

Plan de ventas para la asociación La Carmela, parroquia Pucayacu, cantón La Maná, productora de panela.

Román Robalino Alex Ramiro ¹; Mancero Zaquinalua Tatiana Elizabeth

²; Crow Sarmiento Edison Lenin ³; Gaibor Mendoza John Stee ⁴

RESUMEN

El objetivo principal de esta investigación fue un aporte institucional del IST La Maná través de un proyecto de vinculación con la asociación “LA CARMELA”, de la parroquia Pucayacu, en la que se analizó y diagnosticó de manera objetiva la manera de registrar las ventas y cumplimiento de metas, como la incidencia de la aplicación de un plan de ventas, el mismo que permita mejorar la comercialización de la panela como principal producto de la zona. Como primer indicio se aplicó entrevistas a los 15 socios, luego de un análisis narrativo no se encontró un sistema adecuado de producción, tampoco un registro de ventas, se llevan los ingresos de acuerdo a la venta en el día y de manera personal no asociativa. En segundo lugar, se realizó un diagnóstico de la manera de comercializar la panela, se evidenció que se mantiene un sistema individual por socio y no como asociación lo cual fue el fin de crearla. La principal debilidad sigue siendo la producción y comercialización sin ninguna aplicación de procesos o cálculos adecuados para saber cuántas panelas producir según la carga de cosechada de los asociados, no hay metas en ninguno de los procesos indicados, por lo que hemos planteado se cree un grupo de producción, otro de comercialización y ventas, buscando un mercado objetivo, de esta manera se producirá de acuerdo al mercado encontrado, como parte de la vinculación con la sociedad el Instituto Superior Tecnológico La Maná brindará la asesoría y divulgará los hallazgos obtenidos comprometiéndose a realizar un seguimiento, para que de esta manera puedan mejorar los ingresos de las 15 familias, logrando comprender el sentido asociativo y la calidad de vida.

Palabras clave: Asociativo, Comercialización, Ventas, Producción, Calidad de vida.

1. Rector Del Instituto Superior Tecnológico La Maná; Email romanrobalinoalex@yahoo.es
2. Docente Del Instituto Superior Tecnológico La Maná Email tatisvez31@hotmail.com
3. Docente Del Instituto Superior Tecnológico La Maná Email: lenincrow73@gmail.com

4. Docente Del Instituto Superior Tecnológico La Maná; Email:
stet75@gmail.com

Fecha de recepción: 16/10/2023

Fecha de aceptación: 17/11/2023

Analysis of the degree of satisfaction with the services offered by the property registry of canton La Maná

ABSTRACT

The main objective of this research was an institutional contribution from IST La Maná through a linkage project with the "LA CARMELA" association, from the Pucayacu parish, in which the way of recording sales and fulfillment of goals, such as the incidence of the application of a sales plan, the same that allows to improve the commercialization of panela as the main product of the area. As a first indication, interviews were applied to the 15 partners, after a narrative analysis an adequate production system was not found, nor a sales record, the income is kept according to the sale on the day and in a non-associative personal way. Secondly, a diagnosis of the way to market the panela was made, it was evidenced that an individual system is maintained by partner and not as an association, which was the purpose of creating it. The main weakness continues to be the production and commercialization without any application of processes or adequate calculations to know how many panelas to produce according to the harvest load of the associates, there are no goals in any of the indicated processes, for which we have proposed the creation of a group of production, another of marketing and sales, looking for a target market, in this way it will be produced according to the market found, as part of the relationship with society, the Instituto Superior Tecnológico L a Maná will provide advice and disseminate the findings obtained, committing to carry out a follow-up, so that in this way they can improve the income of the 15 families, managing to understand the associative meaning and the quality of life.

Keywords: Associative, Commercialization, Sales, Production, Quality of life.

INTRODUCCIÓN

La producción de panela en Ecuador es considerada una actividad agroindustrial tradicional, entre las más antiguas, sin embargo, continúa cumpliendo un rol fundamental en las familias campesinas, si se considera que aporta favorablemente desde el ámbito social, económico y de seguridad alimentaria (miel, licor, panela en ladrillo y granulada) (Quishpe, 2020). En la provincia de Cotopaxi, la mayor parte de los agricultores poseen sistemas de producción precarios, lo que imposibilita incrementar el nivel de producción y mejorar la calidad del producto; aún existen unidades productivas que utilizan el trapiche con la fuerza de animales de carga para el proceso de molienda. Hay que reconocer las ventajas de la producción artesanal sobre la industrial, ya que el producto no pasa por un proceso de refinamiento y por ende no contiene químicos; sin embargo, existen problemas de competitividad, pues los costos de producción son altos (PDOT, 2021).

La asociación La Carmela, tiene como principal fortaleza el trabajo en familia, tanto para la producción, cosecha y elaboración de la panela como producto principal. y beneficiar las propiedades del suelo (Da Costa 1991; Álvarez et al., 1995), la reducción de la erosión del suelo, el mejoramiento de la calidad del suelo.

El plan de ventas de una empresa (o en inglés Sales Plan) es un documento en el que se estima las ventas de un negocio

para un periodo determinado de tiempo. En esta herramienta se describen los objetivos comerciales, escenarios, características y desafíos que la empresa debe enfrentar para lograr las estimaciones. (sendpulse, 2020).

Acciones que forman parte del proceso de un plan de ventas propuesto:

1 Marketing.

La asociación La Carmela, no tiene una definición de marketing por lo que El marketing es definido por (Philip, 2004) como un proceso social y gerencial; en el aspecto social los individuos y grupos crean intercambios de productos y valores con otros, con la finalidad de obtener lo que necesitan y desean.

2 Procesos.

Los procesos realizados son de manera elemental desde la recepción hasta su distribución, cada familia cosecha su producción y la lleva al trapiche común de la asociación, al extraer el jugo de la caña en molinos con motor a diésel e ingresan a la molienda en donde se quema a fuego alimentado por el bagazo de la caña, evaporan el agua del jugo hasta obtener el punto de panela, la cual es moldeada en forma de bloques cuadrados o redondos, también se produce panela granulada, (Asociación, 2022)

3 Estudiar la competencia.

Analizar la competencia en el cantón de la Maná y en la ciudad de Latacunga para obtener información sobre las necesidades que aún no están siendo satisfechas y poder mejorar para lograr tener un buen círculo de

clientes, con un producto que cumpla con todas sus expectativas.

4 Objetivos de ventas.

Generar recursos para toda la familia que conforman la asociación LA CARMELA.

5 Atención al cliente:

No cuenta con los debidos métodos de comunicación con los clientes.

Acciones secundarias:

1 Talento humano:

Asociación no cuenta con administradores, sin embargo, tiene un presidente.

2 Tecnología:

La Carmela no cuenta con las maquinas o sistema para la elaboración de la panela.

METODOLOGÍA

El plan de ventas de la caña de azúcar se examinó como un marco metódico, que incluye producción primaria, marketing y consumo. También se destaca el análisis de la provisión de servicios, equipos e infraestructura en ambas fases.

El alcance del estudio es descriptivo-exploratorio- explicativo. Es descriptivo porque según (Tamayo, 2007), contiene la descripción, el registro, el análisis e

interpretación de la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos, ya que un problema que no se trató en la asociación La Carmela no se enfrenta al adecuado proceso de plan de ventas. Al nivel interno en relación con el uso de un proceso razonable dentro de un plan de ventas. Es exploratorio porque (FIDIAS, 2006) explica que la investigación exploratoria es una que está explorando un tema u objeto desconocido o menos examinado, como la venta de la panela y explicativo porque (SANPIERI, 2017) indica, al buscar las causas que no han permitido este estudio.

MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN:

El estudio se aplicó de forma simultánea métodos de investigación deductivo, inductivo.

Enfoque de la investigación:

El enfoque cuantitativo que diseña (Tamayo, 2007), radica en el contraste de teorías ya existentes a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio.

Alcance investigativo:

El alcance es explicativo, al abordar información que permita entender el inconveniente de estudio. La investigación se llevó a cabo en: País: Ecuador; Provincia: Cotopaxi; Cantón: La Maná. Asociación LA CARMELA, Parroquia

Pucayacu.

Para el desarrollo del análisis interno no se determinó un cálculo de la muestra, ya que se levantó la información a través de entrevistas a los 15 socios de la Asociación.

Para determinar el análisis externo se calculó la muestra tomando como referencia una población de 56.905 h del Cantón La Maná (PDOT, 2021)

Procesamiento estadístico

Se utilizó la siguiente fórmula para el cálculo de muestra:

$$n = \frac{KNpq}{e^2(N - 1) + K^2pq}$$

Desarrollo de la formula

$$n = \frac{1,96^2 * 56.905 * (0,5 * 0,5)}{0,05^2(11.381 - 1) + 1,96^2(0,5 * 0,5)}$$

$$n = \frac{3,8416 * 56.905 * 0,25}{0,0025(56.905) + 3,8416 * 0,25}$$

$$n = \frac{54651,56}{143,22}$$

$$n = 380$$

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La entrevista a los 15 socios determinó que no tienen conocimiento de que es y cómo aplicar un plan de ventas de su principal producto, para ordenar y mejorar

los ingresos de manera comunitaria y no individual, además que se siguen utilizando procesos rudimentarios en la producción de la panela.

A continuación, se presenta el análisis e interpretación de los resultados obtenidos a través de la encuesta realizada a los socios del cantón La Maná.

Tabla 1

¿Cómo se enteró usted de nuestro Producto de venta?

OPCIONES	VALOR	%
Otros clientes	43	11%
Por su propia cuenta	121	32%
Redes sociales	216	57%
Total	380	100%

Análisis:

De las 380 personas encuestadas se indica que el 57% se dio a conocer de nuestro producto mediante redes sociales y el 11% y el 32% pertenecen a criterio personal, mediante estas encuestas realizadas sabemos que debemos seguir potenciando nuestro producto de manera virtual creando más estrategias para que nuestro producto llegue al alcance de más personas.

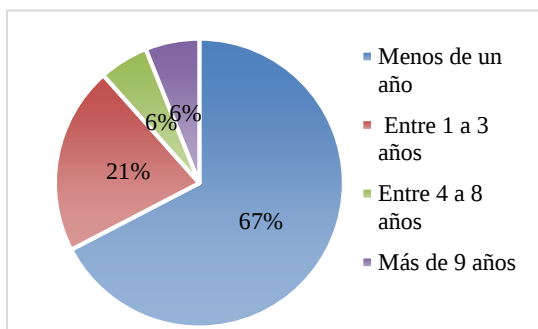
Tabla 2

¿Cuánto tiempo lleva siendo cliente de nuestra asociación?

OPCIONES	VALOR	%
Menos de un año	256	67%
Entre 1 a 3 años	80	21%
Entre 4 a 8 años	21	6%
Más de 9 años	23	6%
Total	380	100%

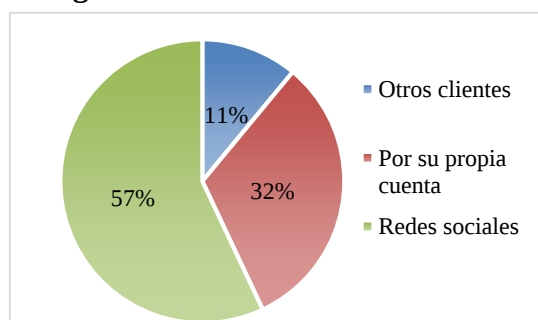
Figura 1

¿Cuánto tiempo lleva siendo cliente de nuestra asociación?



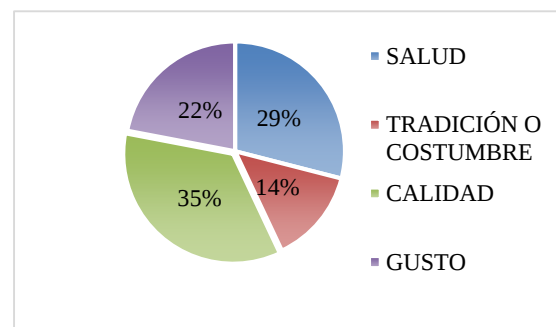
Análisis:

De la información obtenida se llegó a la conclusión de que las personas llevan siendo clientes de la asociación menos de un año con el 67% y el restante pertenece de un año a nueve años, por lo que debemos mantener estos clientes y analizar por qué se fueron clientes.

Figura 2**Tabla 3**

¿Qué le motivaría a usted a consumir nuestro producto?

OPCIONES	VALOR	%
Salud	111	29%
Tradición o costumbre	52	14%
Calidad	134	35%
Gusto	83	22%
Total	380	100%

Figura 3

Análisis:

De las personas encuestadas el 35% se fijan en nuestro producto por su calidad seguido del 29% que lo usa por motivo saludable y el 22% lo uso por gusto personal y el 14% se basa en tradición o costumbre.

El estudio y desarrollo de este artículo de investigación tuvo como finalidad proporcionar el conocimiento y el entendimiento del manejo de un plan de ventas para la asociación La Carmela, en donde se pudo demostrar que dicha organización no maneja procesos adecuados que permitan tener una mejor producción y un adecuado manejo de las

ventas, se realizan de manera elemental e individual por familia, se realizó un estudio sobre la rentabilidad que tienen los socios al producir la panela (UTQ, 2016) en la se profundiza en el análisis de los costos de producción, determinando que la producción de panela orgánica granulada tiene una mejor utilidad, al momento de nuestra investigación encontramos que solamente han mejorado en el proceso de molienda (trapiche) ya que utilizaban animales para mover el molino ahora lo mueven con un motor a diésel, siguen los procesos anteriores, por lo que queremos implementar este plan de ventas y lograr que los socios lo apliquen para tener mejores utilidades, ya que siguen cubriendo los costos fijos y variables sin tener una adecuada utilidad.

CONCLUSIONES

A pesar de ser un producto aceptado por la población, tanto por calidad y precio, especialmente la panela granulada y la de bloque en la asociación “LA CARMELA”, aún utilizan métodos de siembra, cosecha y pos cosecha rudimentarios, el margen de utilidad es muy pequeño, hay mucho desperdicio de materia prima, no tienen un mercado objetivo definido más que el local y solamente utilizan la caña para la panela habiendo otras opciones de productos, una pequeña parte de los asociados producen licor pero para consumo de ellos básicamente, aun cuentan con instalaciones no adecuadas, no hay quien invierta capital en la mejora de las mismas, siguen turnándose las familias para utilizarlas, por hora y por día; al ser

15 familias utilizan una vez a la semana, dejando de producir los demás días.

Al ser trabajos familiares la equidad de género no se la aplica, las mujeres muchas veces son quienes realizan todo el proceso mientras los hombres salen a la ciudad unos a vender o a trabajar en otras fincas.

Se ha propuesto a los socios de LA CARMELA un plan de ventas en el que deben determinar un equipo de ventas, determinar un mercado objetivo, establecer metas y un plan de acción, que les permita trabajar en conjunto y lograr establecerse como marca.

BIBLIOGRAFÍA

- ASOCAP (Agroindustria Panelera En La Provincia De Pastaza - Ecuador), 2009. Agroindustria panelera en la provincia de Pastaza- Ecuador. Asociación de cañicultores de Pastaza. Disponible en: <http://www.infoagro.net/shared/docs/a5/dair23.ppt>. Consultado, 10 Feb. 2009.
- Banco Central del Ecuador (BCE), 2008. Exportaciones de panela. Base de datos de la biblioteca. Disponible en: <http://www.portal.bce.fin.ec/vtobueno/ComercioExterior.jsp>.
- Cabral ACD, 1980. Aspectos gerais sobre a vida de peletaria de productos alimenticios. Boletín ITAL. Campiñas – Brasil.
- CENDES, 1968. Mejoramiento de la producción de panela. Centro de desarrollo. Quito – Ecuador. Pp: 6 – 26.
- Domínguez A. 2008. Evaluación del efecto de tres condiciones de almacenamiento sobre la estabilidad y tiempo de vida anaquel de panela granulada producida por las unidades artesanales en Ingapi y Pacto. Tesis, Ing. Agroindustrial. Quito – Ecuador. Escuela Politécnica Nacional.
- FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación), 2006. Panela granulada. (en línea). Disponible en: <http://www.fao.org/inpho/content/documents/vlibrary/AE20s/Procesados/PDV2.htm>. Consultado, 21 Sep. 2008.
- González, M. y Mancill, J., 1962. Álgebra elemental moderna. Volumen II. Buenos Aires - Argentina, Editorial Kapelusz S. A. Pp: 399-435.
- Grupo de Comunicación La Cerca, 2009. Comercio justo vía países en desarrollo. Disponible en: <http://www.lacerca.com/noticias/reportajes.html> Consultado, 15 Nov. 2009.
- Instituto de Investigaciones para la Industria Alimenticia, 1994. Durabilidad de los alimentos. Métodos de estimación. Ciudad de la Habana – Cuba.
- Instituto de Investigaciones Tecnológicas de Colombia. 1964. La industria Panelera en Colombia: Estudio sobre su mejoramiento”. Bogotá – Colombia.
- INEN (Instituto Ecuatoriano de Normalización), 2002. Norma técnica Ecuatoriana NTE INEN 2332:2002 Panela Granulada. Requisitos. Primera edición. Fecha de publicación: 2002 – 04 – 15. Fecha de aprobación: 2001 – 12 – 20. Acuerdo ministerial: #02093. Fecha acuerdo ministerial: 200203-18. Quito – Ecuador. Pp: 1–3.
- Man D., 2002. Shelf life. Food Industry Briefing Series. London, UK: Offices (edición), 2002. Pp: 112
- Mathlouthi, M., 2001. Water content, water activity, water structure and the stability of foodstuffs. Food Control. Pp: 12 (7), 409.