

Informe Proyecto Redes en Acción 2021

Realizado por
Fundación Impulsa Ecuador



Principales actividades desarrolladas

El año 2021 se caracterizó por un crecimiento significativo en el equipo del proyecto Redes en Acción. En base de las experiencias, prácticas obtenidas y validadas, se diseñó por parte de los colaboradores el procedimiento de intervención propio del proyecto Redes-Ecuador. Con la aplicación de este procedimiento se logran los siguientes resultados por indicadores que fueron gestionados en el año 2021.

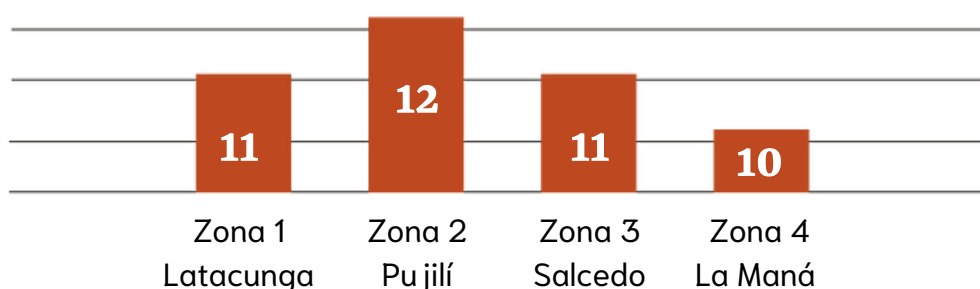
		Total
Indicadores 2021	Número de asociaciones intervenidas	44
	Canales de comercialización generados	10
	Acciones de consumo solidario realizadas	6
	Cantidad de socios capacitados en Mycoop	2233
	Cantidad de socios capacitados en temas complementarios	2296
	Cantidad de Redes Productivas generadas	2
	Cantidad de Laboratorios de Innovación realizados	25
	Marcas generadas y/o mejoradas	9
	Cantidad de productos mejorados	25
	Asociaciones que superaron a nivel II	22
	Asociaciones que superaron a nivel III	11
	Asociaciones que superaron a nivel IV	2
Cantidad de horas de asesoría	4192	
Cantidad de asociaciones dadas de baja	7	



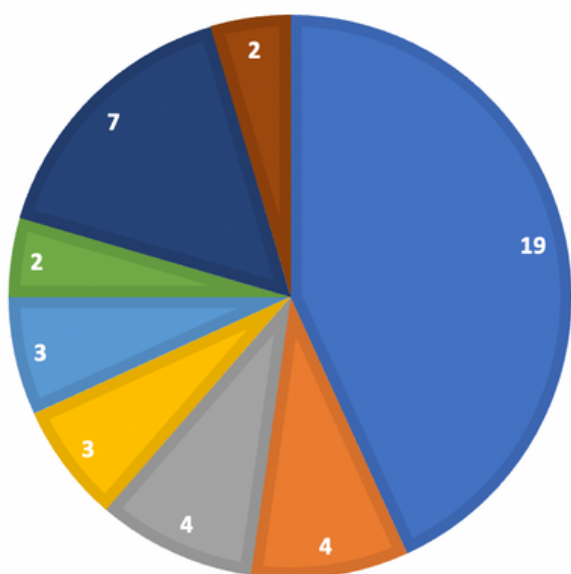
Asociaciones Intervenidas

El año 2021 el proyecto concluye con un total de **44 asociaciones** intervenidas en 5 cantones de la provincia de Cotopaxi. Distribuidos en 23 parroquias en 4 zonas principales:
Zona: 1 Latacunga, Zona 2; Pujilí-Saquisilí, Zona 3: Salcedo y Zona 4: La Maná.

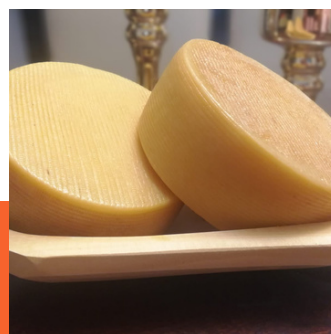
Asociaciones Intervenidas por Zonas 2021



Producción/Servicios Asociativos Intervenidos en la Provincia Cotopaxi



- Producción de cultivos agroecológicos
- Productos lácteos
- Turismo
- Productos procesados
- Producción avícola
- Cacao y derivados
- Gastronomía
- Otros servicios



Canales de comercialización generados

La generación de canales de comercialización sostenibles implican el diseño integral (formulación, marca, packaging, registros sanitarios, estándares de calidad, permisos, etc) de manera que se puedan considerar aptos para la venta en canales grandes establecidos a nivel local y nacional, que es donde mayor dificultad presentaron las organizaciones, principalmente por la capacidad productiva, financiamiento para trámites de registros y compra de insumos para las presentaciones y empaques.

A pesar de que se mantiene un trabajo sistemático en lograr todas las especificaciones requeridas del producto e incluso innovar nuevos, también realizaron gestiones de búsqueda de financiamiento externo y otras estrategias como: cata de productos, jornadas de testing, promociones por redes sociales y medios de comunicación locales, alianzas con autoridades locales. Se lograron potenciar los canales de productos primarios a través de la gestión de la participación permanente en ferias y ventas de productos asociativos eventuales a entidades locales de la zona.

Canales de Comercialización

Feria agroecológica La Chakra

Feria de la Mata a la Olla

Feria El Capulí

Restaurante Di Fragole

Tienda Frobun

Tienda Emprovit

Eco Market Sami Waylla

Empresa Terra Fértil

Restaurante Mama Miche

Otras Ventas Eventuales



Acciones de Consumo Solidario

Entre las acciones de Consumo Solidario implementadas este año se encuentran:



Capacitación en temas de “Consumo Solidario” a las organizaciones

Ruedas de prensa



Campañas de comunicación en redes sociales



Gira de medios con el tema central “Consumo Solidario” y su impacto



Entrega de la Certificación “Consumo Solidario” a varios negocios



Spot publicitarios en radios locales



Capacitaciones Realizadas

Transverzalizando todo el proceso de intervención se desarrollaron las capacitaciones a nuestras organizaciones correspondientes a los módulos de la Metodología de la Organización Internacional del Trabajo (OIT): Mycoop y otros temas complementarios.



Fortalecimiento en el conocimiento de la estructura asociativa / roles-funciones-deberes-derechos)



Generación de confianza entre los socios y una visión común asociativa



Comprensión hacia la elaboración de productos innovadores partir de la materia prima propia



Importancia de registro sistemático de ingresos y gastos



Técnicas de ventas y procesos efectivos de comercialización

La Metodología Mycoop implementada implica el avance en 4 Módulos al cierre del año.

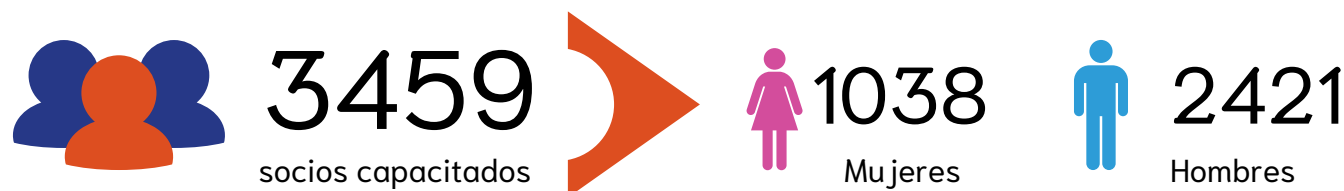
Mycoop



Temas específicos de apoyo



Total General



Asesorías y acompañamiento

Además de las capacitaciones a las organizaciones, lo cual representa el 38% del tiempo, reciben acompañamiento constante que consiste en asesorías, gestiones con instituciones para lograr alianzas estratégicas, canales de comercialización, asesorías en temas puntuales, esto representa que el 62% del tiempo de intervención empleado.



Asesoramiento especialistas

 752

Acompañamiento en gestiones

 1656



Seguimiento de actividades

 1472




Eventos especiales: ferias, catas, inauguraciones

 312



TOTAL DE HORAS INVERTIDAS

 4192

Redes

En el 2021 se conformaron dos redes productivas, constituidas por diferentes organizaciones que se asociaron para lograr objetivos en común.

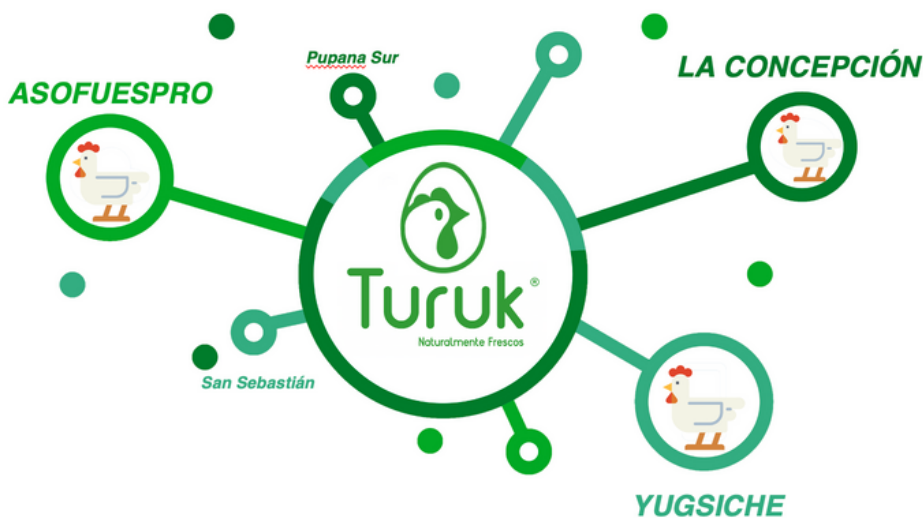


Meta

Ser reconocida en el mercado local por la oferta de producción agroecológica con identidad y colaboración solidaria.

Objetivo

Fortalecer la marca La Parcela apalancándose en la comercialización de productos limpios, utilizando tendencias de tecnología a través de la comercialización justa y generando responsabilidad social y ambiental.



Meta

Posicionar la marca en la región Sierra.

Objetivo

Fortalecer la marca Turuk a través de la producción y comercialización de productos avícolas.

Laboratorio de Innovación

El laboratorio de innovación tiene como objetivo mejorar productos, procesos, diseños y otros componentes que aporten innovación a la oferta de productos/servicios de las organizaciones hacia el mercado.

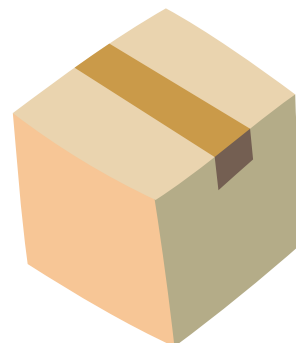


25

Laboratorios realizados

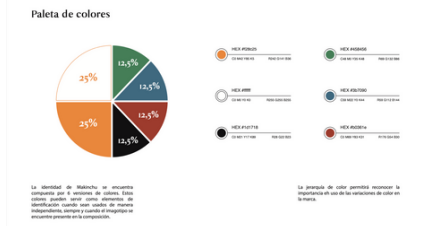
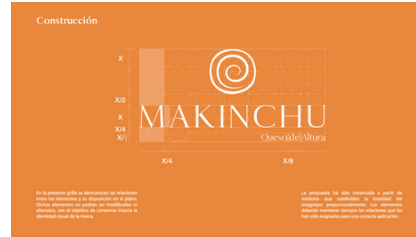
25

Productos mejorados



Marcas generadas y/o mejoradas

Durante el año se elaboraron 9 marcas con su respectivo manual de uso de logo.



Generación de Planes Negocios

Durante el 2021 se generaron 7 planes de negocios

Implementación de tienda agroecológica



Elaboración de aliños agroecológicos

Elaboración de pulpas y mermeladas



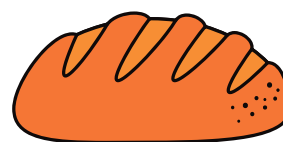
Implementación de restaurante –
venta de pollos asados

Elaboración de empanadas
de harina de chocho



Implementación de asadero de
cuyes y conejos

Elaboración de panes de
quinua y cerveza




Gestión Financiera de las Asociaciones

En el presente año se elaboraron plantillas financieras que comprenden el levantamiento de costos de producción de toda la cartera de productos, levantamiento del patrimonio actual, necesidades de inversión y levantamiento de gastos operativos y administrativos.


Se han tomado en cuenta para el cálculo de estos indicadores a 15 asociaciones. El resto de las asociaciones intervenidas tienen un tiempo entre 3 a 12 de medición financiera.



Indicadores resumen

 Total de ventas asociativas:
\$116.071,65

 Total de compras asociativas:
\$ 84.248,35

 Total de ventas:
\$177.660,69

 Total de utilidades:
\$48.686,64

 Total de gastos:
\$ 128.951,55

Indicadores de Redes

 Total de ventas en red:
\$5.842,60

 Total de gastos en red:
\$ 311,00

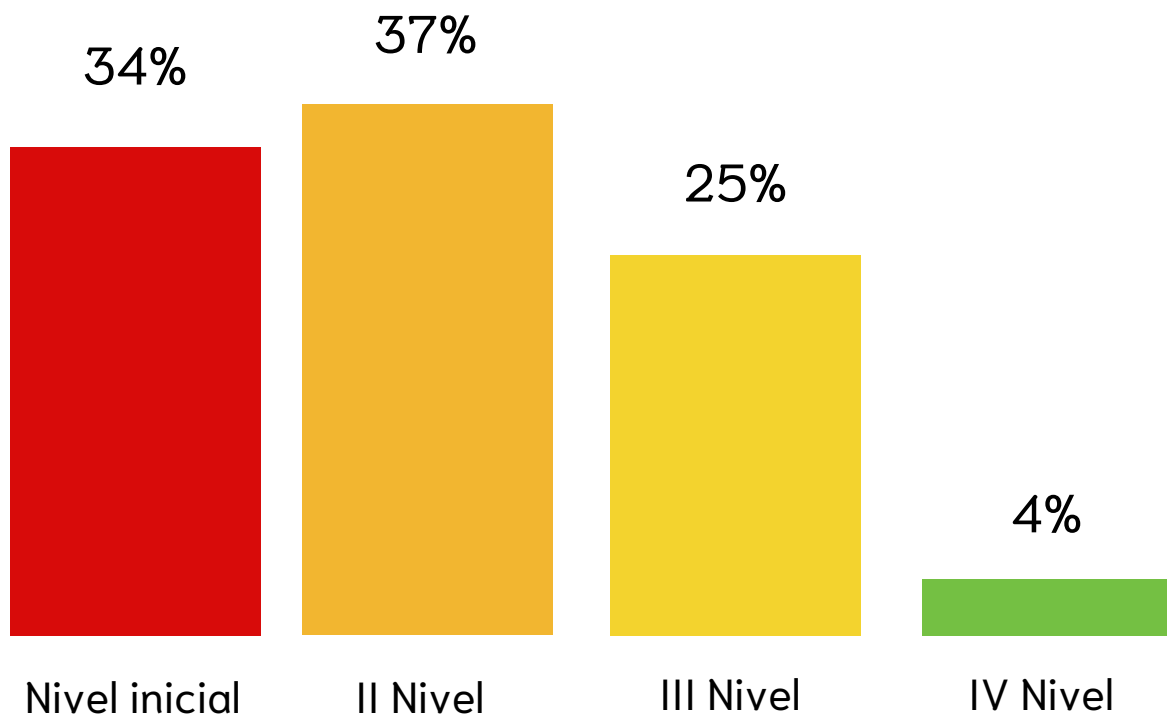
 Total de compras en red:
\$ 4.746,05

 Total de utilidades en red:
\$ 785,55



Escala de Niveles

El gráfico muestra la evolución del nivel de maduración organizacional que han tenido las asociaciones como parte del proceso de intervención en el año 2021.



El 77% de los socios activos manifestaron que desde la intervención del proyecto mejoraron de manera sostenible sus ingresos y la calidad de vida.



Informe Proyecto Redes en Acción 2021

