresa ETAPA, en manejo de recursos naturales, también existe ayuda por parte de la I. Municipalidad y Junta Parroquial en lo que corresponde a vialidad e infraestructura.

Turismo.

La Parroquia San Joaquín cuenta con numerosos lugares turísticos, es considerada como zona de reserva agrícola, ya que el verdor de las hortalizas dan un aspecto de alfombra adornada con flores y frutas.

Debido a su hidrografía, sus paisajes invitan al turista a llevar gratos momentos de descanso y esparcimiento.

San Joaquín cuenta con Restaurantes que ofrecen al turista, nacional como extranjero, la oportunidad de degustar un variado menú que incluye la comida típica de la Sierra.

En el centro Parroquial también podrá encontrar cestos y demás artículos elaborados con las manos de la gente del sector.

Basura.

Las comunidades de la parroquia cuentan con el servicio de recolección de basura, todos los días a excepción del biocorredor, el mismo que tiene el servicio de recolección los días miércoles.

Telefonía.

La cobertura telefónica de la empresa municipal **ETAPA**, tiene una cobertura hacia todas las comunidades; mientras que, la telefonía celular cubre hasta la comunidad la Inmaculada.

COMUNIDADES	NECESIDADES PRIORITARIAS
Soldados	Puesto Medico, Organización Comunitaria, Capacitación Líderes Comunitarios
Sustag	Seguridad Alimentaría, Empleo, Organización Comunitaria
Liguña	Alcantarillado, Empleo Puesto Medico
Chugchuguzo	Alcantarillado, Empleo, Centro Cultural y Recreación
Inmaculada	Alcantarillado, Crédito, Puesto Medico
San José	Centro Cultural y Recreación, Alcantarillado, Puesto Medico
Cañaro	Empleo, Alcantarillado, Crédito
Pinchizana Bajo	Servicio Telefónico, Mantenimiento vial y caminos vecinales, Capacitación Líderes Comunitarios
Pinchizana Alto	Educación-Escuela, Alcantarillado, Agua Potable
Turupamba	Alcantarillado, Puesto Medico, Empleo

Florestal	Caminos vecinales, Alcantarillado, Seguridad Ciudadana
Cruz Verde	Alcantarillado, Mantenimiento vial y caminos vecinales, Organización Comunitaria
Centro Parroquial	Contrato con Municipio, Crédito, Seguridad Alimentaría
Barabón Chico Alto	Alcantarillado, Organización Comunitaria, Seguridad Ciudadana
Barabón Chico Bajo	Alcantarillado, Mantenimiento vial y caminos vecinales, Empleo
Balzay Alto	Alcantarillado, Seguridad Ciudadana, Planificación con Municipio
Balzay Bajo	Organización Comunitaria, Seguridad Ciudadana, Alcantarillado
Cristo de Consuelo	Alcantarillado, Seguridad Ciudadana, Puesto Medico
La Florida	Empleo, Seguridad Ciudadana, Mantenimiento vial y caminos vecinales
Medio Ejido	Alcantarillado, Planificación con Municipio, Seguridad Ciudadana
Chacarrumi	Seguridad Ciudadana, Alcantarillado, Planificación con Municipio
Palmeras	Organización Comunitaria, Crédito, Seguridad Alimentaría
Francisco Javier	Organización Comunitaria, Mantenimiento vial y caminos vecinales, Empleo

RECURSOS HIDRICOS.

La Parroquia San Joaquín cuenta con 8 sistemas de agua; entre Agua Potable y entubada a los mismos que le abastecen una cantidad de fuente igual en su número.

SISTEMAS DE AGUA.

- Planta de Agua San Joaquín
- Sistema de Agua Potable Sustag
- Sistema de Agua Entubada Verdellano
- Sistema de Agua Cañaro
- Sistema de Agua Pircon
- Sistema de Agua Soldados
- Sistema de Agua Sucos
- Sistema de Agua Shiun

FUENTES Y CAPTACIONES.

- Soldados
- León Huayco
- Verdellano
- Cañaro
- Pircon
- Soldados
- Sucos
- Shiun



Con respecto al sistema de agua en la parte baja esta, receipta el agua de la Planta de Agua Potable San Joaquín pero que por falta de cooperación de sus directivos no se pudo digitalizar el tramo de tubería de esta sección.

Dentro de los sistemas de riego disponen de 6, alimentados por 6 fuentes.

CANAL DE RIEGO

Canal de Riego el Carmen de Barabón

Canal de Riego San Joaquín

Canal de Riego Medio Ejido

Canal de Riego Rejas Balzain

Canal de riego Rosas

Canal de Riego Toma de Narváez

FUENTES Y CAPTACIONES

Turupamba

San Joaquín

Medio Ejido

Rejas Balzain

Rosas

Toma de Narváez



Fiestas Populares Y Religiosas.

Entre las fiestas populares y religiosas de la parroquia se deben anotar, por ejemplo, el Año Viejo, el 31 de diciembre; la Fiesta de Parroquialización, el 7 de febrero; el carnaval y las celebraciones de Jubileo, que se realizan en los cuatro días previos a Carnestolendas.

Asimismo, la festividad de María Auxiliadora, patrona de San Joaquín, el 24 de mayo; las fiestas patronales de San Joaquín, el 26 de julio, y la Navidad, fecha en la que los pases del niño son muy comunes y fuertemente arraigados en las costumbres culturales y populares de la parroquia.

Gastronomía Y Platos Típicos.

La gastronomía de San Joaquín es una de sus fortalezas culturales, ya que las tradicionales fritadas y el chanco hornado, las carnes rojas, los cuyes asados, el mote pillo, las papas con cuero, las habas con queso son parte de las comidas tradicionales que han dado una muy buena fama a esta parroquia del cantón Cuenca.

Traje Típico.

Aún es posible encontrar a la Chola de San Joaquín vestida con sus trajes típicos, conformados por el sombrero de paja toquilla, blusa blanca, pollera o bolsicón finamente bordado, el paño cachemir color rojo con negro, siempre con el escudo del Ecuador y zapatos tejidos, estilo sandalia y de cuero.

INFORME.

Se levanto el diagnóstico participativo en la Parroquia de San Joaquín, mediante entrevistas realizadas a las Autoridades parroquiales:

Presidente Junta Parroquial: Dra. Rocío Juca

Teniente Político: Sr. Wilmer Guerron

Vocales: Sr. Braulio Coronel (Ordenamiento Territorial, Seguridad y transporte)

Dra. Susana Palacios (Social Cultural y Deportivo)

Sra. Olga Vasquez (Salud y Educación)

Sr. Gregorio Villacis (Producción y Medio Ambiente)

Cura Párroco: Juan Pablo Orellana

Director Centro de Salud: Dr. Franklin Iñiguez

Director Escuela Antonio Farfán: Dra. Cecilia Guartatanga

Director Escuela Rafael María Arizaga: Dra. Ruth Villavicencio

Productores Agrícolas del Sector.

Durante la Semana del 3 al 7 de Octubre recabamos datos informativos sobre las diferentes áreas de intervención en que laboran, también se recopilamos datos en la biblioteca de la localidad. Se sacaron datos del INEC, ETAPA. Con toda la recopilación obtenida se dio paso para la elaboración del diagnóstico anteriormente expuesto.

2.3 ORGANIZACIÓN

CONCEPTUALIZACIÓN:

Una organización es un conjunto de elementos, compuesto principalmente por personas, que actúan e interactúan entre sí bajo una estructura pensada y diseñada para que los recursos humanos, financieros, físicos, de información y otros, de forma coordinada, ordenada y regulada por un conjunto de normas, logren determinados fines, los cuales pueden ser de lucro o no.

La organización es el resultado de coordinar, disponer y ordenar los recursos disponibles (humanos, financieros, físicos y otros) y las actividades necesarias, de tal manera, que se logren los fines propuestos.

Una vez que se levanto el diagnóstico participativo de la Parroquia de San Joaquín, inmediatamente se sacaron los problemas encontrados en la misma y se realizó una comparación de pares, para obtener cuales son los problemas más relevantes. Luego realizamos el planteamiento del problema, sacando el problema principal, sus causas y efectos.

Se realizó la matriz de relaciones de los problemas encontrados y finalmente se ejecutó en el plano cartesiano el problema principal, siendo este la desorientación de los recursos.

Por lo que nuestro proyecto se basó en crear una microempresa para madres solteras y personas de escasos recursos económicos.

Se planteo el marco lógico con sus propósitos y resultados, las actividades, objetivo general y objetivos específicos, cronograma y tiempos estipulados.

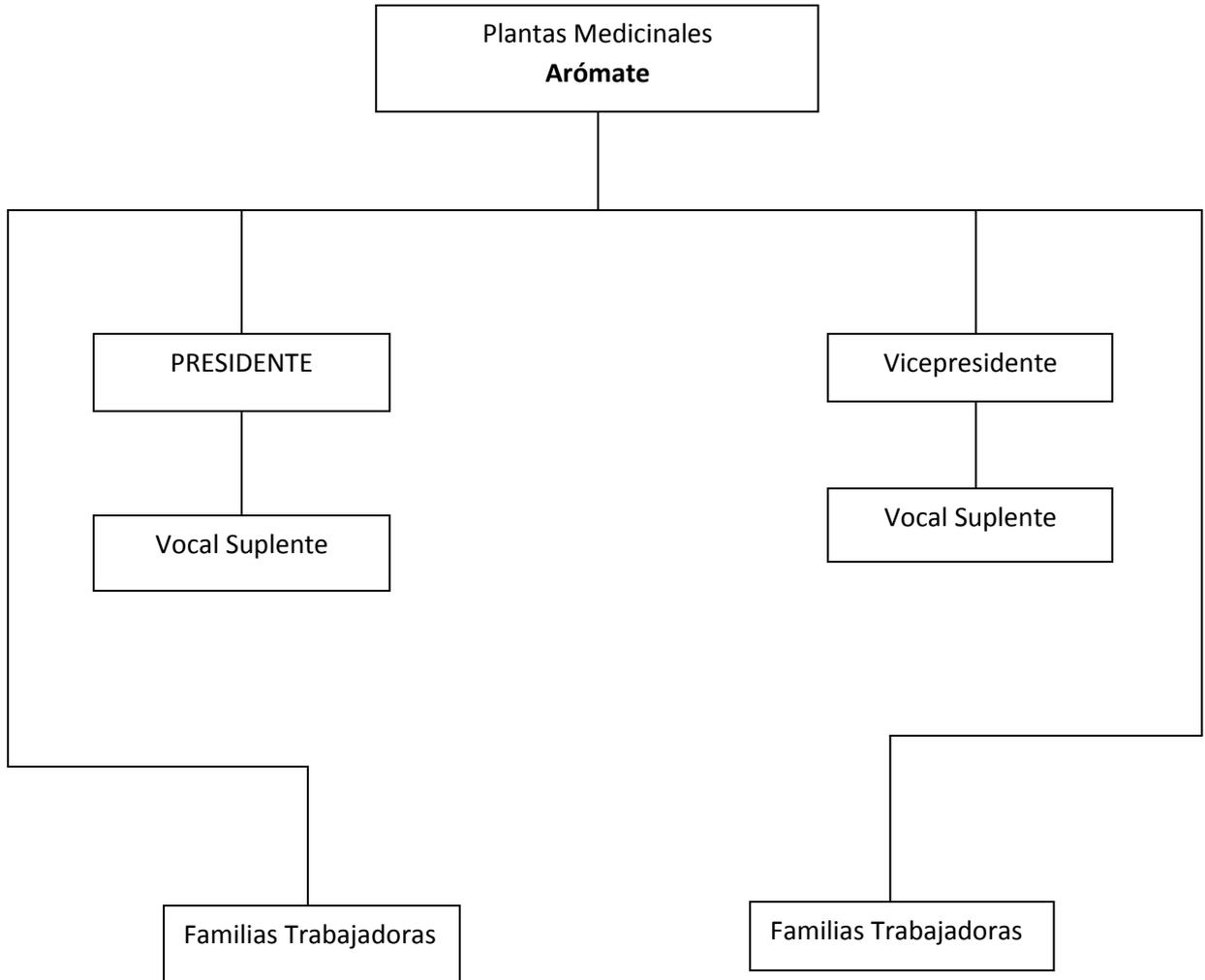
Una vez que se tuvo entrevistas con las autoridades de la parroquia, se procedió a tener reuniones con los pequeños agricultores del sector de Cañaro, lugar donde se cultivan plantas medicinales y se propuso el proyecto, la respuesta fue inmediata dos familias se decidieron a realizar el mismo. Se comenzó a trabajar con ellos, primeramente buscando el lugar, donde una de las familias nos propuso utilizar una pequeña casa (mediagua) que ellos poseen, para poder establecer el sitio donde funcionará la microempresa.

Hay que realizar mejoras al mismo, eso se va a decidir en la próxima reunión que tengamos todos.

Se ha tenido varias plenarias para nuestra organización, eligiendo primeramente el nombre de la misma “Arómate”.

2.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Una vez encontrado el lugar donde se implementará la empresa “Arómate” se procedió a la organización de la misma eligiendo como va a estar estructurada. Quedando de la siguiente manera nuestro organigrama:



ANALISIS FODA

Se realiza un diagnóstico a través de un análisis interno y externo. Es decir, lo que se llama

F O D A.

F ORTALEZA

O PORTUNIDAD

D EBILIDAD

A MENAZA

FORTALEZAS

Recursos que nos pueden llevar al éxito. Nuestras fortalezas son:

- √ **Personal en constante capacitación.-** Se capacitara a las familias para poder desarrollar el proyecto.

- √ **Recursos.-** tanto materiales como las familias que colaboraran para elaborar el producto final.

OPORTUNIDADES

Necesidades insatisfechas, que hay que aprovechar, la nuestra sería dar la satisfacción a los clientes de la utilidad curativa que tienen las plantas medicinales.

DEBILIDADES

Malos hábitos que nos alejan de la misión y objetivo. En nuestro caso sería que es nuestra primera experiencia empresarial, por lo que podríamos tener algunos errores de los cuáles aprenderemos.

AMENAZAS

Lo que impide el desarrollo empresarial, nuestra amenaza principal es la competencia, (vendedores ambulantes).

Las oportunidades y amenazas están en un análisis externo, y las fortalezas y debilidades en el interno.

ANALISIS ESTRÁTEGICO

El objetivo de este trabajo se centra en la necesidad de planificar una estrategia de diferenciación, por ello es necesario prever con antelación el sector industrial en el cual nos encontramos

Nuestra empresa se encuentra *en el sector industrial de alimentos de consumo masivo*, de la cual sabemos que es un mercado fuerte y que realmente debemos ser creativos para lograr el objetivo planteado.

Para continuar con este trabajo daremos un breve concepto de estrategia y de factores que intervienen dentro de este:

Estrategia:

Entendemos por estrategia la forma de alcanzar los objetivos; o lo que es lo mismo ¿Qué vamos a hacer para llegar a nuestra meta propuesta?

La estrategia es una labor creativa:

A. Políticas de producto.

- √ “¿Qué producto deseamos comercializar?
- √ “Características del producto.
- √ “Diseño de envase.

- √ “Marcas.
- √ “Calidad
- √ “Presentaciones.

B. Políticas de precios.

- √ “Tarifas.
- √ “Condiciones de venta.
- √ “Márgenes.
- √ “Punto de equilibrio.

C. Políticas de distribución.

- √ “Distribución física de la mercancía.
- √ “Canales de distribución a emplear.
- √ “Organización de la red de venta.

D. Políticas de publicidad y promoción.

- √ “Promociones.
- √ “Mercancía.
- √ “Plan de medios.
- √ “Desarrollo de la campaña publicitaria.
- √ “Análisis de la eficacia de los anuncios.

IDENTIFICAR, DESARROLLAR, FORMULAR LA ESTRATEGIA DE LA EMPRESA

Estrategia de diferenciación

Es “identificar los factores críticos de éxito en los diferentes sectores industriales que permiten ser innovador y diferente al resto de participantes en el mercado”.

Factores Críticos Y Desarrollo De La Estrategia

√ Disponibilidad de producto

- **Tiempo.-** La rapidez de proveer a los distribuidores nuestros productos.
- **Transporte.-** nuestro negocio tiene una distribución en lo que es dentro de la ciudad.

√ Conductual

Con este producto somos diferentes ya que buscamos llegar a nuestros clientes adultos y provoquen un sentimiento de recuerdos de la niñez.

√ Calidad del producto

Es la respuesta de la microempresa a las necesidades y deseos del consumidor, que debe ser constantemente creativo. Por lo tanto contamos con todo lo necesario para que el producto salga de la mejor manera; como por ejemplo empaques esterilizados, modo de uso, sugerencias. De esta manera aseguramos que nuestro producto salga al mercado con una buena calidad.

➤ Producto ideal

Características Físicas.- Parte tangible del producto

* **Marca**

Arómate

* **Empaque**

Funditas de plástico

* **Materia prima**

Plantas Medicinales

* **Tamaño**

Mediano

√ *Precio*

0,50 ctv

- **Definición según el productor.-** Es el valor monetario que representa los costos más la utilidad.
- **Definición según el consumidor.-** Cuota de sacrificio que está dispuesto a realizar para la satisfacción de sus necesidades y deseos. Hay que fijar el precio de tal manera que el consumidor sienta que su sacrificio vale la pena (beneficio).
- **Pago fácil** A nuestros consumidores tendrán buenos descuentos si compran en la fábrica y en las distribuidoras.

√ **Valor agregado.**

Agregamos valor a nuestro producto añadiendo promociones dentro del producto; Recetas de cómo utilizar el producto.

√ **Lanzamiento** promocionando en las plazas, escuelas, haciendo exposiciones con premios de nuestros productos, etc.

- **Publicidad** ubicaremos afiches de promoción de nuestro producto “Arómate” en cada tienda, bar de escuela o colegio, dejándoles a los vendedores una muestra de producto para su comercialización.

Conocimiento del mercado y la competencia

Conocimiento de las necesidades y exigencias de los clientes, presentes y futuros. Calidad, diseño, precio, diversificación, modas, calidad medioambiental, etc.

De cualquier circunstancia que pueda propiciar la entrada en nuevos mercados, internacionalización, comercio exterior, cambios tecnológicos radicales, etc.

De los productos, procesos y servicios de la competencia.

De las estrategias futuras de la competencia y posible entrada de nuevos competidores.

De nuevas estrategias comerciales posibles. Ejem: Business, cooperación, competencia.

Clientes

Los beneficios que los clientes reciben a través de la adquisición, uso y disfrute del producto y servicio es la base de definición de negocio más estable a través del tiempo, ya que en esencia nunca cambian. Así, el posicionamiento de una marca funciona mejor cuando se hace sobre la base de los beneficios que brinda, no de las características intrínsecas del producto o servicio amparado por ella.

El cliente expresa su comparación en términos del valor de la transacción, de manera que la empresa que ofrece un mayor valor que sus competidores tiene una ventaja competitiva.

CONCLUSIÓN

Para la realización de este capítulo se recolecto datos de los archivos de la Junta Parroquial y de su biblioteca, así como de fuentes de la Casa Parroquial, se realizaron entrevistas a las autoridades civiles de la parroquia.

Una vez que se levanto el diagnóstico participativo de la Parroquia se socializo con los agricultores del sector de Cañaro, se comenzó a trabajar con ellos buscando el lugar ´donde se ejecutará el proyecto. Se tuvo reuniones de trabajo con las familias involucradas y se designo el nombre de la Empresa “Aromate”.

INTRODUCCIÓN

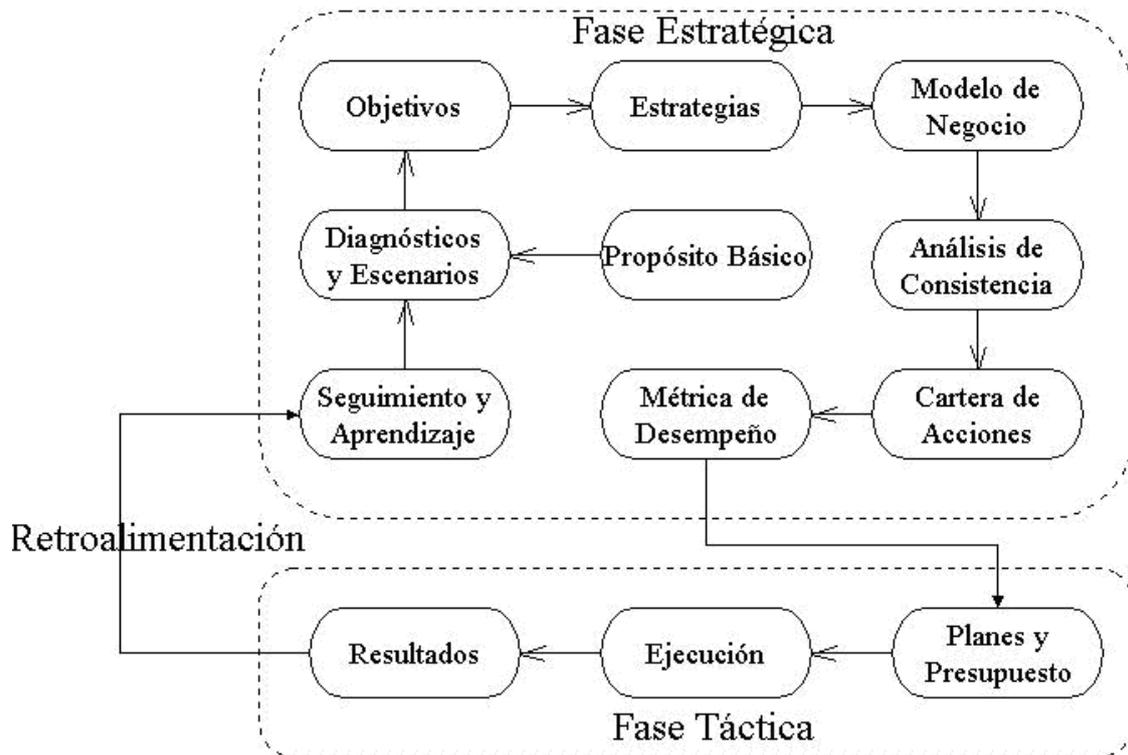
Un plan tiene que ser flexible por los posibles cambios y contratiempos que pueden presentarse. Para una buena planificación se debe analizar profundamente las realidades del entorno donde se desarrollará la microempresa, estableciéndose una misión y visión que permitan crear, elegir y hallar estrategias para asignar recursos que desarrollen los fines propuestos y así desarrollar con eficacia el trabajo planteado.

Este capítulo analizará niveles de la planeación estratégica, etapas filosóficas, valores de la empresa y etapa operativa.

CAPITULO #3

PLANIFICACION ESTRATEGICA

Proceso de Planeación Estratégica.



3.1 NIVELES DE LA APLICACIÓN ESTRATÉGICA

Nivel Unidad De Negocio:

Esta estrategia es formulada para alcanzar las metas de negocios específicos y se ocupa de la administración de los intereses y operaciones de un negocio particular. Este trata con preguntas tales como:

¿Cómo competirán los negocios dentro de su mercado?

¿A qué cliente intenta servir?

¿De qué manera deberán ser administrados las diversas funciones a fin de satisfacer las metas del mercado?

¿Cómo serán distribuidos los recursos dentro del negocio?

Esta estrategia intenta determinar el enfoque que debe aplicarse a su mercado y como debe conducirse un negocio, teniendo presente los recursos y las condiciones del mercado.

Nivel funcional:

Esta estrategia es formulada por un área funcional específica como un refuerzo para llevar a efecto la estrategia de la unidad de negocio. En esta estrategia se crea el marco de referencia para la administración de funciones, de modo que de ellas se sustente la estrategia a nivel de unidad comercial.

Nivel operativo

Se refiere básicamente a la asignación previa de las tareas específicas que deben realizar las personas en cada una de sus unidades de operaciones diariamente.

Las características son:

- Se da dentro de los lineamientos sugeridos por la planeación estratégica y táctica.
- Es conducida y ejecutada por los jefes de menor rango jerárquico.
- Trata con actividades normalmente programables.
- Sigue procedimientos y reglas definidas con toda precisión.
- Normalmente cubre períodos reducidos.
- Su parámetro principal es la eficiencia.



FUENTE:

ING. COM. XAVIER ORTEGA

3.2 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

Planificar no es solo preocuparse o preparar las decisiones del mañana, es también decidir lo que se hará hoy, para asegurar el desarrollo de los objetivos y metas de una empresa u organización.

El obtener un sistema flexible e integrado de los objetivos y planes de acción que sirven como punto de referencia para llegar al cumplimiento de la meta propuesta.

Un plan tiene que ser flexible por los posibles cambios o contratiempos que pueden presentarse. Para una buena planificación se debe hacer un análisis profundo de las realidades internas y externas del ambiente o entorno, en el cual está la empresa.

Además establecer una misión y una visión las cuales nos permiten crear, elegir, y seguir estrategias generales para asignar recursos donde desarrollen todos los fines propuestos, para aprovechar con eficacia oportunidades y enfrentar amenazas.

La microempresa necesita tener un plan, porque sin él no podrá organizar sus recursos para las acciones de hoy y los planes del mañana, por ello partiremos por la etapa filosófica.

3.3 ETAPA FILOSÓFICA

ELEMENTOS CLAVES A CONSIDERAR PARA FORMULAR UNA ESTRATEGIA

Visión.-

Consiste en mirarte a largo plazo, es el sueño de mi empresa.

Por la cual nosotros queremos estar en todo el mercado local de allí partir a lo que es el mercado nacional.

Posicionamiento.-”Ocupar un lugar en la mente del consumidor”

Recordarle al consumidor que nuestro producto está allí para satisfacer sus necesidades y deseos.

Planes.- Es la sumatoria de actividades que nos permite alcanzar el posicionamiento

Nosotros utilizaremos una estrategia de *diferenciación* ya que nuestro producto se encuentra en un mercado no mayoritario, lo que sería lanzar nuestro producto con y marca de la cual partiremos por el empaque que será llamativo y que tendrá presentación mediana y al alcance de todo bolsillo.

Con el tiempo haremos mas promociones, es decir una investigación de mercado ya que es de suma importancia por ello daremos una definición de investigación de mercado

Investigación De Mercado

Es la función que vincula al consumidor, al cliente y al público con el agente vendedor por medio de información (obtenida esta de una forma sistémica).

Esta información se usa para identificar y definir oportunidades y problemas de mercado para generar, afirmar y evaluar datos de mercadotecnia, pudiendo de esta manera mejorar la forma del proceso mercado técnico, al entorno de un ambiente.

La investigación de mercados especifica la información que se necesita para abordar cuestiones de mercadotecnia, crean o diseñan métodos en los cuáles reúnen la información (planificación de la fabricación), administran y ejecutan el proceso para definir datos (instrumentación), analizan los resultados y comunican estos y sus implicaciones (control); con el objeto de disminuir todos los riesgos posibles y aumentar las ventas.

Patrón Integral De Comportamiento.- Se refiere a la comunicación con el personal que debe estar escrita, y generar un compromiso con el cliente y mano de obra.

Ámbito de Mercado.- Nuestro producto está ubicado en el sector industrial de Productos naturales por lo cual nosotros pretendemos llegar al consumidor con un sabor excelente.

Ámbito Geográfico.- Con este producto pensamos llegar a un nivel máximo de cobertura empezando por nuestra ciudad, haciendo una integración vertical hacia atrás y hacia adelante, es decir, vender directamente a las tiendas. Partiremos en la ciudad de Cuenca cubriendo si fuera posible toda la zona austral y según nuestra rentabilidad que obtengamos haremos una investigación de mercado para llegar al resto de la sierra, para más adelante internacionalizar nuestro producto.

Ámbito del Producto.- este producto ayudara a las personas a regular síntomas estomacales, presión arterial, gripes, etc. Además podrá llegar a todos los lugares por su bajo precio y su gran utilidad.

Ámbito Organizacional.- la empresa se llamara Plantas Medicinales “Arómate”, organizada por madres solteras y personas de escasos recursos de la parroquia de San Joaquín, Contará con una capacidad de respuesta hacia el cliente como es la disponibilidad (stock), el tiempo según su entrega, atención y servicio, (producto/tangible).

3.4 LOS VALORES DE LA EMPRESA

Estos son los que constituyen la base en la proyección, como imagen corporativa, la reputación corporativa sin olvidarnos de la razón social con el fin de ser un ejemplo nacional para las demás empresas que comenzamos desde abajo hasta alcanzar una máxima imagen, pero siempre acompañados de la innovación.

VALORES INSTITUCIONALES

Ecosistema.- de acuerdo con el ecosistema no tendremos problemas ya que nuestro producto no es contaminante, porque es un producto natural y cosechado sin químicos, es decir, con abono natural.

Tecnología.- Contamos con maquinaria no tan moderna, pero tampoco es inservible, todavía podemos producir grandes cantidades, además con el tiempo y con las ganancias que nos dé el producto compraremos maquinas más avanzadas, pero no nos olvidaremos que el stock siempre estará lleno en caso de nuevos clientes, con el fin que nunca quedemos mal ante un pedido, sino al contrario mostrar nuestra responsabilidad y respeto.

Sociales.- Daremos un aporte a la sociedad con el fin de brindar un producto de calidad y diferente del resto (original) esto quiere decir que está involucrado con nuestros objetivos es decir el norte microempresarial

Económicos.- En cuanto a lo económico tendremos bien definido las políticas de cómo será sus precios y sus respectivos descuentos señalando que debemos ser equitativos con el servicio y la calidad del producto que entregamos hacia el cliente, con el fin que su precio sea justo con el servicio.

VALORES EMPRESARIALES

Estos son los que constituyen la honestidad, respeto, calidad, servicio, cultura organizacional, comunicación, trabajo en equipo, liderazgo. De la cual hablaremos un poco de ellos como estarán establecidos dentro de nuestra empresa dándose eso según la conformación de las familias involucradas.

Cultura organizacional.- Es el conjunto de creencias, valores, principios de una organización partiendo que ya es una sociedad y tiene que ver con el comportamiento de las personas que integran la entidad teniendo el impacto en los procesos productivos con el fin de mejorarlos

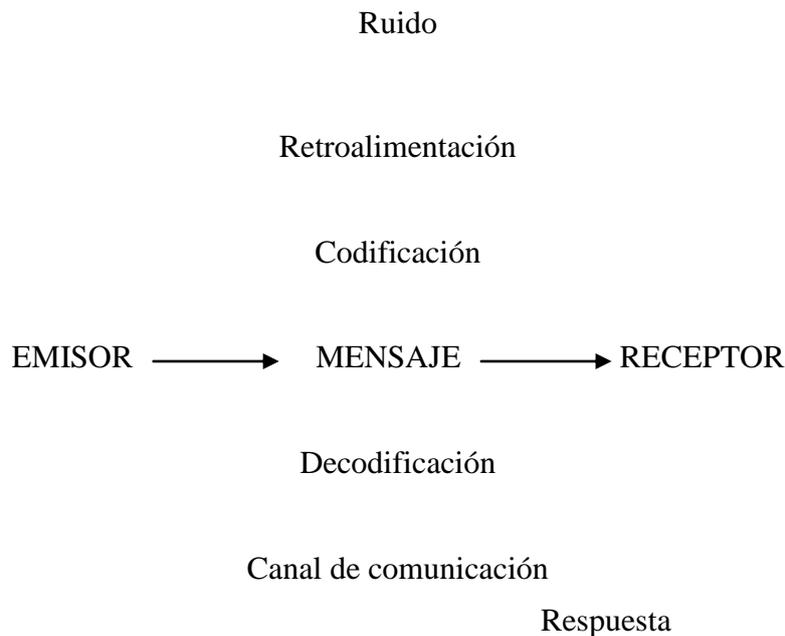
Honestidad.- Se reflejará en todo momento y circunstancia que se nos presente, la honestidad será un factor muy importante, ya que se ha perdido mucho este valor.

Respeto.- Será tanto para nuestro cliente y para las familias socias, asegurando un puesto de trabajo estable, un adecuado ambiente de trabajo y haciendo que las personas se sientan comprometidas con la empresa.

Calidad.- Es la medida en que un producto específico se ajusta a un diseño o especificación, destinadas a mejorar continuamente la eficiencia y la eficacia en nuestro estilo de vida.

Servicio.- Será otro valor y este se le tomara como una garantía con el fin de que sea el mejor.

Comunicación.- La comunicación es el intercambio de significados. Consta de los siguientes factores:



- ↪ **Códigos.-** Se le llama así a la información que se codifica cuando es emitida y se descodifica cuando la interpretamos.
- ↪ **Retroalimentación.-** Es el mensaje que nos da el consumidor para hacernos conocer su criterio sobre el producto.
- ↪ **Respuesta.-** Reacción que tienen el perceptor con respecto al mensaje, aunque esto no siempre sea una compra.
- ↪ **Ruido.-** Ambiente donde se lleva a cabo la comunicación (proceso).
- ↪ **Receptor.-** Es el mercado o audiencia meta.

Clases De Comunicación

- ↪ Verbal, por medio de las palabras
- ↪ Escrita, por medio de los símbolos
- ↪ Corporal, por medio de señas.

Objetivos De La Comunicación:

Informar.- Significa dar a conocer todo con respecto al producto, la organización, el servicio al mercado, etc.

Persuadir.- Tratar de que el consumidor se incline a favor nuestro para que elija nuestro producto y nuestro punto de venta.

Recordar.- Ocupar un lugar en la mente del consumidor (posicionamiento). Recordarle al consumidor que nuestro producto está allí para satisfacer sus necesidades y deseos por medio de una campaña publicitaria.

Mezcla De Comunicación Promocional.

Consta de los siguientes elementos:

Relaciones públicas.-Es comunicar al mercado a través de su recurso humano, con la utilización de medios y de la imagen corporativa de la organización.

Promoción de ventas.- Es la actividad que logra que el consumidor desee auspiciar la satisfacción de una necesidad. Es un estimulador de la demanda.

Publicidad.-Es una forma de comunicación masiva a través de medios comerciales, como: radio, televisión, periódicos, Internet, etc.

La publicidad de nuestros Plantas Medicinales “Arómate”, se realizara con hojas volantes y pósters ubicados en las entradas de los negocios de nuestros clientes minoritarios como mayoritarios.

Demostraciones.- Estas son las exposiciones, lanzamientos de productos, degustaciones, etc.

Lo que nunca fallará; las famosas degustaciones en varios puntos estratégicos como son: escuelas, colegios y plaza de la parroquia.

Auspicios y patrocinios.-El producto se hace conocer más cuando; es el auspiciante de algún evento importante.

Liderazgo.- A través de la democracia y no del poder nos dará un coeficiente intelectual más la experiencia llegando a ser el número uno en el mercado o sector industrial que nos hemos posicionado.

3.5 ETAPA OPERATIVA

En esta etapa operativa vamos a establecer todos los objetivos, políticas, formular planes y desarrollar procedimientos.

Áreas Funcionales

A continuación analizaremos cuatro áreas funcionales de la empresa “Arómate”, que son de vital importancia en el desarrollo de nuestro negocio, y es: **Administración, Distribución, Producción, Recursos Humanos.**

Administración:

Esta área la hemos escogido por que hemos visto la necesidad o el papel que juega dentro de nuestra microempresa para conseguir los objetivos propuestos y de la forma como se van a desarrollar actividades importantes:

Objetivo General:

- Ser rentable e incentivar, motivar el crecimiento de la microempresa junto con el personal, generar un compromiso.

Objetivos Específicos:

- Crear una cultura efectiva para el manejo de la organización.
- Ejecutar los procesos necesarios para dirigir todas las áreas de manera adecuada.

Políticas:

Nosotros establecemos una política de valor como parte de una ayuda para el fácil control de inventarios, compras, ventas; en forma semanal.

Procedimientos:

Realizar un control permanente de todas las áreas (semanal porque es una empresa pequeña),

- Tratar de disminuir errores con participación del personal,
- Planificar, elegir estrategias puntuales para alcanzar metas de la Organización,

Distribución:

En esta área esperamos desarrollar estrategias adecuadas para llamar la atención del consumidor y posicionarnos como parte de la sociedad.

Objetivo General:

- Incrementar el nivel de ventas, porque nuestra microempresa busca rentabilidad para ofrecer un producto con calidad.

Objetivos Específicos:

- Posicionarnos con la Marca,
- Enfocarnos a crear un Nivel Corporativo.
- Alianzarnos con puntos de venta.

Políticas:

Se establece en ventas, descuentos, por ocasión, por el tipo de cliente.

Ventas:

- Contado (Efectivo, Cheques)

Descuentos:**Por Volumen de Compra:**

- Más de 2 docenas
- Por monto de dinero de \$100 en adelante

Por tipo de Cliente:

- Si es punto de venta masivo
- Distribuidoras Locales
- Empresas exportadoras a nivel nacional

Procedimientos:

Con el nombre del producto, fácil para recordar, no contiene más de siete letras, atractivo.

- El diseño es llamativo del logotipo
- Además los colores y el dibujo son especiales
- Mediante alianzas con importantes empresas podremos alcanzar Nivel Corporativo
- Ingreso a una Sociedad de exportadores

Recursos humanos (obreros)

Esta área funcional es parte importante para nosotros porque si tenemos una cultura adecuada podremos tener una productividad más efectiva.

Objetivo General:

- Capacitación del Personal (asesoramiento)

Objetivos Específicos:

- Incentivar el Trabajo en Equipo
- Capacitar para mejor desempeño del producto.
- Crear conflictos funcionales

Políticas:

- Integración del Personal para trabajar en equipo
- Crear motivación al desempeño de cada persona con aportes de ideas para la empresa
- Cursos de capacitación en cuanto a relacionarnos con la gente (relaciones humanas).

Procedimientos:

- Necesitamos cooperación del grupo
- Tener metas que se acoplen las dos partes
- Exista una Coordinación
- Tener liderazgo para propender a los colaboradores su imaginación

- El mejor uso de la información

Producción:

Ser proactivos es la mejor opción para incrementar el volumen de producción.

Objetivo General:

- Optimizar recursos, eficacia, eficiencia y efectividad

Objetivos Específicos:

- Identificar y eliminar procesos de demora
- Fomentar ahorro y tratar de eliminar desperdicios

Políticas:

- Ser puntuales con los horarios establecidos
- Mayor producción realizar horas extras
- Seguridad Industrial

Procedimientos:

- Eliminar procesos innecesarios y repetitivos
- Reducir costos en desperdicios
- Cumplir con especificaciones
- Aprovechar al máximo los recursos y el tiempo

Formular planes:

De qué manera se va a lograr los objetivos.

√ Planes operativos anuales. Cada área funcional necesita un plan de acción que le proporcione dirección y oportunidad a sus actividades y a su personal en el uso de sus recursos consistentemente con las demandas de la estrategia de negocios. Que las decisiones estratégicas se instrumenten.

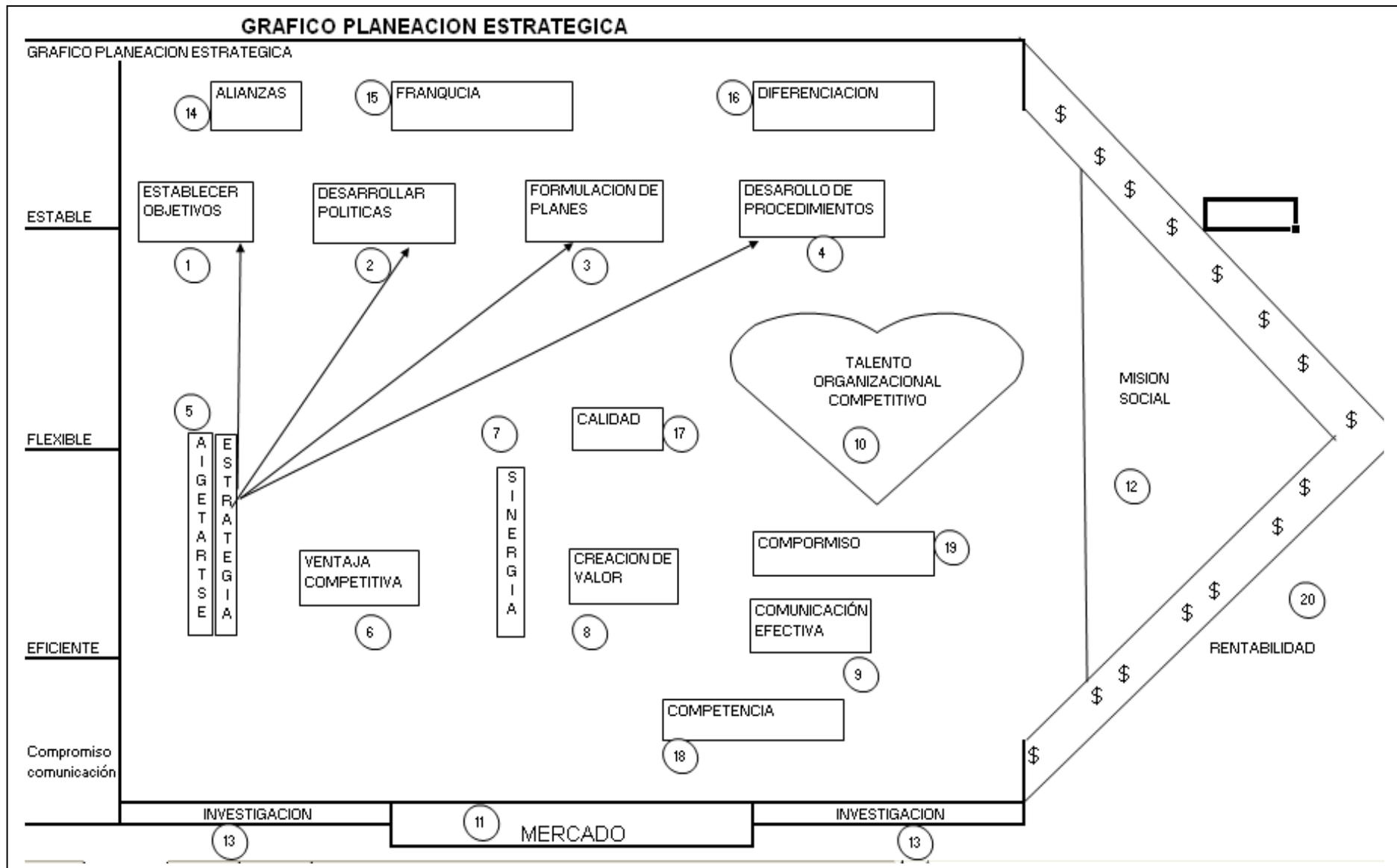
- La existencia de una base para el control.
- Un mejor uso del tiempo de los directivos.
- Consistencia en la administración de los recursos.
- Coordinación Inter. funcional cuando es necesaria.

Desarrollar procedimientos:

- Determinar el tiempo en que desarrollemos las estrategias.

Se inicia la instrumentación de lo planeado. Este paso puede denominarse etapa de acción. Significa la movilización tanto de empleados como de administrativos, para llevar a cabo las estrategias ya formuladas. Con frecuencia se considera que la ejecución de estrategias es el paso más difícil en el proceso de la dirección estratégica debido al hecho que requiere disciplina personal, sacrificio y consagración.

Es posible que la ejecución de las estrategias gire alrededor de la capacidad gerencial para motivar a los empleados, y la motivación con frecuencia se considera más un arte que una ciencia. No tiene sentido formular estrategias si ellas no se ponen en práctica.



CONCLUSIÓN

Cada área funcional necesita de un plan de acción que le proporcione dirección y oportunidad a sus actividades y a su personal en el uso de sus recursos consistentemente con las demandas de la estrategia de negocios. Se actualizará a los socios constantemente en conocimiento, para lograr un óptimo desempeño en la ejecución de nuestra microempresa.

Después de este largo recorrido en la investigación y formulación de este proyecto se da un informe de lo que se ejecutará, y del trabajo realizado con este grupo de madres solteras y de escasos recursos económicos, es así que cinco familias acogieron nuestro proyecto y se lo cristalizó. Se levantó un diagnóstico participativo en la localidad, se dió charlas con profesionales invitados.

CAPITULO IV

**INFORME DEL PROCESO DE EJECUCIÓN DEL MICROPROYECTO:
IMPLEMENTAR UNA PEQUEÑA MICROEMPRESA PARA MADRES SOLTERAS
Y PERSONAS DE ESCASOS RECURSOS.**

1.- DATOS INFORMATIVOS:

RESPONSABLES DEL PROYECTO: 5 familias de la Comunidad de Cañaro.
Estudiantes Egresados de la Licenciatura de Educación Social: Sra. Flor Sigüencia
Vivar y Sr. Marcelo Gómez Jara.

AUTORIDADES:

Se levantó el diagnóstico participativo en la Parroquia de San Joaquín, mediante entrevistas realizadas a las autoridades parroquiales:

Presidente Junta Parroquial: Dra. Rocío Juca

Teniente Político: Sr. Wilmer Guerron

Vocales: Sr. Braulio Coronel (Ordenamiento Territorial, Seguridad y Transporte)

Dra. Susana Palacios (Social Cultural y Deportivo)

Sra. Olga Vasquez (Salud y Educación)

Sr. Gregorio Villacis (Producción y Medio Ambiente)

Cura Párroco: Juan Pablo Orellana

Director Centro de Salud: Dr. Franklin Iñiguez

Director Escuela Antonio Farfán: Dra. Cecilia Guartatanga

Director Escuela Rafael María Arizaga: Dra. Ruth Villavicencio

Productores Agrícolas del Sector.

CONFERENCISTAS INVITADOS: Ing. Agrónomo Mauricio Juca

Ing. Com: Juana Catalina Zhispon Jadan.

2.- ANTECEDENTES:

El presente trabajo describe la creación de una microempresa para madres solteras y personas de escasos recursos en la parroquia de San Joaquín, planteado en nuestro objetivo general, trazándose objetivos específicos de:

- Organizar al grupo y elaboración del plan de trabajo.
- Capacitar en el manejo de las técnicas de organización Microempresarial, para el procesamiento de las plantas Medicinales.
- Desarrollar el plan de Marketing y Mercadeo.

La parte práctica se realizó en el sector de Cañaro, donde se implementó un espacio adecuado donde funcionara la microempresa, se les capacito a las personas involucradas para la recolección, secado y enfundado de las plantas medicinales por parte del Ing. Agrónomo: Mauricio Juca.

Nuestro interés como Educadores Sociales es poder intervenir y crear estrategias que logren plasmar soluciones a corto y largo plazo de manera organizada y coordinada para trabajar en la Cabecera Parroquial de manera integral, teniendo como principio la unidad de toda la comunidad.

Nuestro plan estratégico fue entrevistarnos con las autoridades del lugar, ya que consideramos que son ellos los que están empapados de las mayores dificultades.

Además, de acuerdo a las opiniones de personas que colaboraron en nuestras entrevistas supieron manifestarnos que los mayores problemas que se presentan son: Desnutrición en niños de 1 a 5 años, desorientación de la comunidad en servicios de salud, violencia intrafamiliar, alcoholismo, analfabetismo, maltrato infantil, embarazos prematuros, suicidios, desempleo, pobreza, migración. Al ser preguntadas si se nos brindaría ayuda y disponibilidad para ejecutar proyectos en bien de este colectivo, con mucha alegría se pusieron a la entera disposición para trabajar en conjunto con nosotros.

Se realizaron reuniones con las personas de la Comunidad de Cañaro, donde planteamos nuestro proyecto, el mismo que fue aceptado por miembros de varias familias, las cuales se dedican a la siembra de plantas medicinales y no tienen una orientación de cómo utilizar estos recursos, Una vez conformadas las familias que iban a apoyarnos, se eligió el nombre con el cual identificaremos a la microempresa, elección de directivos y arreglo del lugar de funcionamiento, se contacto al Ing. Mauricio Juca, quien con mucho entusiasmo y voluntad, capacito a las familias, en lo que respecta al sembrado, secado y envasado de las fundas de plantas medicinales. La Ing.Com: Juana Catalina Zhispón Jadan, capacitó a los miembros directivos y Educadores Sociales en lo que respecta al plan de Marketing y Mercadeo.

3.- ACTIVIDADES REALIZADAS EN FUNCIÓN DE LOS OBJETIVOS

Realizada las capacitaciones pertinentes, se continuó con la gestión de equipar el espacio donde funcionara nuestra microempresa, siendo la fuerza laboral las familias implicadas, se realizo la compra de Tijeras para el picado de las plantas medicinales, máquina selladora de fundas, (artesanal) fundas plásticas pequeñas, mesas, alambre, que sirven como templadores y escurridores de los atados de las plantas. Además se efectuó el respectivo logotipo con las características de nombre, propiedades, uso, teléfonos de contacto.

La Microempresa “Arómate” inicio sus labores el 14 de Noviembre del 2011, donde las familias realizan actividades diarias de secado, triturado y envasado de las plantas cultivadas. Pero con anterioridad las familias en forma individual tienen listo el producto, recolectado, lavado y secado para su adecuada trituración y envasado, lo cual se hace en conjunto. Cabe recalcar que el espacio utilizado para esta última actividad es muy reducido, motivo por el cual las familias tienen que realizarlo en forma individual, en sus respectivos hogares.

El 21 de Noviembre del 2011 se hizo nuestra primera presentación del producto, el mismo que conto con la Ayuda del Subcentro de Salud del Cebollar, Ministerio de Salud Publica, Educadores Sociales y directivos, quienes organizamos una casa abierta, donde se promociono temas de salud, aprovechamiento del cultivo de plantas medicinales, huertos alternativos (cultivos en macetas).Las familias realizaron la distribución de aguas aromáticas a todas las personas asistentes, Además nosotros como Educadores Sociales realizamos charlas acerca de las propiedades y usos del producto,

que las personas estaban degustando e incentivándolas a consumir el mismo y ver sus efectos, ya que nuestra labor es el de facilitar herramientas y conocimientos alternativos a la sociedad.

Asimismo ya se cuenta nuestro producto en el Almacén Cedillo, ubicado en las calles Miguel Ullauri 5-33 y Calle Larga, siendo su propietario el Sr. Marcelo Cedillo Chica.

Se ha distribuido gratuitamente como muestras a los vecinos del lugar.

Los directivos, y Educadores Sociales están programando casas abiertas con otras instituciones del sector para promocionar entre otros este trabajo.

CONCLUSIONES GENERALES

Es común y lo hemos visto a trabajadores, (en el sector privado o en la administración pública) que su principal interés es mirar el reloj ansiando su hora de salida, desear que sea viernes o esperar el día de pagos. Solo les interesa sus frutos, el trabajo es lo de menos. Dando prioridad a los frutos estamos empobreciendo el trabajo, no es satisfactorio. Unos trabajan para vivir, otros viven para el trabajo y a otros los mata el trabajo; por ello, incluso algunas personas que tienen recursos de sobra para sostenerse o que podrían jubilarse prefieren seguir trabajando; de hecho, algunos de los “espinos y cardos” que lo acompañan son el estrés, los riesgos, la monotonía, las decepciones, la competencia, el engaño y las injusticias. En esta nueva época de Posmodernismo donde el ritmo acelerado de vida, la tecnología moderna que supuestamente debe hacer más llevadera la vida, hace al ser humano menos “humano” donde se carece de solidaridad y entrega hacia los demás; por estas razones y otras, la mayoría de esta promoción de Educadores Sociales apreciamos el trabajo que realizamos; laboramos en lo que nos gusta, con seriedad, energía, y desde esta perspectiva somos ganadores ya que pocas personas nacemos para algo tan particular, sin importar lo humilde que sean las aspiraciones económicas estamos allí interviniendo y acompañando a los que nos soliciten soñando con una vida llena de sentido.

Para nosotros como futuros educadores sociales estas actividades emprendidas son una manera de saber y saber actuar con la finalidad de brindar lo mejor que uno tiene en pos del bien común y, en consecuencia poder servir mejor a toda la comunidad, con capacidad de poder discernir; por ejemplo entre lo que es bueno y lo malo dentro del amplio, complejo e incierto espacio en el que pugnan muchos de los valores presentes en los diferentes sectores sociales, como el derecho a la vida, las pautas culturales, las creencias, las religiones, el amor, la educación y la intervención sobre el medio ambiente, entre otros.

El Educador Social, con vocación y preparación técnica, no mira su reloj trabaja sin horario tiene una cualidad o habilidad natural para intervenir.

Por eso vivimos esta corta estadía con amor, paz, tranquilidad, porque *“Cuando tu energía vital se esté acabando, simplemente tendrás que ir a ese taller (quiero decir ese hospital del futuro) y enchufarte para que te recarguen. O quizá, si así lo prefieres, podrás ponerte baterías.”*Osho 1997.

Desde la perspectiva de una educación a lo largo de la vida, creemos que en toda cabeza hay una extraordinaria fuente de energía que es inagotable y mientras contemos con esta fuerza sigamos adelante hasta que, como dice un refrán italiano: “Una vez terminado el juego, el rey y el peón vuelven a la misma caja”.

Después de haber compartido con la comunidad en la ejecución de nuestro Micropoyecto, los resultados alcanzados son los siguientes:

- Organización de la comunidad y familias.
- Involucramiento de las familias para la realización del microproyecto.
- 5 familias organizadas, poseedores del cultivo de plantas medicinales.
- Adecuación del espacio físico.
- Talleres de conocimientos en la utilización de las plantas medicinales.
- Taller de técnicas de cultivo, lavado, secado y envasado.
- Elaboración de la etiqueta de publicidad.
- Elaboración de la funda hermética.
- Publicidad del producto en las ferias.

Sin duda, para hacer una intervención social humana y solidaria será posible sólo con amor hacia nuestros semejantes. Y como Educadores Sociales estamos prepararnos con afán y empeño para desterrar los paradigmas del odio empezando en el plano personal y luego extendiendo a nuestra comunidad mediante la educación con valores, reconociendo quiénes somos y hacia donde queremos llegar, preguntándonos constantemente ¿Sirvo para esta obra? ¿Estoy limpio de prejuicios y estereotipos? ¿Quiero consagrar mi vida al servicio de los más vulnerables y excluidos?

Recuerdo los primeros días de capacitación académica cuando gran cantidad de personas llenábamos el aula y esperábamos culminar esta carrera, lastimosamente pocos estamos en las puertas de lograrlo. Platón en su dialogo dice. “Todos estamos preñados de ideas y necesitamos una comadrona para que nos ayude a darlas a luz.” En estos cuatro años de camino y preparación académica encontramos muchas “comadronas” que con sus sabios consejos nos ayudaron a diferenciar las ideas, que hemos concebido de otras, nos guiaron y pusieron herramientas apropiadas para realizar nuestra intervención con éxito, gracias queridos maestros. Gracias amigos tutores por su dedicación, enseñanzas sin reserva: gracias a nuestra querida Universidad por la oportunidad dada.

6.- RECOMENDACIONES FINALES

Hacemos votos para que esta no sea la última promoción de Educadores Sociales que “ayuden a dar a luz”. Se espera más personas con esta visión de servicio, nuestra sociedad está cada día empobrecida de valores y sentimientos, entonces, sigan con estas carreras sociales. Estamos convencidos que así será, y como es la mejor Universidad del País tendremos en el futuro más Educadores Sociales comprometidos y dispuestos a trabajar por un bien común. Muchos educadores cuando fomentan carreras profesionales y metas dan a entender que el éxito depende principalmente de los logros y la posición social alcanzada. Es cierto que la educación y el perfeccionamiento de las habilidades del individuo son importantes ¿Pero se debería perseguir estos objetivos con tanto empeño, sin tomar en cuenta al ser humano?

El sueño del estado del bienestar venga de donde vengan, se debe apoyar, promover, ser actores directos no simples espectadores. Escuchamos a diario frases y diálogos como: Borrachos apestosos, indios sucios sin nada en esta vida, ni siquiera identidad, este es el sorprendente estereotipo que muchos tienen, de aquellos quienes necesitan de lo más elemental para vivir, las personas que carecen de vivienda causan temor e inquietud, se ignora que son seres humanos a quienes les da hambre igual que a nosotros. Son muchos y viven en la indigencia. Ciertamente es que el ritmo frenético de este mundo nos abruma y en ocasiones el compás de vida haga que nos sintamos frustrados, cansados y estresados, apenas con fuerzas para soportarlo, pues la existencia se ha convertido en una vertiginosa y agotadora carrera para miles de personas. Pese a los desfavorables informes, hay quienes creemos con optimismo que todavía es posible hacer algo al respecto, organizaciones, gobiernos y otros han presentado una larga lista de sugerencias y planes para tratar de resolver dichos problemas, como por ejemplo: programas de seguridad social, mejoras en la educación, planes para la sociedad del bienestar, etc. Y allí se quedo. Porque existen profundas raíces y ramificaciones extensas, por años de olvido y marginación, entonces vale la pena citar lo que dijo un anónimo.

“Tenía hambre, y ustedes formaron un comité para investigar mi hambre; no tenía hogar, e hicieron un informe sobre mi problema; estaba enfermo, y organizaron un seminario sobre la situación de los desprotegidos; investigaron todos los aspectos de mi condición, pero todavía tengo hambre, carezco de hogar y sigo enfermo.”

Queda claro entonces que los Educadores Sociales graduados en esta prestigiosa universidad daremos mucho que decir, por tal motivo miremos estas carreras y vocaciones en nuestros planteles y formemos seres humanos comprometidos tanto de palabra como de obra, en el trabajo, en la escuela, con el prójimo. Recordemos siempre, no solo cuenta lo que se dice, sino lo que se hace. La justicia, la honestidad, el respeto, la tolerancia existen y prevalecen en el tiempo, aunque el ser humano o la sociedad en que vivimos no los reconozcan, ni los practiquen.

Hemos puesto la semilla en esta comunidad con nuestra obra, se espera que no muera en el olvido, recomendamos la unidad, el trabajo en conjunto , la organización comunitaria, la solidaridad; nosotros estaremos prestos a dar acompañamientos para que esta labor se mantenga por mucho tiempo.

BIBLIOGRAFIA

A) LIBROS

SÍNTESIS san salvador. Libro Blanco de la Microempresa, Edit. FUSADES, Enero 1997

MAZZA, Maga; SACO, Raquel. Aprender a crear una Microempresa. Edit. Paidós América S.A. 2004

LUDEVID ANGLADA, Manuel. Como Crear su propia Microempresa. 2006

ASENCIO DEL ARCO, Eva; VÁSQUEZ, Beatriz. Como crear tu Nueva Empresa. 2006.

STEINER, George. Planeación Estratégica. 2ª edición.

MINZTBER, Henry / BRAINQUINN, James. El Proceso Estratégico. Edit Prentice Hall. 2º edición.

TAYLOR, James. Planteamiento Estratégico para Empresas de Éxito. Alexander Hamilton Institute. 2ª Edición.

Administración de la pequeña y mediana Empresa. Edit. Océano Editores.

BERGER, Marguerite. La mujer en el sector informal trabajo femenino y Microempresa en América Latina. Edit. Nueva Sociedad.

ELIO, De Zuani Rafael. Introducción a la Administración de Organizaciones», Segunda Edit Maktub 2003.

FLEITMAN, Jack. Negocios Éxitosos. Edit. Mc Graw Hill Interamericana 2000

ROMERO, Ricardo. Marketing. Edit. Palmir E.I.R.L 1997

CHINCHILLA, Nuria. Ser una Empresa familiarmente Responsable. Edit. Prentice-Hall 2006.

CIDONCHA, Antonia. La Libertad de la Empresa. Civitas, Ediciones, S.L. 2006.

VV:AA. La Empresa Moderna. Deusto S.A. 2006.

VV.AA. Como Crear una Empresa Exitosa. DeustoS.A. 2006.

PAMPLONA ROGER, Jorge D. Enciclopedia de las Plantas Medicinales Volumen 1 .Edit. Safeliz 2001.

PAHLOW, M. Enciclopedia Familiar Everest de las Plantas Medicinales. Edit, Leon: Everest 2002.

LÓPEZ PINERO, José María. Atlas y Diccionario histórico de las plantas Medicinales Edit. Faximil, Edicions Digital 2005.

JARAMILLO G, Juan Francisco. Hierbas medicinales. Edit. Madrid. Fondo de Cultura Económica. 2006 .

B) REVISTAS Y MANUALES

- AA.VV., Manual de la empresa familiar, dirigido por J. Corona, Deusto, Barcelona, 2011.
- AA.VV., Manual de la empresa familiar, dirigido por J. Corona, Deusto, 2011, Barcelona.
- AA.VV., Revista jurídica Barrilero y Asociados, julio 2009, la empresa familiar.
- AA.VV., Transformarse o desaparecer: estrategias de la empresa familiar para competir en el siglo XXI, Ediciones Deusto, 2008.
- AA.VV., Empresa familiar: consejos para asegurar su continuidad, Asociación Andaluza de la Empresa Familiar y ESIC, 2004.
- ALONSO CAÑADAS, J.; ROJO RAMÍREZ, A., "La valoración de la empresa familiar: aspectos clave a desarrollar", Estrategia.

C) INTERNET

- [Mailto:webmaster@caveguias.com.ve](mailto:webmaster@caveguias.com.ve)
- espaciovirtual.wordpress.com/2007/08/11/101-terminos-de-investigacion-cientifica/
- [http:// www.pac.com.ve/index.php?option=com...](http://www.pac.com.ve/index.php?option=com...)
- <http://www.slideshare.net/jorgechavez6816/diagnostico-participativo>
- <http://www.mailxmail.com/curso-abc-consejos-comunales/diagnostico-participativo>
- [mexico.smetoolkit.org/.../Desarrollo-de-la-microempresa- -](http://mexico.smetoolkit.org/.../Desarrollo-de-la-microempresa-)
- [http:// www.members.tripod.com/aromaticas/Empresa.htm](http://www.members.tripod.com/aromaticas/Empresa.htm)
- <http://www.agrecoecuador.org/index.php?option=com.>
- Líderes y Liderazgo Autor:Gioya, Pedro. Rivera, Juan
- Año 2008 Edición 1

ANEXOS

