



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERIA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LAS PRODUCTORAS
ARTESANALES DE CARTERAS DE HILO EN EL
CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA
DEL GUAYAS, 2015.”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

**AUTORA: CRESPIAN CRESPIAN DIANA CAROLINA
TUTOR: ING. JUAN CARLOS CARRIEL WANG, MSc.**

LA LIBERTAD-ECUADOR

2015

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL

**“PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LAS PRODUCTORAS
ARTESANALES DE CARTERAS DE HILO EN EL
CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA
DEL GUAYAS, 2015.”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTORA: CRESPIN CRESPIN DIANA CAROLINA
TUTOR: ING. JUAN CARLOS CARRIEL WANG MSc

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

La Libertad, Diciembre del 2014

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, “Plan de Asociatividad para las Productoras Artesanas de Carteras de Hilo en el Cantón Playas, Provincia del Guayas, 2014” elaborado por la Srta. Crespín Crespín Diana Carolina, egresada de la Escuela de Desarrollo Empresarial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber orientado y revisado científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, que cumple y se adjunta a los estándares académicos y científicos, revise la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente,

**Ing. Juan Carlos Carriel Wang MSc
TUTOR**

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

El presente trabajo de Titulación o Graduación, “Plan de Asociatividad para las Productoras Artesanas de Carteras de Hilo en el cantón Playas, Provincia del Guayas, 2014” elaborado por quien suscribe la presente declara que los datos, análisis, opiniones y comentarios que constan que este trabajo de investigación son de exclusiva propiedad, responsabilidad legal y académico del autor. No obstante es patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber orientado y revisado científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, que cumple y se adjunta a los estándares académicos y científicos, revise la cual la apruebo en todas sus partes.

La Libertad, Diciembre del 2014

Atentamente,

Diana Carolina Crespín Crespín
C.I. 0928291392

DEDICATORIA

Dedico este trabajo especialmente a DIOS, quien me guía e ilumina mi camino, proporcionándome sabiduría y fuerzas para esquivar los obstáculos y así culminar con éxitos mis metas.

A mis queridos padres Alfredo Crespín e Inés Crespín quienes han sido mi pilar fundamental en todo el proceso de mi carrera, ya que con sus sabios consejos y conocimientos he podido llegar a los propósitos planteados.

Diana.

AGRADECIMIENTO

A DIOS, por ser el guía de mi integral existencia.

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena, a Directivos y Docentes por los sabios conocimientos y valiosos criterios facilitados en la trayectoria de mi carrera, quienes hicieron de mi alguien profesional.

A mis familiares y amigos quienes de una u otra manera han colaborado para que este trabajo de investigación se haya desarrollado.

Diana

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón MSc.
DECANA DE LA FACULTAD
CINCIA ADMINISTRATIVAS

Econ. Félix Tigrero González MSc
DIRECTOR DE ESCUELA DE
INGENIERIA COMERCIAL

Ing. Juan Carlos Carriel MSc.
PROFESOR – TUTOR

Ing. Washington Perero Vera MSc.
PROFESOR DE AREA

Abg. Joe Espinoza Ayala
SECRETARIO GENERAL

**UNIVERSIDAD PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LAS PRODUCTORAS
ARTESANALES DE CARTERAS DE HILO EN EL
CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA
DEL GUAYAS, 2015”**

**Autora: Srta. Diana Crespín Crespín.
Tutor: Ing. Juan Carlos Carriel MSc.**

RESUMEN

El objetivo de este trabajo investigativo es diseñar un plan de asociatividad para las Productoras Artesanas de carteras de hilo del cantón Playas, ya que en base a un estudio profundo y análisis de testimonios valederos por partes de las personas que se dedican a esta actividad, se determinó que la forma en el que lo realizan no es la adecuada, por tal motivo el fin del estudio es asociarlas legalmente, para que puedan generar una colaboración mutua entre las productoras en el que identifiquen estrategias competitivas y metas comunes; mejorando la calidad del producto y servicio brindado, el mismo que les permitirá acceder al mercado. Por medio de un diagnóstico de la situación actual de esta actividad se pudo decretar el nivel competitivo y deseo de contribuir a su desarrollo empresarial, para aquello se debe seguir un proceso para el progreso del mismo, empleando o utilizando los medios adecuados en el que se pueda definir el perfil de la persona que debe liderar, como también concretar la estructura que se debe seguir. La Metodología del trabajo investigativo estuvo orientado hacia la búsqueda del perfeccionamiento del desarrollo comercial el cual está enmarcada con un enfoque cualitativo y cuantitativo, el cual empezó con la recolección de información, a partir de los problemas, a fin de llegar a la situación actual de las productoras artesanas, utilizando para ello varios métodos y técnicas de investigación como: encuestas a los posibles clientes, focus group realizada a las futuras socias y técnicas de observación, cuyo resultado se pudo establecer que es conveniente la elaboración de un diseño de un plan asociativo como herramienta importante en la gestión administrativa. Diagnóstico con el que se aspira desarrollar proyectos, en el que se pretende reducir costos de producción, capacitación para la formación del recurso humano, nuevos objetivos, compartir conocimientos, mejorar la calidad del producto, aplicar las estrategias competitivas y sobre todo facilitar a las artesanas manejar el negocio de forma legal. Todo este procedimiento es para brindar a la sociedad que es cada vez más exigente y muy vulnerable ante este tipo de actividades, productos nuevos e innovadores y por ende cumplir con los objetivos colectivos de la asociación.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
TRIBUNAL DE GRADO.....	vi
RESUME EJECUTIVO.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xv
ÍNDICE DE TABLAS.....	xvi
ÍNDICE DE CUADRO.....	xvii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xviii
INTRODUCCIÓN	1
Problema de la investigación	2
Planteamiento del problema.....	3
Situación futura	5
Alternativa de solución.....	6
Delimitación.....	7
Formulación del problema	7
Justificación.....	8
Justificación teórica.....	9
Justificación metodológica.....	10
Justificación práctica.....	11
Objetivo general	12
Objetivos específicos	12

Hipótesis.....	12
Operacionalización de las variables	13
CAPÍTULO I.....	15
MARCO TEÓRICO	15
1.1. PLAN DE ASOCIATIVIDAD	15
1.1.2. Estrategias competitivas.....	16
1.2. PLAN ASOCIATIVO.....	17
1.2.1. Conceptualización.....	17
1.2.2. Importancia del plan asociativo	18
1.2.3. Características del plan asociativo	19
1.2.4. Ventajas de pertenecer a una asociación.....	20
1.2.5. Enfoque del plan asociativo	21
1.2.6. La Ejecución de un plan para la asociatividad.....	22
1.2.6.1. Modelo de Dini, Marco	22
1.2.6.3. Modelo del Proceso Asociativo según Ley Popular y Solidaria (IEPS) ..	25
1.2.7. Plan de Asociatividad.....	28
1.2.7.1. Situación actual.	28
1.2.7.2. La Asociatividad: alianza voluntaria para la competitividad.....	29
1.2.7.3. Autonomía.....	31
1.2.7.4. Resolución de los problemas.....	32
1.2.7.5. Estructura organizacional.....	33
1.2.7.6. Objetivo común:.....	33
1.2.8. La estrategia competitiva	34
1.2.8.1. Mejoramiento continuo.	37
1.2.8.2. Servicio superior	38
1.2.8.3. Menores costos.....	39
1.2.8.4. Teoría de la localización y de geografía económica	40
1.2.8.5. Mejor rendimiento laboral.....	41
1.3. MARCO LEGAL.....	43
1.3.1. Constitución de la República del Ecuador del 2008	43
1.3.2. Ministerio de Inclusión Económica y Social- MIES	45

1.3.3. Ley de la Economía Popular y Solidaria.....	45
1.3.4. Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del sector Financiero Popular y Solidario.....	46
1.3.5. Código Orgánico de la producción, comercio e inversiones	48
CAPÍTULO II	50
METODOLOGÍA	50
2.1. DISEÑO CUALITATIVO	50
2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	51
2.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN	52
2.3.1. Por el propósito	52
2.3.2. Por el nivel	52
2.3.3. Por el lugar	53
2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	54
2.4.1. Método inductivo	54
2.4.2. Método deductivo.....	54
2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	55
2.6. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	55
2.6.1. Cuestionarios.....	56
2.6.2. Focus Group.....	56
2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	56
2.7.1. Población.....	56
2.7.2. La Muestra	57
2.8. PROCEDIMIENTOS Y PROCESAMIENTO	58
2.8.1 Procedimiento de la investigación	58
2.8.2. Procesamiento	59
2.9. ESTUDIO DE MERCADO	60
2.9.1. Determinación de la demanda.....	60
2.9.2. Determinación de la oferta	60
CAPÍTULO III	61
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	61
3.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DEL FOCUS GROUP	61

3.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	63
3.3. ANÁLISIS GENERAL DE LAS ENCUESTAS.....	76
3.3.1. Demanda actual del producto:.....	76
3.3.2. Proyección de la demanda.....	77
3.3.3. Análisis de la oferta.....	78
3.3.4. Oferta actual.....	79
3.3.5. Proyección de la oferta.....	80
3.3.6. Determinación de la demanda insatisfecha.....	80
3.3.7. Análisis de precios en el mercado del producto.....	81
3.3.7.1. Análisis de precios en mercado de exportación.....	81
3.3.7.2 Márgenes de precios: estacionalidad, volumen y forma de pago.....	82
3.4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	83
3.4.1. Conclusiones generales.....	83
3.4.2. Recomendaciones.....	84
CAPÍTULO IV.....	85
PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LAS PRODUCTORAS ARTESANALES DE CARTERAS DE HILO EN EL CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS, 2010.....	85
4.1. PRESENTACIÓN.....	85
4.2. MODELO DEL PROCESO ASOCIATIVO Y DIAMANTE DE LA COMPETITIVIDAD.....	87
4.3. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LAS PRODUCTORAS.....	88
4.3.1. Foda.....	88
4.4. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA.....	91
4.4.1. Filosofía empresarial.....	91
4.4.2. Misión.....	91
4.4.3. Visión.....	91
4.4.4. Valores corporativos.....	91
4.5. DETECCIÓN DE NECESIDADES.....	92
4.5.1. Proceso asociativo.....	92
4.5.2. Requisitos para formar parte de la asociación.....	93

4.5.3. Aspectos legales para constituir la asociación	93
4.5.4. Obtención del registro único de contribuyentes (RUC).....	95
4.5.5. Requisitos para obtener la patente municipal.....	96
4.5.6. Requisitos para exportación	97
4.5.7. Estructura y organización propuesto	98
4.5.7.1. Descripción de puestos.....	100
4.5.8. Beneficios del plan de asociatividad	103
4.6. ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS.....	104
4.6.1. Estrategias producción del producto	104
4.6.1.1. Proceso de Producción de carteras tejidas a crochet.....	104
4.6.2. Estrategias de marketing	107
4.6.2.1. La publicidad.....	107
4.6.2.2. Las etiquetas.....	108
4.6.2.3. El empaçado.....	108
4.6.2.4. La garantía.....	109
4.6.2.5. La promoción.....	109
4.6.2.6. El precio.....	110
4.6.2.7. Canal de distribución al minorista y mayorista.....	110
4.6.2.8. Razón social, logotipo, slogan de la asociación.....	111
4.7. PLAN DE ACCIÓN PARA MEJORAR LAS ESTRATEGIAS COMPETITIVAS	113
4.8. PROGRAMAS PARA MEJORAR LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANIAS.	114
4.8.1. Primer programa: Taller artesanal adecuado para la producción.....	114
4.8.2. Segundo programa: Programa de mejora competitiva artesanal.....	119
4.9. PROGRAMAS PARA LA FORMACIÓN DEL RECURSO HUMANO DE LA ASOCIACIÓN.....	125
4.9.1. Tercer programa: Aplicación de la mejora continua a la calidad.....	125
4.9.2. Cuarto programa: Desarrollo de habilidades para mejorar la comunicación con el cliente al momento de pactar la venta.	126
4.10. PRESUPUESTO DE ASESORÍA Y CAPACITACIÓN.....	128
4.11. CRONOGRAMAS DE ACTIVIDADES	129

4.12. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	130
4.12.1 Financiamientos de la asociación.....	130
4.12.1.1. Aporte de las futuras socias para la asociación.....	130
4.12.1.2. Crédito.....	130
4.12.2. Presupuesto de inversión.....	133
4.12.2.1. Inversión en equipos, muebles y enseres	133
4.13. GASTOS DE CONSTITUCIÓN	134
4.14. COSTOS DE PRODUCCIÓN	134
4.15. PRESUPUESTOS DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	135
4.16. PRESUPUESTO DE VENTAS MENSUAL-ANUAL	137
4.17. ESTADO DE RESULTADO	138
4.18. FLUJO DE CAJA	139
4.19. CÁLCULO DEL VAN Y TIR	140
4.19.1. Cálculo VAN.....	140
4.19.2. Cálculo TIR.....	140
CONCLUSIONES	141
RECOMENDACIONES.....	142
BIBLIOGRAFÍA	143
PAGINAS WEB:	145
GLOSARIO	146
ABREVIATURAS.....	148

ÍNDICE DE CUADROS

	PÁG.
CUADRO #1 variable independiente.....	13
CUADRO #2 Variable dependiente.....	14
CUADRO #3 Clasificación de la población.....	57
CUADRO #4 Porcentaje de utilización de bolsos.....	76
CUADRO #5 Material de preferencia al momento de adquirir un bolso.....	76
CUADRO #6 Frecuencia de compra.....	77
CUADRO #7 Proyección de la demanda.....	77
CUADRO #8 Demanda proyectada del producto.....	78
CUADRO #9 Oferta actual.....	79
CUADRO #10 Porcentaje de calidad de bolso.....	79
CUADRO #11 Proyección de la oferta.....	80
CUADRO #12 Demanda insatisfecha.....	80
CUADRO #13 Evaluación del ambiente interno.....	88
CUADRO #14 Descripción de puestos.....	100
CUADRO #15 Publicidad.....	108
CUADRO #16 Costo de etiquetas.....	108
CUADRO #17 Costo de empacado.....	109
CUADRO #18 Precio de venta al público por unidad.....	110
CUADRO #19 Estrategias de fortalecimiento artesanal.....	113
CUADRO #20 Selección de alternativas.....	116
CUADRO #21 Compra de nuevas herramientas.....	118
CUADRO #22 Capacitación del ministerio de inclusión económica y social.....	120
CUADRO #23 Capacitación del MIPRO.....	121
CUADRO #24 Malla curricular.....	123
CUADRO #25 Presupuesto de asesoría y capacitación.....	128
CUADRO #26 Cronograma de actividades.....	129
CUADRO #27 Amortización.....	132
CUADRO #28 Inversión de activos.....	133
CUADRO #29 Gastos de constitución.....	134
CUADRO #30 Costos de producción.....	134
CUADRO #31 Gastos por arriendo.....	135
CUADRO #32 Gastos por publicidad.....	135
CUADRO #33 Rol de pagos.....	136
CUADRO #34 Ventas mensuales-anual.....	137
CUADRO #35 Estado de pérdidas y ganancias.....	138
CUADRO #36 Flujo de caja.....	139

ÍNDICE DE FIGURAS

	PÁG.
FIGURA #1 Proceso de la asociatividad	22
FIGURA #2 Diamante de la competitividad.....	25
FIGURA #3 Proceso de asociatividad según el IEP	26
FIGURA #4 Estrategias defensivas	36
FIGURA #5 Modelo del proceso asociativo	87
FIGURA #6 Proceso asociativo	92
FIGURA #7 Organigrama jerárquico propuesto.....	98
FIGURA #8 Beneficios del plan asociativo.....	103
FIGURA #9 Diagrama de flujo proceso de producción	105
FIGURA #10 Elaboración de patronaje	105
FIGURA #11 Trazado y corte de la tela para forro	106
FIGURA #12 Confección de bolso	106
FIGURA #13 Triptico	107
FIGURA #14 Canal de distribución.....	111
FIGURA #15 Slogan.....	112
FIGURA #16 Análisis del proceso productivo	114
FIGURA #18 Distribución de la planta	117

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
GRÁFICO #1 Edad.....	63
GRÁFICO #2 Utilizan bolso.....	64
GRÁFICO #3 Nivel de conocimiento de bolsos tejidos a crochet.....	65
GRÁFICO #4 Nivel de competencia en el mercado.....	66
GRÁFICO #5 Material de preferencia.....	67
GRÁFICO #6 Frecuencia de compra de carteras.....	68
GRÁFICO #7 Lugar donde adquieren sus bolsos.....	69
GRÁFICO #8 Propensión al pago de un bolso artesano	70
GRÁFICO #9 Nivel de calidad.....	71
GRÁFICO #10 Tamaño de carteras artesanas	72
GRÁFICO #11 Nivel de aceptación de la asociación.....	73
GRÁFICO #12 Nivel de aceptación del producto	74
GRÁFICO #13 Nivel de precios	75

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
TABLA #1 Edad	63
TABLA #2 Utilizan bolsos	64
TABLA #3 Nivel de conocimiento de bolsos tejidos a crochet.....	65
TABLA #4 Nivel de competencia en el mercado	66
TABLA #5 Material de preferencia	67
TABLA #6 Frecuencia de compra de carteras	68
TABLA #7 Lugar donde adquieren sus bolsos	69
TABLA #8 Prospensión al pago de un bolso artesano	70
TABLA #9 Nivel de calidad	71
TABLA #10 Tamaño de carteras artesanas	72
TABLA #11 Nivel de aceptación de la asociación	73
TABLA #12 Nivel de aceptación del producto.....	74
TABLA #13 Nivel de precios	75

ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO #1 Modelo de encuestas a posibles clientes	150
ANEXO #2 Modelo de encuestas para el focus group	152
ANEXO #3 Fotos encuestas a posibles clientes	154
ANEXO #4 Reunión con las productoras para el focus group	155
ANEXO #5 Elaboración de carteras artesanas.....	157
ANEXO #6 Carta aval para el desarrollo de tesis de la asociatividad de productoras artesanales de carteras de hilo	159
ANEXO #7 Nómina de socios que respaldan la propuesta de asociatividad.....	160
ANEXO #8 Matriz de verificación o consistencia.....	161
ANEXO #9 Socialización del plan de asociatividad a las productoras artesanas del cantón playas	162

INTRODUCCIÓN

Promover la formación de microempresas asociativas, ya que es común en el Ecuador y por lo tanto, se vuelve cada vez más flexibles de acuerdo a las características y necesidades específicas de cada región y de las instituciones públicas que tengan interés en promoverlas.

Un diseño de plan asociativo, estratégico, cuya visión de futuro contemple los diferentes escenarios de mecanismo de cooperación, es el que se presenta en la siguiente tesis: “Plan de Asociatividad para las Productoras Artesanales de carteras de hilo del cantón Playas”.

Esta tesis está estructurada por cuatro capítulos:

El Capítulo I.- Trata sobre la fundamentación teórica y legal, es decir sobre los conceptos que se manejan en la tesis como son los términos asociativos, que define el proceso de cooperación entre microempresarios independientes, como también la competitividad, productividad y los diferentes modelos asociativos, en el que se escogió el Modelo de Michael Porter “El diamante de la competitividad” y el proceso asociativo según el Instituto Ecuatoriano de Economía Popular y Solidaria (IEPS). La fundamentación legal de este proyecto tiene su base en la Constitución de la República del Ecuador en la sección Octava, Ley de Economía Popular y Solidaria, Ley de Defensa del artesano y el Plan Nacional del Buen Vivir en el que se reconoce al ser humano como sujeto tendiente a una dependencia dinámica, cuyo objeto es garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibilite el desarrollo personal.

El Capítulo II.- Orienta el proceso metodológico, es decir los pasos que se deben seguir para obtener información valedera y el tipo de investigación que se empleara, cuya investigación fue de tipo descriptiva, básica, de campo y bibliográfica, el uso de las técnicas de recopilación de datos fue a través de

encuestas dirigidas a los posibles clientes y focus group realizada a las productoras, el cálculo de la muestra forman parte del marco metodológico.

Capítulo III.- Con la recolección de datos del segundo capítulo, se procede a tabulación del focus group y encuestas para el análisis e interpretación de los mismos y confrontarlos con el problema obteniendo los objetivos deseados. Las encuestas servirán para saber a fondo si el proyecto a ejecutarse resultara factible y beneficioso. Cabe recalcar que las encuestas fueron realizadas con preguntas de fácil comprensión para luego ser tabuladas, analizadas y formuladas en cuadros estadísticos para una mejor interpretación

Por lo tanto en el Capítulo IV, es la última parte del trabajo investigativo, en el que permite conocer los objetivos, misión y visión que se desean alcanzar y así presentar una propuesta relacionada con la elaboración de un plan de asociatividad para las productoras artesanales de carteras de hilo en el cantón Playas, para la solución de los problemas planteados en el mismo, tomando como base los modelo escogido en el capítulo I, el Modelo de Michael Porter y el proceso asociativo según el Instituto Ecuatoriano de la Economía Popular y Solidaria.

Los cuatros capítulos antes mencionados, explican de manera concisa el proceso investigativo realizado, los métodos y técnicas que se aplicaron con el único propósito de proponer un plan asociativo eficiente y beneficioso que permita mejorar la elaboración de sus producto, reducción de costos, ejecución de estrategias que mejoren el ambiente laboral y la mentalidad de las personas que en ella trabajan. Y finalmente están las respectivas conclusiones y recomendaciones de los aspectos que concretamos que debería corregir o mejorar para el logro de los objetivos y metas que se diseñen en el transcurso del proyecto, la bibliografía en donde se plasman como fuente de investigación los diferentes autores consultados, y también anexos de todas las fotografías y documentación relevante de las involucrados que participaron en este proceso investigativo.

PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Las Productoras artesanales de carteras de hilo del cantón Playas, carecen de visión estratégica, capacidad para planear a largo y corto plazo y capacitación en gestiones administrativas, por lo que es necesario el diseño de un plan de asociatividad que les facilite identificar estrategias competitivas basadas en el mejoramiento continuo y viable para enfrentar los problemas que presentan las productoras.

El plan de asociatividad en general, sin dejar de lado la autonomía de las personas participantes, contribuye y posibilita la resolución de problemas y la búsqueda de un objetivo común. En este caso las estrategias competitivas se basan en el mejoramiento continuo, proporcionar un servicio superior a los clientes, lograr menores costos que la competencia y tener una mejor visión del negocio.

En el Marco Legal, el sistema económico en nuestro país, es social y solidario, y se reconoce al ser humano como sujeto tendente a una dependencia dinámica, cuyo objeto es garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el desarrollo personal. Por lo tanto al no ser una asociación legalmente constituida, no tendrían acceso a los diferentes beneficios como; capacitación, créditos financieros, acceso a nuevos mercados, que da el gobierno para los microempresarios a través del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) y el Instituto Ecuatoriano Popular y Solidario (IEPS).

Ante lo expuesto, a continuación se plantea el problema de la investigación:

¿Qué impacto produce el plan de asociatividad para mejorar la producción y comercialización de las productoras artesanales de carteras de hilo en el cantón Playas, 2014?

SITUACIÓN ACTUAL.

El producto artesanal que elaboran las microempresarias de las diferentes localidades de nuestro cantón, son las carteras de hilo, actualmente presentan problemas en la forma en que son comercializados, ya que no existe un lugar en específico donde ellas puedan exhibirlos y promocionarlos, es por esto que se ven en la necesidad de salir a ofrecerlos, pero en varias ocasiones no han logrado venderlas todas, por lo que les esta genera perdida, tanto material como financiero.

La materia prima, como son los Hilo cola de rata, que es el material más indispensable que se utiliza para la elaboración de las carteras suelen comprarlos en la Ciudad de Guayaquil ya que aquí en el cantón Playas existe solo un bazar “Mundo Fantasía”, el cual no abastece para las diferentes artesanas de la localidad. Al momento de comprar la materia prima junto con otros instrumentos, suelen comprarlos de forma individual y esto hace que los costos sean elevados.

Otro de los problemas es que no cuentan con las máquinas industriales, ya que éstas también son necesarias para cocer los forros que llevan dentro de las carteras, el cierre u otros accesorios. Por ende al no tener esta maquinaria, tienen que pedir ayuda a los costureros del cantón, y esto también genera un costo, para poder culminar el proceso de la elaboración de carteras.

Personalmente creo que el problema surge por falta de conocimiento en las ventajas competitivas, tales como la baja capacitación administrativa y la informalidad con que se maneja la planeación del trabajo no han hecho posible el desarrollo del mismo. Por ende es lamentable la inexistencia de un sistema de comercialización que permita fortalecer la evolución de microempresas artesanales administrativamente formales, que a su vez de la oportunidad a las familias de numerosos miembros laborar independientemente y ser aportados al desarrollo y exigencias de la sociedad del conocimiento.

SITUACIÓN FUTURA.

La necesidad de diseñar y adelantar estrategias colectivas pasa a ser, no solamente una posibilidad de desarrollar ventajas competitivas individuales y conjuntas, sino que consideren llegar a también puede llegar a establecer un requisito importante de persistencia para las microempresarias de esta localidad, es más muchas de las estrategias individuales obtendrán gran éxito en los estándares que ellas consideren sean necesarias como colectivas.

Con la creación de una asociación para productoras artesanales de carteras de hilo, se lograría cumplir con los requerimientos del cliente, al ofrecer productos seguros y legales con mejores precios y de calidad. Mediante la asociatividad se lograría identificar problemas y necesidades comunes, y sobre todo metas e intereses compartidos. Además, les permitiría resolver temas comerciales y necesidades particulares de capacitación con otras asociaciones, ahorrando recursos y manteniendo su autonomía.

Por medio del plan asociativo se espera realizar compras conjuntas para reducir costos, producir al por mayor que no han logrado de manera individual, generar capacidad de negociación y satisfacer de manera eficaz las necesidades de sus clientes compradores, entre otros elementos que facilitara la generación de empleo y bienestar para toda la economía del país.

Para mi concepto, pienso que ellas tienen el deseo de superar día a día, aunque no están capacitadas y preparadas del todo. Muchos debemos agradecerles ya que con su valiosa ayuda han logrado que los productos ecuatorianos, y en especial los artesanales sean muy apreciados y valorados por gente de otros lugares, quienes como nos damos cuenta en nuestro propio país, estarían dispuestos a pagar un buen precio por aquellas que les cautiven. Es por todo lo antes mencionado que creo conveniente que exista la asociatividad de las mujeres artesanas, para aportar al fortalecimiento de la imagen de los productos.

ALTERNATIVA DE SOLUCIÓN.

Al formular el Plan de asociatividad para las productoras artesanas de carteras de hilo tejidas a crochet, se podría identificar varias estrategias que les ayude a solucionar todo los problemas y el sistema de producción y comercialización sería diferente, ya que las productoras podrían trabajar en conjunto.

Sería un agente de cambio eficiente y honesto, la cual se actuara con responsabilidad social, para realizar proyectos en beneficio de un grupo humano desatendido en sus necesidades prioritarias.

Esta propuesta permite que con una inversión económica se pueda generar empleo, y además, principalmente tener una actitud emprendedora y creativa para aportar al desarrollo del cantón Playas, también favorecerá a la creación de una estructura organizativa, que les permita trabajar con planificación y organización por medio de un consejo directivo, que una vez unificado tendrán lluvias de ideas que le ayude para la evolución de la asociación.

La necesidad de asociarse que existe entre las productoras artesanas surge debido a los costos de los materiales que se utilizan para la elaboración de cada producto, por lo que uno de los medios para mejorar la competitividad en el mercado de bolsos artesanos, será el comparar costos con y sin asociatividad, para así obtener una utilidad rentable que logre la satisfacción personal de cada una de las individuales.

El Plan de asociatividad se puede identificar como un proyecto social, que conlleva compromisos mutuos, objetivos comunes y sobretodo conflictos compartidos que sin dejar a un lado la autonomía de todas las microempresarias. Todos estos elementos bien combinados permitirán a las productoras artesanas a continuar con el proceso asociativo, alcanzando beneficios, que no podrán lograr si trabajan individualmente.

DELIMITACIÓN.

PAÍS: ECUADOR

PROVINCIA: GUAYAS

REGIÓN: COSTA

CANTÓN: PLAYAS

CAMPO: ÁREA FORMATIVA

ÁREA: DESARROLLO EMPRESARIAL

ASPECTO: CREACIÓN DE ASOCIACIÓN.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

¿Qué impacto produce el trabajo asociativo para mejorar la producción y comercialización de las productoras artesanales de carteras de hilo en el cantón Playas?

SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.

- ¿El plan asociativo para las microempresas que se dedican a la elaboración de carteras de hilo será una ventaja competitiva dentro del mercado local y nacional?
- ¿Cuál será el efecto que genera la falta de conocimientos sobre la comercialización del producto por parte de las socias?
- ¿Mejorarían los niveles de competitividad de las artesanas de carteras de hilo en el cantón Playas en el mercado local, al aplicar las diferentes estrategias de un mecanismo de cooperación?
- ¿Disminuirían de manera significativa al contar con una agrupación de productoras artesanas de carteras de hilo tejidas a crochet que negocien la adquisición de estos recursos?

- ¿Qué efecto produciría los diferentes modelos de cooperación, por parte de las productoras de carteras de hilo?

JUSTIFICACIÓN.

En el cantón Playas, se puede apreciar de cerca las diferentes artesanías, actividad que constituye una fuente de ingresos para sus habitantes. De forma natural, en este lugar se lleva adelante el proceso de tejido para la producción de carteras de hilo, hecho a mano por mujeres de este cantón la misma que se encuentra limitada por no contar con los recursos necesarios para la producción y comercialización del producto.

La presente investigación busca mediante la propuesta de un plan de asociatividad, integrar a las productoras artesanales dedicadas a este tipo de actividades alcanzando desarrollo en los sistemas de producción y comercialización que ayude a incrementar sus ventas. Como también se desea que se consiga una mejor organización interna con lineamientos formales para tener respaldo, dando respuesta a las exigencias de los habitantes, colaboradores y del medio en el cual se encuentran inmersa, por tal razón que este modelo se creará como una alternativa de solución a este problema que también servirá para otras microempresas de nuestra localidad.

Otra razón sería la de optimizar costos de producción y comercialización, compartir tecnología y conocimiento, mejorar la calidad, incrementar el poder de negociación frente a proveedores-clientes.

Para alcanzar estos objetivos se analizó la figura asociativa para el mejoramiento productivo y de comercialización para las artesanas, como estrategia de trabajo asociado entre las mismas; en donde cada microempresaria decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con las otras para la búsqueda de un objetivo común manteniendo su autonomía.

JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.

Plan de Asociatividad.

(Rosales, 2005), Introduce uno de los conceptos más sólidos sobre asociatividad: “un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa colaboradora, conservado su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común” (pág. 13)

Esta investigación busca la aplicación de la teoría y definiciones de lo que es la asociatividad, para encontrar la razón sustentable del por qué se requiere un plan asociativo para las productoras artesanas dedicadas a la elaboración de carteras de hilo tejidas a crochet, siendo así fundamental la información que se recolecte con los diferentes métodos investigativos en la población del cantón Playas y parroquia Posorja.

Estrategias competitivas.

(AKTOUF, 2010), manifiesta “La estrategia competitiva consiste en lo que está haciendo una compañía para tratar de desarmar las compañías rivales y obtener una ventaja competitiva. La estrategia de una compañía puede ser básicamente ofensiva o defensiva, cambiando de una posición a otra según las condiciones del mercado. En el mundo las compañías han tratado de seguir todos los enfoques concebibles para vencer a sus rivales y obtener una ventaja en el mercado en el que se encuentre” (pág. 81)

Este proyecto busca definir cuáles van a ser las estrategias competitivas que les permitan generar una rentabilidad favorable para las productoras artesanas, siendo para ellas una ventaja que les acceda diferenciarse o resaltarse de las demás organizaciones, logrando

JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA.

Para cumplir con el objetivo de la investigación se acude a la utilización de procedimientos metodológicos como factores para medir el grado de la falta de Asociatividad en las productoras artesanas y que métodos se pueden utilizar para mejorar la misma.

Para llevar a cabo este plan asociativo se plantea utilizar la elaboración de una propuesta de un modelo viable, que comprende el tipo de investigación, por el nivel de estudio descriptivo, siendo esta Bibliográfica y de campo con la aplicación de los métodos inductivos y deductivos. Todo este proceso servirá para recopilar información necesaria para el desarrollo del Plan, deberá darse de forma empírica y eficaz, de tal modo que exista satisfacción total del trabajo.

Por medio de la ejecución de técnicas como encuestas dirigidas a los posibles clientes de la asociación, para conocer la magnitud de la demanda potencial insatisfecha que existe entre el cantón Playas y parroquia Posorja, de esta manera las productoras sientan el interés de agruparse y dirigirse entre sí mismas.

También se utilizó herramienta técnica la aplicación de focus group a las artesanas de los diferentes sectores especializados en la rama carteras de hilo, en el cual se examinará su interrelación con los sistemas de trabajo en asociaciones existentes o carencia de las mismas, formas de producir y sus expectativas de expandirse en el mercado.

El tipo de muestra será probabilística considerando el muestreo por aleatorio estratificado ya que el número de elementos a considerar es de una población muy numerosa, una vez culminado el proceso metodológico, se procederá al análisis de los resultados. Todos estos factores en conjunto serán base que fundamente la aplicabilidad de este tema de trabajo de titulación.

JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.

La investigación busca mediante la propuesta del plan asociativo, integrar a las microempresarias dedicadas a la elaboración de carteras de hilo, alcanzando desarrollo en los procesos y sistemas de producción ayudando a incrementar sus ventas y a la vez que consiga una mejor organización interna con lineamientos formales para tener respaldo, dando respuesta a las exigencias de clientes, colaboradores y del medio en el cual se encuentran inmersa, por tal razón que este modelo se creará como una alternativa de solución a este problema que también servirá para otras microempresas del entorno de nuestro cantón.

Esta alternativa es una de las más viables para hacer frente a la competitividad y permanecer en el mercado local, porque no es suficiente que solo se busque que la organización permanezca si no que trascienda a otros mercados. Y para eso, se necesita de algo más que pueda fortalecer a esa asociatividad, lo que da pie a la cadena productiva y la apropiación de los eslabones que la conforman. El tejido producido, debe servir, no solo con el fin de arreglo del hogar, sino también como vestuario de los clientes o como elemento en el cual se puede crear un evento que perdure en la memoria.

El presente trabajo es factible para la transformación requerida por las nuevas condiciones de la economía, con el fin de superar la insuficiencia de escalas individuales que se presentan, la misma que se orienta a incentivar los procesos asociativos entre las productoras artesanas de carteras de hilo del cantón Playas, mejorar la producción de sus actividades.

Si la asociación de productoras artesanales dispone de un buen sistema de comercialización, podría ingresar a competir en el mercado nacional, aunque la aplicación de esta estrategia colectiva no solo es una herramienta apropiada para incrementar la competitividad, sino, como única alternativa de generar ingresos económicos, con el fin de satisfacer las necesidades básicas de los involucrados.

OBJETIVO GENERAL.

Proponer el plan de asociatividad a partir de un trabajo asociativo para las productoras artesanales de carteras del cantón Playas, provincia del Guayas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Determinar si mejoraría la calidad del producto que ofrecen las artesanas de carteras de hilo en el cantón Playas mediante diferentes ideas para determinar la aceptación de sus productos en el mercado local.
- Detallar las diferentes consecuencias que se generan por la falta de conocimientos sobre la comercialización del producto por parte de las socias.
- Establecer estrategias de cooperación, para mejorar los niveles de competitividad de las artesanas en el mercado local.
- Establecer la relación costo-beneficio en cuanto a los precios de la materia prima, mediante el poder adquisitivo que se obtenga de manera individual o grupal de las artesanas de carteras de hilo.
- Detallar los efectos que produciría los diferentes modelos de cooperación, por parte de las productoras de carteras de hilo.

HIPÓTESIS.

La hipótesis de este trabajo se determina así:

El trabajo asociativo, permitirá mejorar las estrategias de competitividad en las microempresarias artesanales dedicadas a la elaboración de carteras de hilo en el cantón Playas, 2014.

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.

CUADRO #1 Variable independiente

HIPÓTESIS	VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
La propuesta del trabajo asociativo, permitirá el fortalecimiento de las microempresarias artesanales dedicadas a la elaboración de carteras de hilo en el Cantón Playas.	INDEPENDIENTE Plan de Asociatividad	El trabajo Asociativo en general, sin dejar de lado la autonomía de las personas participantes, posibilita la resolución de problemas comunes y la búsqueda de un objetivo común.	Asociatividad	<ul style="list-style-type: none"> • Formas De cooperación • Variedad de productos elaborados 	<p>¿La Asociatividad ayuda a las pequeñas productoras en sus actividades empresariales?</p> <p>¿De los atributos que posee las productoras artesanas, cual considera usted que es el que más impacta?</p>	<p>Focus Group</p> <hr/> <p>Encuesta</p>
			Autonomía	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación para ampliar los conocimientos. • Capacidad para darse normas a uno mismo sin influencia de presiones Políticas. 	<p>¿Participaría en la capacitación para ampliar los conocimientos de desarrollo empresarial?</p> <p>¿Cree usted importante imponerme normas sin influencias ni presiones internas ni externas de grupos?</p>	Focus Group
			Resolución de problemas	<ul style="list-style-type: none"> • Sesiones de Trabajo • Analizar Criterios 	<p>¿Cree que con la aplicación de un plan de Asociatividad mejorarán las actividades comerciales de las personas que se dedican a la elaboración de artesanías de carteras de hilo?</p>	Focus Group
			Estructura organizacional	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo corporativo • Organigrama • Funciones 	<p>¿El desarrollo del modelo organizativo de las microempresarias de carteras de hilo, permitirá el crecimiento económico y financiero de la empresa?</p>	Focus Group
			Objetivo Común	<ul style="list-style-type: none"> • Producción y mercado 	<p>¿Considera usted que los precios de los productos son accesibles?</p>	Encuesta

Fuente: Investigación de campo, Playas 2014

Elaborado por: Crespin Crespin Diana

CUADRO #2 Variable dependiente

HIPOTESIS	VARIABLE	DEFINICION	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
La propuesta del trabajo asociativo, permitirá el fortalecimiento de las microempresarias artesanales dedicadas a la elaboración de carteras de hilo en el Cantón Playas.	DEPENDIENTE Estrategias competitivas	Se basan en el mejoramiento continuo para alcanzar la calidad de un producto, proporcionar un servicio superior a los clientes, lograr menores costos en los rivales, tener una mejor ubicación geográfica diseñar un producto que tenga un mejor rendimiento que las marcas de la competencia.	Mejoramiento Continuo.	Calidad	¿Considera usted que la calidad de los productos que elaboran las artesanas, mejoraría al trabajar en forma conjunta y complementaria?	Focus Group
					¿Cómo calificaría usted la calidad dl bolso que le están ofreciendo?	Encuesta
			Servicio Superior	Valor Agregado	¿El procedimiento y las técnicas son las adecuadas para la producción y comercialización?	Focus Group
					¿Cuenta usted con los recursos necesarios para la producción de las carteras de Hilo Cola de rata?	
			Menores costos.	Mayor producción.	¿Existe comunicación entre las socias del sector? ¿Existe materia prima suficiente para producir el producto?	Focus Group
			Ubicación geográfica.	Mayor atención al cliente.	¿Considera usted que el esfuerzo conjunto logra desarrollar objetivos específicos del negocio? ¿Cree usted que el esfuerzo conjunto minimiza el costo en la producción?	Focus Group
Mejor rendimiento laboral.	Ingresos	¿Considera usted que al organizarse los apicultores alcanzaran objetivos tanto en la producción como en el mercado?	Focus Group			

Fuente: Investigación de campo, Playas 2014

Elaborado por: Crespin Crespín Diana

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. PLAN DE ASOCIATIVIDAD.

Para tener conocimiento sobre el ambiente asociativo, es importante conocer varios conceptos claves que puedan ser aplicados en un plan de asociatividad, donde permita mantener la igualdad e independencia de cada individuo, que sin dejar a un lado la autonomía, se posibilite la resolución de los problemas.

(Villarán, 2000). Señala que “en muchos casos la asociatividad es vista como un asunto de urgencia para reorganizar la estructura productiva del país. El grupo de personas productivas, una vez asociadas generarían beneficios en torno al sistema productivo, y en el fortalecimiento de la dinámica empresarial. Para él, una de las mayores fortalezas del significado de Asociatividad es su relación con el concepto “capital social” (pág. 39).

El movimiento asociativo ha comenzado a desarrollarse entre empresas pequeñas y mediana con mayor ímpetu, en estos últimos años despertando el interés de diferentes actores. En este contexto se puede percibir las diferentes relaciones interempresariales, de los cuales es de importancia destacar estrategias colectivas que, si bien persiguen objetivos y diferencias con los proyectos asociativos.

En este sentido, la asociatividad entre empresas permite aprovechar y potencializar las fortalezas de cada una de ellas, desarrollar proyectos más eficientes y minimizar los riesgos individuales. Entre otros beneficios que las PYMES obtienen de la asociatividad se encuentran: integración de diferentes canales de comercialización, obtención de economías de escala, ampliación de los horizontes económicos con menores inversiones que las necesarias en forma individual, mayores posibilidades de crédito al contar con mejores garantías, y disminución de costos fijos, como por ejemplo los de administración, o los de asesoramiento legal y contable.

1.1.2. Estrategias Competitivas.

Los modelos asociativos contienen una estrategia que permite lograr el desarrollo sustentable de la pequeña y mediana empresa, especialmente, en un contexto tan complicado como el que vive actualmente Ecuador. A continuación se citara un concepto para mayor entendimiento de lo que es la estrategia competitiva.

(AKTOUF, 2010). Menciona que “una compañía tiene ventaja competitiva cuando cuenta con una mejor posición que los rivales para asegurar a los cliente y defenderse contra las fuerzas competitivas. Existiendo muchas ventajas competitivas: elaboración del producto con la más alta calidad, proporcionar un servicio superior a los clientes, lograr menos costos en los rivales, tener una mejor ubicación geográfica, diseñar un producto que tenga un mejor rendimiento que las marcas de la competencia.” (pág. 45)

Para lograr que estos modelos alcance una masificación y que cuya acción generen un cambio en la situación socioeconómica del país, primero es necesario lograr una renovación importante en la cultura PYME nacional. El microempresario ecuatoriano, lamentablemente no está acostumbrado a cooperar con otros, y la mayoría de las relaciones que concibe con sus semejantes son de competencia, no de cooperación. La solución a estos problemas, en gran parte, como sucede con la gran mayoría de los problemas que vive el país, se da por medio de la educación, en este caso, del empresariado.

Para encontrar nuevas estrategias más valederas que sirvan para dar frente a los competidores derivadas de las aperturas, dirigentes de las organizaciones, sin tomar en cuenta la dimensión de estas, pueden tener opciones el cual se clasifica en dos grandes etapas, no excluyentes: las individuales y las colectivas.

Crear un diseño y varias estrategias colectivas por parte de las productoras posibilitan el desarrollo de nuevas ventajas competitivas particulares y conjuntas, como también puede llegar a establecer los requerimientos necesarios para las microempresarias.

1.2. PLAN ASOCIATIVO.

1.2.1. Conceptualización.

La asociatividad emerge en el mundo globalizado como un mecanismo válido para que las pequeñas y medianas empresas se integren en grupos de colaboración estratégica que les permitan consolidar sus fortalezas y superar sus debilidades individuales.

(NAJUL, 2005), señala: “la asociatividad bien planificada y organizada puede crear sinergias que mejoren notablemente la competitividad de todo el grupo, le permitan obtener nuevos mercados, expandir sus actividades dentro y fuera del país, crear nuevas oportunidades de empleo para la población desocupada e impulsar el desarrollo económico y social de la comunidad” (pág. 21)

Para que la asociatividad tenga éxito, debe ser el resultado de un plan muy bien diseñado cuyas facetas conduzca con seriedad y certeza a la formación de un grupo empresarial sólido que sabe por dónde caminar y como alcanzar las metas trazadas.

El plan de asociatividad es un documento donde se indican las diferentes alternativas de solución a determinados problemas de la sociedad y la forma de llevarlo a cabo fijando las diferentes actividades prioritarias y asignando recursos, tiempos y responsabilidad a cada una de ellas. El contenido básico de un plan es: justificación del plan, visión del plan, diagnóstico, prospectiva, objetivos, estrategias, políticas, programas y proyectos del plan.

Como derivado de lo anterior cabe decir que un plan es un instrumento de carácter técnico en el que de manera general y en forma coordinada se encuentran: lineamientos, prioridades, metas, directivas, criterios, disposiciones, estrategias de acción, financiamiento, y una serie de instrumentos con el fin de alcanzar las metas y objetivos propuestos.

1.2.2. Importancia del Plan Asociativo.

La meta principal de la asociatividad es desplegar un esfuerzo conjunto de los participantes para gestionar acertadamente las interdependencias creadas por los enlaces y conseguir ventajas competitivas, aprovechando las oportunidades, neutralizando las amenazas, aclarando fortalezas y disminuyendo las debilidades.

(Rosales, 2005), “las posibilidades de expansión de las organizaciones está constituida por la capacidad de asociarse con otras empresas que presenten características similares, y así sacar provecho una de otra con el fin de lograr los objetivos trazados. Pero asociarse no es lo mismo que unirse: Lo primero implica crear nexos estables que dependen de los objetivos grupales y su concordancia con los individuales, de la figura legal, la calidad de la comunicación y de la información, los niveles de educación, la confianza y otras variables que generalmente deben ser aprendidas”. (pág. 112)

Así, se puede decir que la asociatividad es una forma de romper antiguos paradigmas en los que se deja de mirar hacia fuera y se esquematiza la interiorización de las empresas como factor de asociación, con el fin de generar variaciones en la producción, organización y comercialización de bienes y servicios.

La importancia de la asociatividad se basa en generar ingresos, las relaciones que se desarrollan permite que los actores intercambien no solo productos y servicios, sino también conocimientos tecnológicos y pautas de comportamiento. En los proyectos de generación de ingresos organizados de forma asociativa, las relaciones se basan en el conocimiento de los que allí participan, en la confianza y en el beneficio mutuo que se deriva del proceso que se adelante.

El intercambio que se genera de productos y recursos puede propiciar la innovación, el aumento de la productividad y la competitividad. Complementos de mucha importancia en el que se deberían tomar en cuenta para el diseño de un plan asociativo.

1.2.3. Características del Plan Asociativo.

Las características particulares de este tipo de organización hacen que les sea muy difícil sobrevivir en un contexto de alta competencia, tanto a nivel interno como externo ya que por su tamaño corren riesgo de desaparecer si no se toman los correctivos necesarios.

Analizar adecuadamente sus características para otorgar un mecanismo de cooperación interpersonal, además de una flexibilidad en el ámbito de acción que pueda ser empleado tanto por empresas insertadas en redes verticales u horizontales, o incluso para aquellas que no pertenezcan a ninguna red.

La asociatividad es un proceso muy complicado que atrae una formidable variedad de posibilidades, que tiene como propósito principal unir fuerzas para lograr el éxito total. Primeramente el proceso de desarrollo de las características de la asociación es muy importante que se den las circunstancias especiales que favorezcan la sustentabilidad de las mismas.

Entre las principales características que posee una asociatividad se pueden mencionar las siguientes según el Lic. (Walter, 2006), asesor consultor de empresas.

- Se conserva la autonomía.
- Tienen flexibilidad legal.
- Permite resolver problemas conjuntos.
- Facilidad para ingresar a ella.

Todos estos factores combinadamente permitirán a las productoras seguir con el procedimiento asociativo, alcanzando objetivos que individualmente no podrían lograr, además sería de gran importancia la aplicación de cada uno de los elementos, volvería más competente la organización donde se encuentre, permitiéndoles con facilidad el acceso a nuevos mercados.

1.2.4. Ventajas de pertenecer a una asociación.

Vale indicar que las ventajas producto de una asociación están relacionadas con los beneficios que ofrece la misma, son una oportunidad de trabajo que ayudará a salir adelante a este grupo de mujeres emprendedoras, el unir esfuerzos las hace más fuertes ante un mundo globalizado y con fuerte competencia. Las asociaciones son de tipo microempresarial y ofrece buenas oportunidades de empleo, con capacitaciones incluidas.

Es importante que las futuras socias, productoras artesanas, tengan conocimiento de las principales ventajas beneficiosas que se dan al formar parte de una asociación.

A continuación se les detallara entre las más destacadas están las siguientes:.

- Una visión a largo plazo producto de un buen direccionamiento producido por capacitaciones recibidas.
- Mayor integración entre los miembros de la asociación, sumando esfuerzo conjunto para cumplir con los objetivos planteados.
- Motivación en el trabajo ejecutado por todos los miembros de la asociación.
- Permiten generar una mayor utilidad económica.
- Permite realizar estrategias de compras asociativas de insumos, a menores precios por el volumen de compra de la materia prima que se requiera para su transformación.
- Permite un intercambio de experiencias, y lluvia de ideas.
- Mayor acceso a programas de capacitación.
- Incremento de la producción y productividad.
- Mejora el acceso a tecnologías de productos o procesos y a financiamientos.
- Mejora la gestión de la cadena de valor (mayor control).
- Mejora la gestión del conocimiento técnico, productivo y comercial.

1.2.5. Enfoque del Plan Asociativo.

Las asociaciones consideran un enfoque de desarrollo grupal, que sitúa a las participantes como sujeto y protagonista de los esfuerzos de desarrollo en el ámbito regional y local, bajo el liderazgo de las autoridades competentes. A continuación se citara para mayor comprensión un extracto de lo que es el enfoque del plan asociativo.

(SERRANO, 2010), manifiesta que, “incorporar la lógica los participantes implica analizar las características actuales y potenciales de los individuos, la estructura productiva y los eslabonamientos posibles, con miras a generar mecanismos y procedimientos orientados a apoyar procesos de transformación. De esta forma, es un enfoque que pone atención sobre activos, actores y procesos intencionados al desarrollo”. (Pág. 65)

El enfoque del plan asociativo es complementario a las estrategias sectoriales y nacionales de desarrollo comprometido con la conservación del capital natural para el logro del bienestar humano, lo que hace necesario fortalecer los vínculos entre entidades y niveles de gobierno, ello hace que la asociatividad para el desarrollo se exprese como un enfoque emergente, esto es, una respuesta desde lo local o regional al servicio de las políticas públicas definidas.

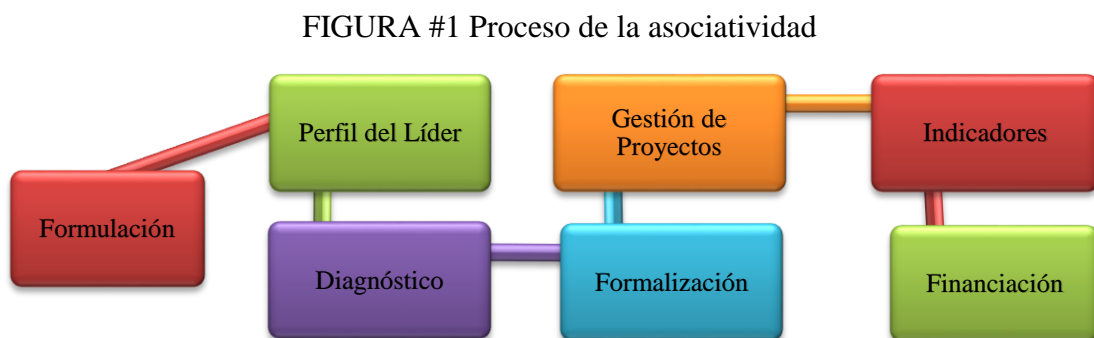
En este sentido, las asociaciones proporcionan un medio para la implementación eficaz de los principios de coordinación, complementación y concurrencia en un entorno de concertación, cooperación y participación de un grupo determinado sin menoscabo de sus autonomías.

De igual manera es preciso destacar el potencial de este modelo de gestión asociada para generar innovación, considerando la participación de diversos actores con visiones y perspectivas diferentes. Características que deben tener cada una de las productoras artesanas, para que el plan que se diseñara funcione correctamente y este genere un incremento en sus ganancias, mejorando su productividad y financiamiento.

1.2.6. La Ejecución de un Plan para la Asociatividad.

1.2.6.1. Modelo de Dini, Marco.

(DINI, 2005), Remarca: “que una asociatividad exitosa es el resultado de un proceso dentro de un plan integral que permita cubrir los diferentes pasos requeridos para garantizar un desenlace óptimo” (Pág. 87). El proceso debe seguir las siguientes etapas:



Fuente: Dini, Marco, Libro de Asociatividad 2005
Elaborado por: Crespín Crespín Diana.

Formulación. Alega a la pregunta de ¿Cómo desarrollar una estrategia, por medio de la asociatividad, que permita generar una cooperación entre las productoras artesanas, con la cual se logre identificar objetivos comunes, para así aprovechar las oportunidades del mercado y proponer una solución a los problemas de gestión que se presentan en la actualidad?. Al desarrollar nuevos procesos asociativos es importante tomar en cuenta algunas características primordiales para el mejor funcionamiento de la misma.

Perfil del líder. Debe tener visión y luminosidad en el diseño del trabajo en el que pueda agilizar procesos y obtener óptimos resultados que sean beneficiosos para la organización. Las características sugeridas para un buen perfil del organizador asociativo son, competencias en solucionar conflictos y trabajo en equipo, capacidad de negociación, habilidades en gestión y evaluación de proyectos, y tener conocimientos y experiencias en procesos asociativos.

Diagnósticos. Un mecanismo importante y necesario en un proceso organizacional, por lo que accede a establecer situaciones de la organización y de un fuerte amontonamiento en aspectos como, niveles de obligaciones de quienes desean formar parte de una organización, expectativas, beneficios y necesidades de la organización desde el punto de vista de los mercados objetivos, potencialidades de las organizaciones en materias productivas, en procesos, productos o servicios, calidad en materias asociativa.

Formalización. Realizado el análisis y los participantes empiezan a realizar su labor colectivamente, es de importancia incluir varios elementos de formalización del grupo, en el que se establecerán reglas y políticas concisas y claras en el que se definirán protocolos de rendimiento.

Gestión de proyectos. Todo proceso debe generar acción y proyectos a corto, mediano y largo plazo, con el único propósito de generar entusiasmo y colaboración colectiva de toda la organización. Son muy pocas las empresas que participan en el desarrollo o emprendimiento asociativo y que se quedan hasta el final del ciclo. Gracias al compromiso con los objetivos planteados y la falta de identidad con los intereses de los participantes.

Indicadores. La claridad de los indicadores es clave en toda actividad o proceso que se quiera llevar a cabo, ya que permite medir y evaluar resultados que estimulen el cumplimiento de los objetivos propuestos. Los indicadores ya antes mencionados deben ser determinados por los participantes de la organización, con ayuda del líder o algún superior que contengan experiencia en metodologías de formulación colectiva de indicadores.

Financiación. Todo proyecto y plan de acción debe contar con un esquema de financiación clasificado a corto, mediano y largo plazo, aunque esta última es proporcional al nivel de recursos que se necesitan. Por otra parte, las acciones de

corto plazo pueden ser tomadas por el empresario como directa, mientras que para proyectos de mayor inversión, es imposible compartir el riesgo con otras empresas y algunas instituciones de apoyo.

1.2.6.2. Modelo de Michael Porter.

El autor sustenta en su obra “Ventaja competitiva” de las naciones que la diversidad e intensidad de las relaciones funcionales entre empresas explican la formación de un esquema productivo y su grado de madurez.

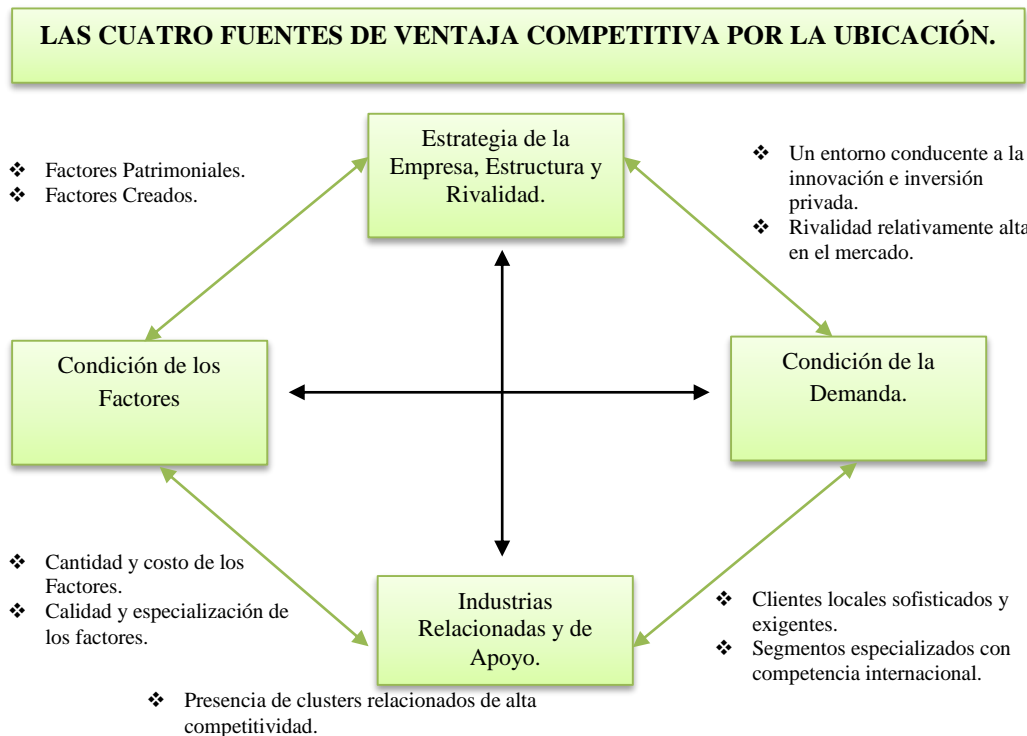
Este modelo hace hincapié a las relaciones que tiene cada organización con elementos internos o externos, el mismo que hace ahínco en el perfeccionamiento de ventajas competitivas que suelen obtener de las relaciones funcionales entre empresas y proveedores, empresas que ofertan el mismo bien, es decir orientándose a áreas donde la organización puede competir de manera eficaz.

Estas relaciones se refieren a los cuatro puntos del diamante, es decir, de las relaciones de apoyo, con productores de insumos complementarios y con proveedores de insumos y factores especializados. El “Diamante de la competitividad”, condiciones básicas para la formación de asociaciones.

Al laborar de manera concurrente en el tiempo y en el espacio, estas características diseñan nuevas condiciones para la creación y progreso de las asociaciones en ciertas partes, son los siguientes:

- Las condiciones de los factores.
- La estructura de las microempresarias artesanas, incluyendo el esquema de las rivalidades entre sí.
- Las condiciones de la demanda.
- La situación de las productoras artesanas relacionados y de apoyo.

FIGURA #2 Diamante de la competitividad



Fuente: Michael Porter, La ventaja competitiva de las naciones, 1990 y 1998

Elaborado por: Crespin Crespin Diana.

La manera en cómo se da a conocer las diferentes formas de competitividad y cómo interactúan entre sí, permite dar a conocer la manera en el que las empresas realizan sus formas de mantener o perder sus ventajas competitivas.

1.2.6.3. Modelo del Proceso Asociativo según Ley Popular y Solidaria (IEPS)

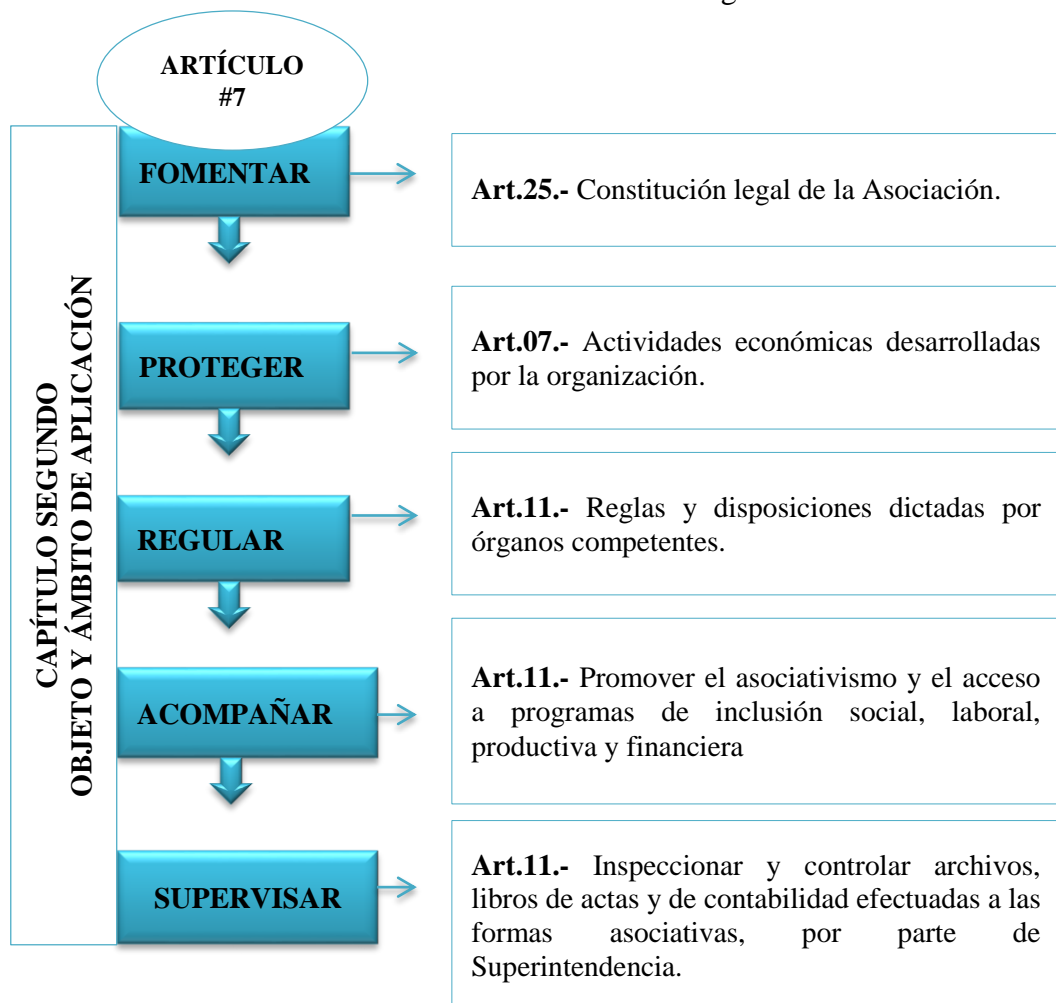
Así mismo, la Ley de Economía Popular y Solidaria (IEPS), elaborada por el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), en el artículo cinco indica:

“Declárase de interés público y prioridad del Estado, la promoción, protección y fortalecimiento de las formas de organización de la economía popular y solidaria, como mecanismo eficaz para construir el Sistema de Economía Social y Solidaria, aumentar y mejorar las fuentes de trabajo, contribuir al desarrollo económico, a la

práctica de la democracia, a la preservación de la identidad, a la equitativa distribución de la riqueza y a la inclusión económica y social”.

Por lo tanto el proceso asociativo según el IEPS, es fomentar, promover, proteger, regular, acompañar y supervisar la constitución, estructura y funcionamiento de la organización, tal y como se lo puede apreciar en la siguiente figura:

FIGURA #3 Proceso de asociatividad según el IEPS



Fuente: Ley de la Economía Popular y Solidaria (IEPS), 2012
Elaborado por: Crespín Crespín Diana.

Habiendo propuesto los tres modelos antes mencionados (Modelo de Dini, Marco; Modelo de Michael Porter; Modelo IEPS), se procedió a escoger a dos de ellos, de

acuerdo a la hipótesis que se planteó, mediante la situación actual en el que se encuentran las productoras artesanas, para el diseño del plan asociativo que se presentara en el Capítulo cuatro los cuales son: El Modelo del proceso asociativo según la Ley Popular y Solidaria y Modelo de Michael Porter “Diamante de la Competitividad”.

Modelo del proceso asociativo según la Ley Popular y Solidaria

Nos da las pautas necesarias para la constitución de una asociación legalmente establecida de acuerdo a lo estipulado en las leyes ecuatorianas IEPS, en el que nos muestra paso a paso el proceso de la formación de las asociaciones, ya sea en estructura y funcionamiento, proceso que será detallado en el capítulo cuatro.

Modelo de Michael Porter “Diamante de la Competitividad”

Nos permite el perfeccionamiento de las estrategias y ventajas competitivas que suelen obtener de las relaciones funcionales entre las asociaciones y proveedores, asociaciones que ofertan el mismo bien, es decir orientándose a áreas donde las asociaciones puedan competir de manera eficaz. Aspectos que crean las condiciones necesarias para la formación y el desarrollo de las asociaciones en determinados lugares.

Estos modelos son muy importantes, ya que cuentan con todo los requisitos y exigencias necesarias para el desarrollo y planteamiento de la propuesta a las productoras artesanas de carteras de hilo, en el que se diseñara un plan asociativo, que busca mejorar sus estrategias competitivas y objetivos comunes, sin dejar a un lado la autonomía de cada una de las participantes.

Siendo estos dos, la base principal para poder empezar con la elaboración de proyectos que generen una serie de beneficios en cuanto a menores costos de producción, capacitación y financiamiento.

1.2.7. Plan de Asociatividad.

1.2.7.1. Situación Actual.

Actualmente el producto artesanal que elaboran las microempresarias de las diferentes localidades de nuestro cantón Playas, como es las carteras de hilo, presentan problemas en la forma en que son comercializados, ya que no existe un lugar en específico donde ellas puedan exhibirlos y promocionarlos, es por esto que se ven en la necesidad de salir a ofrecerlos, pero lamentablemente muchas veces esto y en varias ocasiones no han logrado venderlas todas, por lo que les esta genera perdida, tanto material como financiero.

La materia prima, como son los hilos cola de rata, que es el material más indispensable que se utiliza para la elaboración de las carteras suelen comprarlos en la ciudad de Guayaquil ya que aquí en el cantón Playas existe solo un bazar “Mundo Fantasía”, el cual no abastece para las diferentes artesanas de la localidad. Otro de los problemas es que no cuentan con las máquinas industriales, ya que éstas también son necesarias para cocer los forros que llevan dentro de las carteras, el cierre u otros accesorios. Por ende al no tener esta maquinaria, tienen que pedir ayuda a los costureros del cantón, y esto también genera un costo, para poder culminar el proceso de la elaboración de carteras.

Personalmente creo que el problema surge por falta de conocimiento en las ventajas competitivas, tales como la baja capacitación administrativa y la informalidad con que se maneja la planeación del trabajo no han hecho posible el desarrollo del mismo. Por ende es lamentable la inexistencia de un plan asociativo que, sin dejar de lado la autonomía posibilite a la resolución de los problemas, y la búsqueda objetivos comunes como: sistema de comercialización que fortalezca la evolución de microempresas artesanales administrativamente formales, que a su vez de la oportunidad a otras familias laborar de forma independiente y sean aportadores al desarrollo y exigencias de la sociedad.

1.2.7.2. La Asociatividad: alianza voluntaria para la competitividad.

Los conceptos antes mencionados, nos permite persuadir con más claridad lo que debería entenderse por asociatividad, substrayendo de aquellos conceptos las falsas perspectivas que podrían llevar a un futuro fracaso.

Seis distinciones importantes tienen la asociatividad, a saber:

- 1) Es una estrategia colectiva.
- 2) Tiene carácter voluntario.
- 3) No excluye a ninguna empresa por el tipo de mercado en el cual opera.
- 4) Permite resolver problemas conjuntos manteniendo la autonomía gerencial de las empresas participantes.
- 5) Puede adoptar diversas modalidades jurídicas y organizacionales.
- 6) Es exclusiva para pequeñas y medianas empresas.

Otro estilo exclusivo de la asociatividad es el alto grado de autonomía gerencial que mantienen los participantes después de adoptar la decisión, es decir, la manera de emplear los recursos o beneficios obtenidos a partir de la asociatividad es de la responsabilidad exclusiva de cada empresa, la cual debe responder ante el resto de participantes por la cuota parte de los esfuerzos que le corresponde. La autonomía gerencial es un rasgo también presente en las redes horizontales, pero en esta afiliación, como ya se mencionó, está restringida a quienes comparten el mismo mercado.

La importancia de obtener un alto grado de autonomía gerencial puede crear y formar parte de uno de los principales atractivos al desarrollo de la asociatividad en el futuro. Bajo esta modalidad los directivos de las empresas no son obligados a compartir información que estimen confidencial para sus compañías, como el caso de cooperación compulsiva de las redes verticales, o las exigencias de las alianzas estratégicas.

Formas de Cooperación.

La cooperación en el ámbito asociativo se da cuando cada empresa participante, manteniendo su autonomía e independencia, decide facultativamente ser parte de un esfuerzo colectivo con los otros colaboradores la exploración de un nuevo objetivo común.

(LUCKESH, 2000), recalca que “la colaboración es fundamental porque la asociatividad, como su nombre lo indica, implica el agrupamiento de varias organizaciones para superar sus problemas, crear oportunidades y alcanzar nuevos estándares de desarrollo cuya consecución sería muy difícil para unidades individuales en los difíciles tiempos actuales”. (Pág. 106)

- El éxito de la asociatividad se basa en la cooperación. Sin ella, la asociatividad fracasa. Colaborar significa optar por trabajar con los otros socios en la consecución del objetivo común.
- Arrimar el hombro para facilitar el esfuerzo conjunto.
- Contribuir con el esfuerzo propio al esfuerzo comunitario o asociativo en la búsqueda del éxito compartido.

Variedad de productos elaborados.

(PROMPYME, 2005), “Es la elaboración de productos (bienes y servicios) a partir de los factores de producción (tierra, trabajo, capital) por parte de las empresas (unidades económicas de producción), con la finalidad de que sean adquiridos o consumidos por las familias (unidades de consumo) y satisfagan las necesidades que estas presentan.” (pág. 102)

Las microempresarias del cantón se verán beneficiadas en su proceso de producción pues contarán con recursos para la elaboración de estas carteras artesanas, la implementación del plan asociativo les permitirá conocer algunas estrategias básicas y fundamentales para que estas microempresas unan esfuerzos y puedan mejorar su producción a un costo menor del que ellas producían para así tener una utilidad rentable.

1.2.7.3. Autonomía.

Se denomina autonomía a la capacidad de una persona o cosa para ejercer independencia de otra persona o cosa, pudiendo por ejemplo, tomar decisiones propias, funcionar sin necesidad de otro aparato, entre otros. La autonomía, como decimos, puede ser la capacidad tanto de una persona o de una cosa, como aparatos electrónicos o vehículos. De otro lado, la asociatividad no limita la independencia ni la autonomía de las organizaciones asociadas.

Capacitación para ampliar los conocimientos.

La capacitación en estos tiempos va más allá de la propia empresa, ya que se ha vuelto indispensable necesario instruir a distribuidores, vendedores y usuarios sobre el uso de los bienes o servicios provistos por la empresa. Es un proceso que busca mejorar de forma continua las actividades laborales, las habilidades, las actitudes y las conductas de los participantes en sus puestos de trabajo, con el único fin de implantar mejores técnicas del trabajador.

Capacidad para darse normas de forma independiente sin influencia políticas.

En cuanto a las personas físicas, es decir, sujetos sociales, la autonomía se relaciona con poder ejercer derechos y tomar decisiones o decidir sobre nuestra propia persona sin la intervención de otra persona o sujeto social.

Esto es en parte la autonomía, aunque también se asociado a otros derechos como por ejemplo el de expresarse o el de elegir una religión libremente. Pensemos en el caso de la religión musulmana por ejemplo donde la mujer no posee derechos a elegir o a expresarse de manera libre, aunque sí el hombre lo hace, y en la mayoría de los casos, elige y se expresa por ella.

1.2.7.4. Resolución de los Problemas.

La capacidad de resolver problemas es la eficacia y agilidad para dar soluciones a problemas detectados, por tanto esta cualidad toma acción de manera preventiva, ante los conflictos sin pérdidas de tiempo y tener en cuenta a las soluciones que marca sentido común. Los pasos a seguir para solucionar problemas son: definir el problema, buscar alternativas de solución, valorar las consecuencias positivas y negativas de cada alternativa, elegir la más conveniente e implantar.

Sesiones de trabajo.

Las sesiones de trabajo se dan en grupos de personas que buscan fijar un objetivo común ya sea por beneficio de la empresa u organización, dentro de los objetivos están: buscar alternativas y dar soluciones a conflictos encontrados, establecer reglamentos que contribuyan al cambio positivo para la organización, mejorar la organización funcional entre los participantes competentes, luego dichas alternativas se procede a establecerlas poniéndolas en prácticas.

Analizar Criterios.

Ahora bien, siendo la asociatividad un trabajo en equipo, su desempeño eficaz solo puede surgir del consenso entre todos los asociados o la adopción de decisiones que estén respaldados por la mayoría. Para llegar a tales consensos en cuanto a la misión de los asociados, su visión compartida, la planificación estratégica, las tácticas empresariales y el trabajo coordinado, las empresas participantes tienen que aprender a discernir con criterio competitivo sobre los cuales son los conceptos apropiados que surgen de la comunicación entre los socios.

Una de las disciplinas en las que deberían adiestrarse los asociados es la comunicación y como parte de ella el arte de escuchar para comprender las iniciativas y las sugerencias de los demás, así podrán discernir con eficacia para adoptar los criterios más apropiados.

1.2.7.5. Estructura Organizacional.

Una estructura organizacional es un concepto fundamentalmente jerárquico de subordinación dentro de las entidades que colaboran y contribuyen a servir a un objetivo común.

Desarrollo Corporativo.

A pesar de que es posible definir el desarrollo corporativo de múltiples maneras, el significado clave hace alusión al concepto del esfuerzo planificado desde arriba hacia abajo de toda la compañía por alcanzar la eficiencia y la salud empresarial y, al mismo tiempo, fomentando el compromiso por parte de los líderes con sus empleados para crear la futura dirección de la empresa.

Organigrama de Funciones.

Es por tanto la estructura organizacional la que permite la asignación expresa de responsabilidades de las diferentes funciones y procesos a diferentes personas, departamentos o filiales. En esta sección analizaremos el proceso que siguen las organizaciones para decidir cuál debe ser su estructura organizacional y posteriormente veremos los tipos más habituales de estructuras que podemos encontrarnos distinguiendo entre: formales e informales, jerárquicas y planas y por último veremos un resumen de los tipos de estructuras según han ido evolucionando con el tiempo.

1.2.7.6. Objetivo común:

(Revilla, Berrios, José, & Narváez, 2002). Destacan que el objetivo de la asociatividad es lograr el bien común, es decir el desarrollo y el bienestar de todos los miembros del equipo que compite con sus rivales por conquistar los mercados. (pág. 47).

La unificación coordinada del esfuerzo colectivo en un solo equipo para alcanzar metas perfectamente identificadas conduce a todos a la conquista de nuevos estándares de eficiencia y de eficacia, cuando la asociatividad es bien concebida. Por eso sus requisitos de voluntariedad, cooperación, coordinación y adopción de estrategias viables son el fundamento de aquel propósito compartido.

Producción y mercado.

(GARCÍA, 2009). “Hace muchos años la palabra productividad era usada solamente por los economistas para referirse simplemente a una relación entre la producción obtenida por un sector de la economía y los insumos o recursos utilizados para obtener dicha producción”. (pág. 17)

La futura asociación se convertirá en un ente productivo, a través del plan se cotizarán los insumos para la elaboración del mismo en el que fácilmente se podrá deducir por medio de cálculos la cantidad de materia prima que se necesita para la elaboración de cierta cantidad de conservas con la finalidad de observar la cantidad de producto utilizado y la cantidad de producción obtenida.

1.2.8. La estrategia competitiva.

Competitividad es el resultado de una mejora de calidad constante y de innovación, está relacionada fuertemente a productividad: Para ser productiva, la asociación de las artesanas, las inversiones, el capital y los recursos humanos tienen que estar completamente integrados, ya que son de igual importancia.

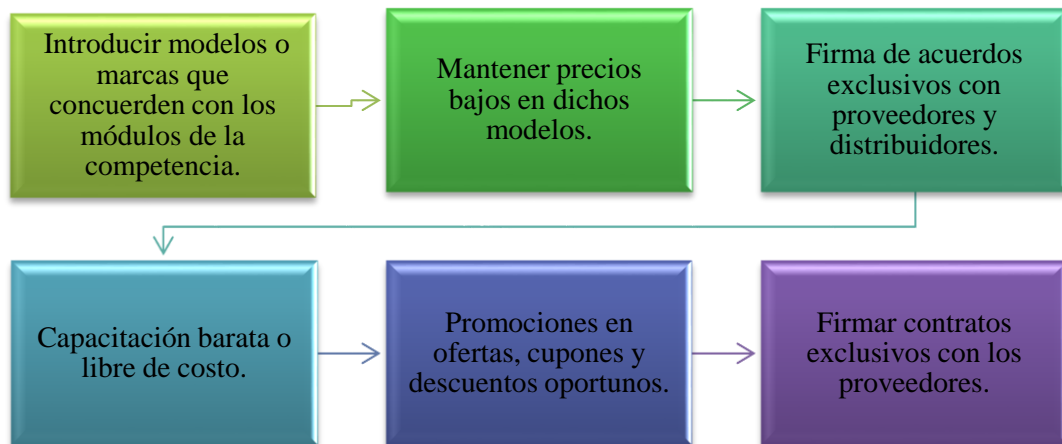
Las 6 maneras básicas para montar ofensivas estratégicas son:

- 1) Ataque a los puntos fuertes de los competidores.** Para conseguir éxito, el individuo debe tener las suficientes energías y elementos necesarios para obtener por lo menos una participación dentro del mercado objetivo.

- 2) **Ataque a los puntos débiles de los competidores.** Tener un porcentaje elevado de probabilidades de éxito en el que exista un punto defensivo y se pueda dominar al rival, en especial si el competidor tiene ventajas en áreas donde los competidores son frágiles.
- 3) **Ataque simultaneo en muchos frentes.** Proyectar una gran ofensiva competitiva que contiene algunas decisiones importantes, para desnivelar al competidor, distrayendo su atención y obligarlo a conducir sus elementos con la finalidad de asegurar sus frentes paralelamente.
- 4) **Ofensivas laterales.** Impiden las comparaciones directas y se dedican a diseñar y mejorar particularidades innovadores de los productos, avances tecnológicos y el ingreso anticipado en los mercados territoriales menos competidos.
- 5) **Ofensivas tipo guerrilla.** Están sujetas para competidores menores que no constan de recursos propios, ni visibilidad en el mercado para preparar una ataque impactante en contra de otras organizaciones.
- 6) **Golpes de apropiación.** Inventan o diseñan nuevas ventajas competitivas al ubicar a su rival en una ubicación competitiva importante a la cual no tendrá acceso los rivales a la cual se sienten desanimado y no hacen nada por estar en un mismo nivel.

En los mercados competitivos y globalizados, todas las organizaciones están frágiles a recibir ataques de sus rivales. Los ataques pueden ser de dos formas, ya sea por ser empresas nuevas o por empresas que cuyo objetivo es reanimarse en el mercado. Estas son las etapas que toda organización debe pasar, para estar en un mismo estándar. El objetivo de la estrategia defensiva es aminorar el riesgo de ataques y fragilizar el golpe de los niveles. Aunque por lo general la estrategia defensiva no incrementa la ventaja competitiva de una organización.

FIGURA #4 Estrategias defensivas



Fuente: Belamaric, y Cuevas, Rafael, (2009)

Elaborado por: Crespín Crespín Diana

Los pensamientos de este tipo no solo refuerzan la posición actual de una compañía, sino también presentan a los competidores un objetivo. Una buena defensa implica ajustarse con rapidez a las cambiantes condiciones de la industria y, a veces, dar el primer paso para obstruir o dificultar los movimientos de los posibles agresores. Siempre es preferible una defensa móvil a una estacionaria.

Un segundo enfoque de la estrategia defensiva incluye el envío de señales de contra defensivas fuertes en caso de que el retador ataque. Se pueden enviar señales a los posibles retadores por medio de:

- Anunciar públicamente el compromiso de mantener la participación actual del mercado.
- Anunciar públicamente los planes de aumentar la capacidad de producción a fin de satisfacer el crecimiento de la demanda.
- Proporcionar por adelantado información acerca de un nuevo producto o nueva tecnología o los planes de introducir nuevas marcas.
- Comprometer públicamente a la compañía con una política de igualar los precios o términos ofrecidos por los competidores.

1.2.8.1. Mejoramiento Continuo.

Es de suma importancia que la alta directiva asuma un papel clave en cuanto a la redacción de cada una de las directrices de la empresa, relacionadas directamente con la calidad y el mejoramiento continuo. La labor del presidente es dar a conocer y comunicar por escrito las debidas directrices de manera clara y precisa; y darle la correspondiente responsabilidad a cada uno de los ejecutivos con el objeto de cumplir con todas las directrices y políticas establecidas por la compañía. En ocasiones el mejoramiento de la calidad requiere de importantes modificaciones a las políticas en vigor.

Luego de que la asociación adquiriera el compromiso de implantar el proceso de mejoramiento, es necesario emprender un buen sondeo general con relación a opiniones de gerentes y empleados. El principal propósito de dicho sondeo, consiste en establecer la línea de partida del proceso y poder facilitar la identificación de las oportunidades de mejoramiento.

La Calidad.

La calidad es una estrategia, un modelo de hacer negocios y está localizado hacia el cliente. La calidad total no solo se refiere al producto o servicio en sí, sino que es la mejoría permanente del aspecto organizacional, gerencial; tomando una empresa como una máquina gigantesca, donde cada trabajador, desde el gerente, hasta el funcionario del más bajo nivel jerárquico está comprometido con los objetivos empresariales. Para lograr la plenitud, es necesario que se rescaten los valores morales básicos de la sociedad y es aquí, donde el empresario juega un papel fundamental, empezando por la educación previa de sus trabajadores para conseguir una población laboral más predispuesta, con mejor capacidad de asimilar los problemas de calidad, con mejor criterio para sugerir cambios en provecho de la calidad, con mejor capacidad de análisis y observación del proceso de manufactura en caso de productos y poder enmendar errores.

Importancia de la calidad total.

La calidad total en la organización de una empresa, debe ser el nervio y motor de la misma; si de verdad la empresa desea alcanzar el éxito debe cimentarse en estas dos palabras. El mensaje de la calidad total debe ser comunicado a tres audiencias que son complementarias entre sí:

- Los trabajadores.
- Los clientes.

Los fundamentos de la calidad total son los siguientes:

- La Mejora continua con la colaboración de todos: responsabilidad y compromiso individual por la calidad.
- El trabajo en equipo es fundamental para la mejora permanente.
- Comunicación, información, participación y reconocimiento.
- Prevención del error y eliminación temprana del defecto.

1.2.8.2. Servicio superior.

Uno de los objetivos de esta unidad didáctica es establecer la forma en que las empresas pueden conseguir la calidad del servicio en la atención al cliente. Para cumplir esta meta es necesario comprender primero qué se entiende por calidad y por servicio. Las empresas realizan publicidad de sus productos y servicios.

Valor agregado.

El valor agregado o valor añadido es un aspecto fundamental cuando se quiere incursionar con éxito en el mercado. Brindar un valor agregado a tus clientes

puede traerte muchos beneficios que se traducirán en buenas utilidades para tu negocio, ¿por qué? te estarás preguntando, es simple estarás de acuerdo conmigo que a todos nos gusta recibir algo extra por nuestro dinero y es que nos encanta que nuestras expectativas sean superadas.

1.2.8.3. Menores costos

En este segmento indagamos sobre cómo las formulaciones de menores costos son una forma ideal para que las organizaciones superen sus principales desafíos de negocio. Brindar una visión general sobre lo que podría ser una estrategia de formulación de menor costo.

Con la capacidad de formulación de menor costo, las organizaciones pueden:

- **Optimizar los procesos de desarrollo de productos.** Simular y modelar fórmulas de productos para asegurar que se satisfagan los objetivos de negocio de los productos finales, se cumpla con las normativas y se administren en forma precisa las especificaciones de productos.
- **Optimizar los procesos de gestión de la cadena de suministro.** Ellos pueden utilizar algoritmos especialmente desarrollados y basados en restricciones para analizar en forma integral restricciones, modelar fácilmente y comparar diferentes estrategias y formulaciones, y calcular las implicancias de las distintas decisiones.
- **Adaptarse rápidamente a los requisitos en constante cambio.** La capacidad de formulación de menor costo es fácilmente configurable, y hace que sea fácil adaptarse rápidamente y cambiar las fórmulas según lo dicten las necesidades del negocio.

Mayor producción.

La determinación básica que toda empresa debe tomar es la cantidad que va a producir y ésta depende del precio de venta y del costo de producción. En el proceso que toda empresa sigue para determinar la cantidad de productos que va a colocar en el mercado se guía por el deseo de maximizar los beneficios definidos como la diferencia entre los ingresos y los costos totales.

1.2.8.4. Teoría de la localización y de geografía económica.

(MERLINSKY, 2008), Este concepto explica “por qué las actividades suelen concentrarse en ciertas áreas y no se distribuyen en forma aleatoria. Este concepto hace referencia al costo de transporte en el costo final, lo que nos daría a entender que varias acciones se sitúan preferentemente cerca de los recursos naturales, en cambio hay otras que se ubican cerca de los mercados que van a proveer, mientras que otros se sitúan en cualquier lugar poco conocido ” (pág. 56).

Es de gran importancia, que esta guía hace hincapié, así mismo la interdependencia de la materia prima y el producto procesado y también los subproductos, que hacen más fácil coordinar sus movimientos en una sola ubicación

Mayor atracción del cliente.

La ubicación de un negocio determina en gran medida su clientela, su duración y, en resumen, su éxito: hay que considerar que si bien es cierto que una apropiada localización ayuda a paliar algunas deficiencias administrativas que existan, una ubicación inadecuada afectaría gravemente a la gestión, incluso del comerciante más hábil.

Así pues, una de las primeras tareas del emprendedor será conocer cuál será el lugar idóneo para llevar a buen puerto su negocio. Hay que elegir la mejor localización para tu negocio.

1.2.8.5. Mejor Rendimiento Laboral.

El éxito de una empresa depende en gran medida del desempeño y bienestar de sus trabajadores. Si los empleados están a gusto, su rendimiento laboral será mejor, y aumentará la productividad. La empresa tendrá mejor imagen y estará mejor posicionada en el mercado. Para garantizar un buen desempeño laboral es importante que los trabajadores tengan claras:

- Sus funciones.
- Los procedimientos a seguir.
- Los objetivos a cumplir.
- Y en este proceso la motivación que cada uno tenga en el lugar de trabajo será fundamental para obtener los resultados esperados.

Producción y Mercado.

Otras teorías, como la de las expectativas, permiten a los expertos en recursos humanos tomar en cuenta la perspectiva del trabajador respecto a las exigencias establecidas por la organización y al valor que el empleado le puede dar a las recompensas ofrecidas, lo cual resulta de mucha utilidad, en el sentido de prestarle atención a las expectativas del trabajador y plantearse incentivos de diferente tipo que le orienten hacia la productividad.

La teoría de las características del puesto ha permitido evaluar que la variedad, la identidad, el significado, la autonomía y retroalimentación en el trabajo son factores valiosos para el empleado e influyen en su satisfacción, asimismo, el conocer tales características permite realizar algunos cambios o tomar decisiones para que exista mayor armonía entre la persona y su puesto de trabajo.

En general, los diversos enfoques teóricos expuestos han sido objeto de muchos estudios y críticas. Pero, ¿qué implicancias prácticas pueden tener y cómo

deberían aplicarlas aquellos interesados en motivar a sus empleados para la mayor productividad? Al respecto es posible extraer ciertas sugerencias generales por lo menos para algunos casos:

1. Debemos esforzarnos en reconocer las diferencias individuales del personal.
2. Correlacione a la gente con los puestos, esto es, se debe realizar un cuidadoso trabajo de selección de personal para que exista equilibrio entre las personas y las posiciones que desempeñan.
3. Se deben establecer metas tomando en cuenta las recomendaciones detalladas en la teoría del mismo nombre.
4. Hay que asegurarse que las metas se consideren asequibles por los trabajadores que las llevarán a cabo.
5. Personalice las recompensas, para lo cual se debe tomar en cuenta el rendimiento y las características individuales de los trabajadores.
6. Vincule las recompensas y el desempeño, ello implica emplear la teoría del reforzamiento, en la medida que los trabajadores se acerquen al comportamiento deseado, o lleguen a la meta, se les debe recompensar con diferentes incentivos como elogios, ascensos, aumentos, etc.
7. Es fundamental cerciorarse de la equidad del sistema empleado para motivar a la gente.
8. El trabajador se siente inclinado a la justicia, en tal sentido, si considera que se le trata equitativamente, que se le brindan las mismas oportunidades y trato que a sus compañeros, que desempeñan cargos similares, estará más dispuesto a cooperar con la organización y será más productivo.

1.3. MARCO LEGAL.

Este estudio tiene sus bases jurídicas en las normas, Principios y Leyes en la Constitución de la República del Ecuador, en el que detallamos a continuación:

1.3.1. Constitución de la República del Ecuador del 2008.

Sección Octava.

Trabajo y seguridad social.

Las formas de trabajo y en cómo está garantizado para las personas que se desempeñan en algún tipo de actividad, se detallara en el siguiente artículo:

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respecto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistemática, valoración del trabajo y eficiencia económica y social, tal y como se detallara a continuación:

Art. 34.- El derecho a la seguridad social es un derecho irrenunciable de todas las personas, y será deber y responsabilidad primordial del Estado. La seguridad social se regirá por los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiaridad, suficiencia, transparencia y participación, para la atención de las necesidades individuales y colectivas. El estado garantizará y hará efectivo el ejercicio pleno del derecho a la seguridad social, que incluye a las personas que realizan trabajo no remunerado en los hogares, actividades para el auto sustento en el campo, toda forma de trabajo autónomo y a quienes se encuentran en situación de desempleo.

Capítulo Sexto.

Derechos de libertad.

Artículo 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:

Numeral 13: El derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria.

Numeral 15: El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

Capítulo Sexto.

Trabajo y Producción.

Sección Primera.

Reconocer las diversas formas en que estará organizada la producción para asegurar el buen vivir de la población y de esta manera se pueda satisfacer la demanda interna, es lo que nos expresa en los siguientes artículos:

Art. 319.- Se reconocen formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domesticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivara aquellas que atenten contra sus derechos o los de las naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación de Ecuador en el contexto internacional.

Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistemática, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

1.3.2. Ministerio de Inclusión Económica y Social- MIES.

De tal manera este proyecto tiene apoyo por el MIES, pues esta entidad promueve la inclusión económica de su población mediante la generación o garantía de las oportunidades que puedan poseer, acceder y utilizar los recursos económicos de la sociedad para consumir, producir o realizar intercambios, de tal forma que se garanticen las oportunidades de acceso a trabajo, ingreso y activos.

Presta además asistencia a las asociaciones en la formulación de sus proyectos, para poder luego ejecutarlos mediante la adquisición de préstamos a instituciones financieras.

1.3.3. Ley de la Economía Popular y Solidaria.

Título Cuarto

De las Organizaciones Económicas del Sector Asociativo.

Según el Título Cuarto de las organizaciones Económicas del Sector Asociativo, indica lo siguiente:

Art. 24.- Son Organizaciones económicas del Sector asociativo o simplemente asociaciones, las constituidas, al menos, por cinco personas naturales, productores independientes, de idénticos o complementarios bienes y servicios, establecidas con el objeto de abastecer a sus asociados, de materia prima, insumos, herramientas y equipos; o, comercializar, en forma conjunta, su producción, mejorando su capacidad competitiva e implementando economías de escala, mediante la aplicación de mecanismos de cooperación. Se podrán constituir asociaciones en cualquier de las actividades económicas, con excepción de la vivienda, ahorro y crédito, transportes y trabajo asociado.

Art. 25.- Las asociaciones productivas o de servicios, adquirirán personalidad jurídica, mediante resolución emitida por el Instituto, luego de verificado el cumplimiento de los requisitos que constarán en el Reglamento de la presente ley y para ejercer los derechos y cumplir las obligaciones previstas en la misma, se registrarán en el Instituto y se someterán a la supervisión de la Superintendencia.

1.3.4. Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del sector Financiero Popular y Solidario.

Título I

Del Ámbito, objetivo y principios.

Mediante el trabajo colectivo o individual que realicen las personas, pueden generar ingresos económicos para su buen vivir, tal y como lo cita el artículo siguiente:

Art. 1.- Definición.- Para efectos de la presente Ley, se entiende por economía popular y solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital.

Título II

De las Organizaciones del Sector Asociativo.

Sección 2

Una asociación es aquella que está conformada por personas que realizan una actividad en común, tal y como se lo señala en el siguiente artículo:

Art. 18.- Sector Asociativo.- Es el conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada bajo los principios de la presente Ley.

Toda asociación debe estar estructurada jerárquicamente de acuerdo al artículo siguiente:

Art. 19.- Estructura Interna.- La forma de gobierno y administración de las asociaciones constarán en su estatuto social, que preverá la existencia de un órgano de gobierno, como máxima autoridad; un órgano directivo; un órgano de control interno y un administrador, que tendrá la representación legal; todos ellos elegidos por mayoría absoluta, y sujetos a rendición de cuentas, alternabilidad y revocatoria del mandato. La integración y funcionamiento de los órganos directivos y de control de las organizaciones del sector asociativo, se normará en el reglamento de la presente ley, considerando las características y naturaleza propias de este sector.

El capital social, de las asociaciones será de las aportaciones de cada socia activa, tal y como se le detalla en el siguiente artículo:

Art. 20.- Capital Social.- El capital social de estas organizaciones, estará constituido por las cuotas de admisión de sus asociados, las ordinarias y extraordinarias, que tienen el carácter de no reembolsables, y por los excedentes del ejercicio económico. En el caso de bienes inmuebles obtenidos mediante donación, no podrán ser objeto de reparto en caso de disolución y se mantendrán con el fin social materia de la donación.

1.3.5. Código Orgánico de la producción, comercio e inversiones.

Título Preliminar

Del Objetivo y Ámbito de Aplicación.

El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo, aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial. De igual manera, se regirá por los principios que permitan una articulación internacional estratégica a través de la política comercial, incluyendo sus instrumentos de aplicación y aquellos que facilitan el comercio exterior, a través de un régimen aduanero moderno transparente y eficiente, detalles que se detallarán a continuación:

Art. 1 Ámbito.- Se rige por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional.

Art.-2 Actividad productiva.- Se considera actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos de bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

Art.- 4 Fines.- La presente legislación tienen, como principales, los siguientes fines:

- a.- Transformar la Matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y ecoeficiente;
- d.- Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales;
- l.- Impulsar el desarrollo productivo en zonas de menor desarrollo económico.

LIBRO III.

Del Desarrollo Empresarial de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, y de la Democratización de la Producción.

Los artesanos que califiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas en el siguiente reglamento:

Art. 53.- Definición y clasificación de las PYMES.- La Micro, pequeña y mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este código.

Art. 54.- Institucionalidad y Competencias.- El consejo Sectorial de la Producción coordinará las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias. Para determinar las políticas transversales de MIPYMES, el Consejo Sectorial de la Producción tendrá las siguientes atribuciones y deberes:

e.- Propiciar la participación de las universidades y centros de enseñanzas locales, nacionales e internacionales, en el desarrollo de programas de emprendimiento y producción, en forma articulada con los sectores productivos, a fin de fortalecer a las MIPYMES;

f.- Promover la aplicación de los principios, criterios necesarios para la certificación de la calidad en el ámbito de las MIPYMES, determinados por la autoridad competente en la materia;

g.- Impulsar la implementación de programas de producción limpia y responsabilidad social por parte de las PYMES.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1. DISEÑO CUALITATIVO.

En el estudio se aplicó el diseño cualitativo, en el cual se observaron los fenómenos tal y como ocurrieron naturalmente, sin intervenir en su desarrollo, el estudio fue de tipo descriptivo en lo que respecta a la investigación de campo, las mismas que permitieron obtener información acerca de cómo incide un plan asociativo para las productoras de carteras artesanas del cantón Playas.

En la investigación que se realizó, se utilizó a las comuneras artesanas por falta de un plan asociativo quien se encargue de gestionar la participación para la obtención de beneficios en común, mediante la: Utilización de técnicas cualitativas, Interpretación del problema o fenómeno de estudio, conocimiento orientado a los procesos metodológico de la investigación tal y como se presenta en este capítulo.

La metodología para el desarrollo del proyecto se dividió en tres etapas:

- **Fase uno.-** Planificación: Corresponde al diseño del plan del proyecto en donde con una previa investigación exploratoria se determinó el problema a resolver.
- **Fase dos.-** Diagnóstico: Fue importante conocer e identificar las causas del problema para la formulación de las estrategias.
- **Fase tres.-** Propuesta: El éxito del proyecto depende de las alternativas y estrategias que se formulen en las diferentes áreas que conformaran la asociación de productoras artesanas.

2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.

La modalidad del trabajo que se empleara en esta investigación, es el de proyecto de desarrollo social, tomando en cuenta como producción y desarrollo social una propuesta de un plan viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales; puede referirse a la formulación de políticas programas, tecnologías, métodos o procesos.

En la estructura del anteproyecto social, constan las siguientes etapas:

- Diagnóstico.
- Planteamiento y fundamentación teórica de la propuesta.
- Procedimiento metodológico.
- Actividades.
- Recursos necesarios para su ejecución.
- Análisis.
- Conclusiones sobre la viabilidad y realización del proyecto.
- Y en caso de su desarrollo, la ejecución de la propuesta se evalúa tanto el proceso como sus resultados.

En este estudio no solo se investiga a las artesanas, sino que plantea una propuesta viable para que los directivos de la asociación puedan tomar la decisión de ejecutar la asociatividad antes mencionada, toando en cuenta el desempeño de investigaciones de tipo documental y de campo, que puedan instituir las pautas y características primordiales inherente a la aportación de la propuesta.

Lo primero que se realizó es un diagnóstico de la situación planteada; en segundo lugar, se fundamentó la propuesta a elaborar y establecer, tanto los procedimientos metodológicos así como las actividades y los recursos necesarios para llevar a cabo este trabajo investigativo. También se tomó en cuenta los recursos, materiales e insumos necesarios, los cuales permitieron obtener un producto de excelente calidad.

2.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.

2.3.1. Por el propósito.

Investigación Básica.

Este tipo de investigación sirve para ampliar todo lo relacionado en administración de mipymes en referencia a los negocios de elaboración en artesanías como es las carteras tejidas de hilo y en la formulación de un Plan de Asociatividad que contribuya al mejor desenvolvimiento de las artesanas.

Se empleó esta investigación con la finalidad de formular y evaluar teorías para resolver problemas y ver como incide la falta de un plan asociativo en las microempresarias dedicadas a la elaboración de carteras de hilo, se obtuvo información real de la situación actual de estas personas para posteriormente modificar ciertos aspectos que impiden su desarrollo como verdaderas microempresarias.

2.3.2. Por el nivel.

Investigación Descriptiva.

Esta investigación permitió detallar cada una de las características, objetivos de estudios y la situación concreta de las productoras artesanas de carteras de hilo, combinada con diferentes criterios en clasificación de tamaño, modelos y presentación del producto. Así mismo se investigó al mercado proveedor con respecto a la materia prima, materiales y equipos requeridos para la elaboración de las carteras.

Además de ser una información cualitativa también fue cuantitativa porque de ella se obtuvo la información pertinente que reveló la magnitud del problema observado con exactitud.

2.3.3. Por el lugar.

Investigación Bibliográfica.

En el presente trabajo, se apoya en la consulta de libros, documentos, leyes constitutivas y demás concernientes a la administración de mypime, cooperativismo y por lo que es necesario promover una readaptación de los procesos relacionados con los comuneros profundizando los conceptos emanados por grandes exponentes y estudiosos de la rama, para solidificar dicha teoría con los argumentos del autor de este trabajo.

Investigación de Campo.

Se realizó la investigación de campo en el lugar en donde se va a ofertar los tejidos a crochet que es el cantón Playas y parroquia Posorja, apoyándonos en información proveniente de encuestas y observaciones a los consumidores potenciales sus preferencias, gustos y usos, la frecuencia de su compra y la existencia de los competidores, con el único fin de establecer la posible demanda insatisfecha de este producto en el mercado.

Los lugares donde se llevó a cabo esta investigación fueron:

- Almacenes.
- Centros Artesanales.
- C.C. Paseo Shopping Playas.

Se escogió estos tres lugares como importantes, ya que son lugares donde es frecuentado por muchas demandantes con el propósito de comprobar si existe oferta del producto en el mercado, su precio y observar el comportamiento del consumidor, esta indagación se la realizó durante veinte días aproximadamente y permitió tener un contacto más directo con los clientes que acudían a los almacenes, por lo que se hizo más fácil la tarea y los resultados fueron reales y oportunos.

2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.

El presente trabajo investigativo se encuentra dentro de los métodos que a continuación se detallan:

2.4.1. Método inductivo.

El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. Este método se realizó mediante la observación directa hacia amigos y familiares cercanos, que usan o adquieren bolsos con frecuencia, siendo para uso personal u obsequio, la finalidad fue la de investigar con hechos reales cuál y cuáles son las razones que motivan a adquirir este tipo de accesorios.

Por lo que se pudo concluir que muchas de las mujeres de todas las edades prefieren este tipo de accesorios a la hora de salir y vestir con sus atuendos. En este método, también se observaron las causas particulares, siendo estas la no aplicación de normas de calidad en la producción por parte de las productoras, la carencia de recursos necesarios para la producción de las carteras, este factor limita notablemente el desarrollo de esta actividad productiva.

2.4.2. Método deductivo.

El método inductivo es un proceso analítico, sintético, mediante el cual se parte del estudio de causas, hechos o fenómenos a partir de verdades particulares para llegar al descubrimiento de un principio o ley general.

En esta investigación de mercado se procedió mediante el análisis de los factores globales que afectan al proyecto. Pues se utilizaron las fuentes primarias como: la aplicación de las encuestas a las mujeres que adquieren bolsos, las mismas que nos facilitaron conocer y recopilar los gustos y preferencias de los posibles demandantes hacia los bolsos artesanos tejidos de hilo.

También se pudo encontrar las fuentes secundarias:

- Internet.
- Cámara de comercio.
- Cámara de la pequeña Industria.
- INEC.

2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.

Las técnicas de campo que se utilizaron para la investigación del presente proyecto de la creación de una asociación de productoras artesanas dedicadas a la elaboración de carteras de hilo son las siguientes:

- Encuesta.
- Muestreo.
- Observación.
- Focus Group.

La información para llevar a cabo la investigación se obtuvo de la observación de los procesos internos, de los registros y documentación relacionada, de las encuestas directas con los posibles clientes, para determinar en datos numéricos la demanda insatisfecha, y de la aplicación de un focus group para determinar la situación actual las artesanas.

2.6. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.

Además se utilizaron instrumentos de investigación los cuales nos permitieron tener más agilidad y factibles, al momento de realizar la investigación como:

- Cuestionarios para encuestas.
- Ficha de observación.
- Preguntas guías de focus group.

2.6.1. Cuestionarios.

Para recoger información acerca del desarrollo de los sistemas de trabajo en procesos de elaboración de carteras de hilo emplea la técnica de la encuesta. El contenido de las preguntas tendrá relación con los objetivos del estudio y se considera la operacionalización de las variables. La aplicación del instrumento es de manera individual.

2.6.2. Focus Group.

En un grupo focal los participantes hablan entre ellos y no con el investigador o el moderador, por lo que requiere que se preste una atención especial a los siguientes elementos:

- Las preguntas guías,
- Materiales dirigidos a estimular la conversación y
- La selección de las personas que van a formar parte del grupo.

El moderador deberá estar atento a las diferencias en las opiniones, los debates, las dinámicas que surjan o el tipo de actividad en que se envuelva el grupo, ya sea para formar consenso, desarrollar una explicación, interpretar mensajes promocionales o sopesar prioridades que compiten.

2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA.

2.7.1. Población.

El universo de este estudio fue tomado del segmento femenino de la población económicamente activa del cantón Playas y parroquia Posorja, comprendido entre 18 a 55 años de edad, en vista de que este grupo dispone de un ingreso económico permanente, que les permite consumir bienes, tales como carteras tejidas a crochet. Para obtener el tamaño se procedió a realizar la siguiente operación cuyos datos están respaldados por el INEC 2001.

CUADRO #3 Clasificación de la población

		ESTRATIFICACIÓN ENTRE 18-55 AÑOS (MUJERES)	%	ESTRATIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA	%
POBLACIÓN PLAYAS (MUJERES)	20.693	10.377	64%	5.396	52%
POBLACIÓN POSORJA (MUJERES)	11.867	5.880	36%	2.822	48%
TOTAL	32.560	16.257	100%	8.218	100%

Fuente: INEC 2001.

Elaborado por: Crespín Crespín Diana.

2.7.2. La Muestra.

La muestra es una fracción de personas del total de la población que actúa como fuente de información para la investigación. Para elegir una muestra representativa de la población económicamente activa del cantón Playas y parroquia Posorja, se utilizó la siguiente fórmula matemática, que es la más adecuada para esta investigación.

El tamaño de la muestra se calculará en base a la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N(p \cdot q)}{(N - 1)\left(\frac{e}{K}\right)^2 + p \cdot q}$$

Simbología:

n= tamaño de la muestra.

N= universo.

p= Posibilidades a favor de que se cumpla la hipótesis.

q= Posibilidades en contra de que se cumpla la hipótesis.

e= error admisible.

K= 2

Población económicamente activa del cantón Playas y parroquia Posorja según el censo del año 2001 es de “8.218 habitantes”.

La aplicación de la fórmula estadística utilizada, arroja el siguiente resultado:

$$n = \frac{8.218(0,5*0,5)}{(8.218-1)\left(\frac{0,05}{2}\right)^2 + 0,5*0,5}$$

$$n = \frac{8.218(0,25)}{(8.218-1)(0,000625)+0,5*0,5}$$

$$n = \frac{2054,5}{(8.217)(0,000625)+0,25}$$

$$n = 381 \quad \text{TOTAL ENCUESTAS}$$

2.8. PROCEDIMIENTOS Y PROCESAMIENTO

2.8.1 Procedimiento de la investigación.

Con el acceso a la información general de los procesos de las productoras artesanas de carteras de hilo en el cantón Playas se determinó que no cuenta con un plan de asociatividad, por lo cual se genera la identificación de un problema latente que afecta a todos los elementos humanos, procesos de producción y comercialización.

El procedimiento está fundamentado en solidas investigaciones y señalada en hechos certeros, las mismas darán pauta al desarrollo propicio con métodos de investigación científicos, lineamientos teóricos, instrumentos de recopilación con la finalidad de obtener resultados coherentes previamente analizados que serán el reflejado de las soluciones de la propuesta planteada.

Este estudio empleó el siguiente esquema de investigación:

- El planteamiento del problema.
- Recolección de la información.
- Seleccionar el tema de investigación.
- Elaborar el marco teórico.
- Preparar documentación para la recolección de datos.
- Planteamiento del problema.
- Observación del objeto del estudio.
- Cálculo de la población y muestra.
- Aplicar la encuesta para recolectar la información.
- Análisis de interpretación de resultados.
- Conclusiones y recomendaciones.
- Elaborar la propuesta.

2.8.2. Procesamiento.

El procesamiento se llevó a cabo de acuerdo al siguiente orden:

1. Organización de los datos explorados.
2. Tabulación de datos.
3. Elaboración de tablas y gráficos de los datos a obtenerse.
4. Presentación del proceso de análisis aplicado a los datos.
5. Formulación de las conclusiones.
6. Finalmente la elaboración de la propuesta.
7. Planteamiento de las recomendaciones.

El proceso de este trabajo nos hizo tener una visión más clara, sobre el hecho que vamos a investigar mediante las herramientas antes mencionadas que nos ayudaron a indagar ordenadamente y que este a su vez genere análisis coherentes, claros y precisos.

2.9. ESTUDIO DE MERCADO.

2.9.1. Determinación de la Demanda.

El perfil del sector de la demanda está dado por el segmento femenino urbano del cantón Playas y parroquia Posorja, cuyas edades oscilan entre los 18 a 55 años, mujeres que cuentan con mayor decisión de compra. Se escogió el cantón Playas y parroquia Posorja por ser los puntos más cercanos al negocio propuesto y que por su rápido desarrollo la capacidad adquisitiva de sus habitantes han mejorado proyectándose un incremento para los próximos años y con ellos su hábito de consumo.

Determinación de la Demanda Insatisfecha.

Para cuantificar la demanda, se recurrió a fuentes de información secundaria, es decir los resultados del último censo 2010 del cantón Playas y parroquia Posorja y a las fuentes de información primaria como fue la encuesta. Como se ha demostrado que no se cuenta con datos históricos sobre la demanda o el consumo de las carteras de hilo tejidas a crochet en el cantón Playas y parroquia Posorja se procede en la estimación de la misma partiendo de los datos obtenidos en la investigación de mercado (encuestas).

2.9.2. Determinación de la Oferta.

Es importante conocer la cantidad exacta de carteras tejidas a crochet que se ofrecen en el mercado. Estas cifras permitirán determinar la producción que nuestro negocio debe alcanzar para satisfacer las necesidades del consumidor. Con propósitos de análisis se hace la siguiente clasificación de la oferta. Para la proyección de la oferta se tomó como año base 2014, ya que de este se obtuvieron los datos reales, y el 2011 fue considerado como el año de diseño, pruebas y estudios. Para realizar el cálculo de la proyección se tomó en cuenta los 5 años subsiguientes al año de diseño, en donde se utilizó la tasa de crecimiento poblacional del cantón Playas según el INEC, lo cual es el 1,05% al año.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.

3.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DEL FOCUS GROUP.

La aplicación de esta herramienta facilitó valiosa información para todo el trabajo investigativo, partiendo desde el planteamiento del problema hasta las posibles soluciones. Los resultados percibidos en el focus group realizada con 10 participantes, y sesiones de trabajo, son los siguientes:

- **Informalidad.** Entre las principales razones de trabajar en conjunto son las variedades de problemas que se les presentan a los comerciantes informarles, por lo que se consideró la constitución de una asociación legalmente establecida, con el que puedan realizar trámites que sean beneficioso para la misma.
- **Rivalidad.** Otro de los graves problemas con que se tuvo que lidiar al principio, era la rivalidad entre las socias y desinterés por mejorar la situación de la agrupación, por lo que se optó diseñar una estructura organizacional, ya que es primordial en la toma de decisiones, y con ayuda de las involucradas se eligió a una persona líder capaz de medir los inconvenientes que se originen ya sean interno o externo y a su vez también, establecer los principales valores corporativos.
- **Inexperiencia en gestión administrativa.** También dieron a conocer la inexperiencia que tienen en cuestiones administrativas y contables, no se tiene la capacitación y la formación necesarias para tomar las riendas de una agrupación como la que se quiere iniciar, aun en los actuales momentos, se necesita mayor profesionalismo en ese sentido, por lo que se ha optado por contratar un contador y recibir capacitaciones para el área administrativa.

- **Desempeño.** El desempeño de las labores que ejecutan, es muy bajo, debido a que no están debidamente capacitadas para desempeñar con eficiencia las funciones que operan, por ende los procesos del producto son inadecuados.
- **Atención al cliente.** Las productoras no practican una adecuada atención a los clientes, atentando al fracaso de las PYMES, pues la incorrecta atención hace que perjudique la afluencia de clientes para la asociación en el cantón, siendo el principal problema la escasez de talleres de capacitación que logren perfeccionar su actividad artesanal.
- **Infraestructura.** Por otro lado las productoras no cuentan con un espacio físico donde puedan realizar reuniones, actividades, pues ellas se reúnen cada quince días en casa de una de las socias, por lo que no es ambiente adecuado para una organización. Por lo que se determinó que de acuerdo al crecimiento del negocio alquilarían un local con la infraestructura adecuada, en función del producto que se va a fabricar y del servicio que se va a ofrecer.
- También se procedió a realizar la visión y misión para la asociación de acuerdo a las expresiones de las integrantes.

La información ha sido relatada después de haber hecho el focus group donde cada integrante manifestaba sus inquietudes y malestares. Donde las necesidades son muchas y que la escasez de gestiones que contribuyan con la disminución de estas es elevada, por lo tanto se motivó a las microempresarias a tomar decisiones en conjunto manteniendo su independencia, con el único propósito de buscar objetivos en comunes mediante estrategias competitivas diseñadas para contrarrestar aquellas necesidades primordiales que impide la superación de las mismas.

Para poder realizar el focus group formulamos una serie de preguntas para guiarnos y posteriormente las reconstruimos adecuándolas para poder observar aspectos importantes provenientes del problema que se necesita solucionar.

3.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA.

¿Qué edad tiene?

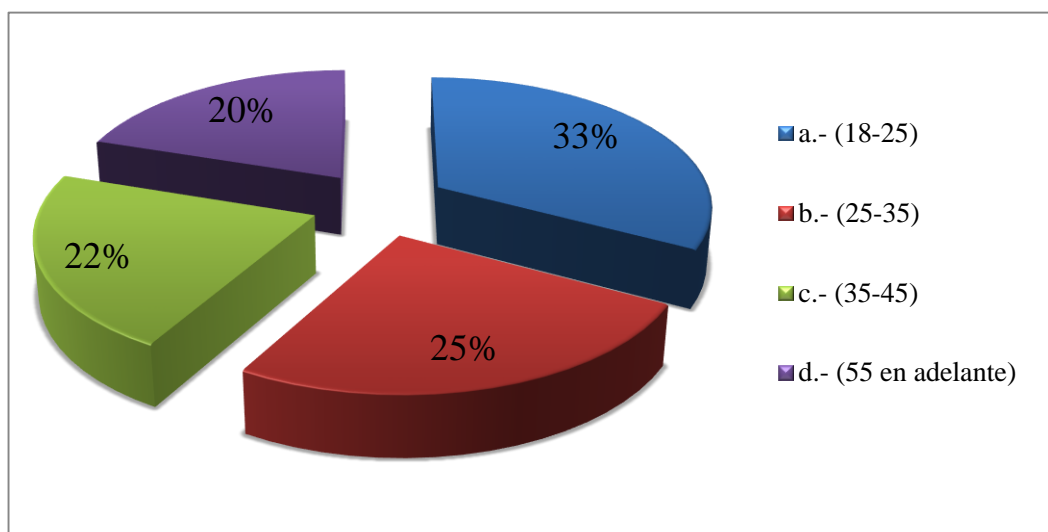
TABLA #1 Edad

1	Rango	Frecuencia	Porcentaje
	a.- (18-25)	125	33%
	b.- (25-35)	97	25%
	c.- (35-45)	83	22%
	d.- (55 en adelante)	76	20%
	TOTAL	381	100%

Fuente: Edad

Elaborado por: Crespin Crespin Diana Carolina.

GRÁFICO #1 Edad



Fuente: Edad

Elaborado por: Crespin Crespin Diana Carolina.

Permite analizar al grupo de personas que contengan la mayor disposición para contestar este cuestionario, por lo que podría ser el mismo que tenga más acceso a las compras.

Estos resultados indican que la mayor parte de las personas que se encuestó, con mayor decisión de compra se encontraron a partir de los 18 a 25 años.

¿Utiliza bolsos o carteras?

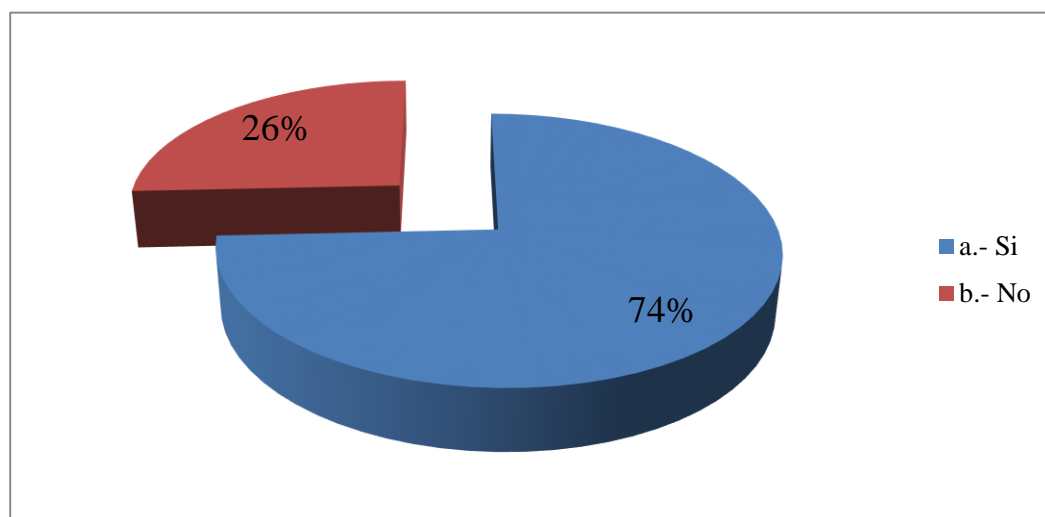
TABLA #2 Utilizan bolsos

2	Rango	Frecuencia	Porcentaje
	a.- Si	283	74%
	b.- No	98	26%
	TOTAL	381	100%

Fuente: Utilizan bolsos

Elaborado por: Crespín Crespín Diana Carolina.

GRÁFICO #2 Utilizan bolso



Fuente: Utilizan bolsos

Elaborado por: Crespín Crespín Diana Carolina.

Comprende el porcentaje de demanda que existe tanto en el cantón Playas como en la Parroquia Posorja, para tener una visión más clara de qué tan factible sea el proyecto que se desea ejecutar.

En esta pregunta se puede observar claramente que el 74% de las mujeres encuestadas si utilizan bolsos, siendo un porcentaje muy favorable para incursionar el producto al mercado del cantón Playas y Parroquia Posorja. Es decir que existe un fuerte potencial que se debe aprovechar en el mercado, siendo esto otras de las ventajas que tienen las productoras artesanas, de sentir la seguridad de que si hay una población amplia como para que puedan ofertar sus productos.

¿Conoce usted de los bolsos tejidos a crochet?

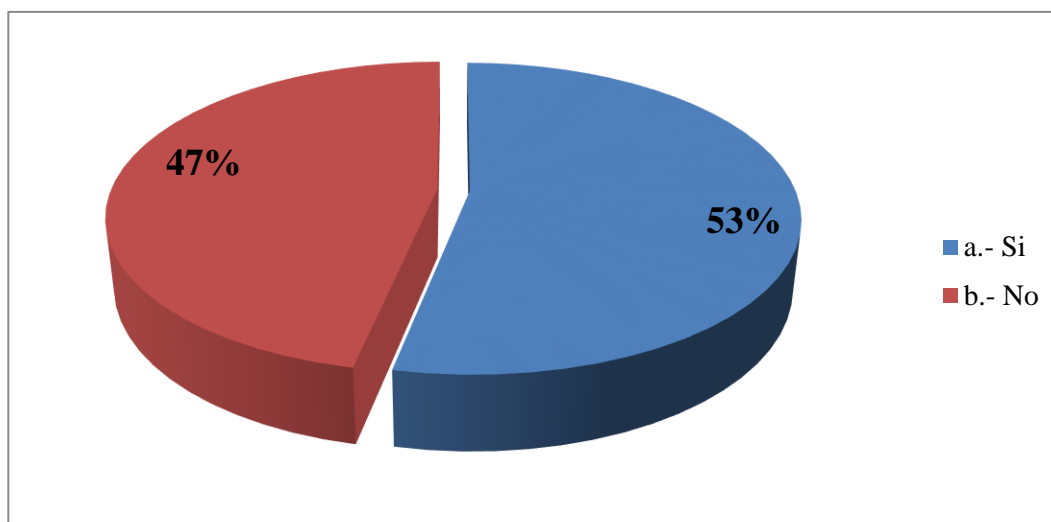
TABLA #3 Nivel de conocimiento de bolsos tejidos a crochet

3	Rango	Frecuencia	Porcentaje
	a.- Si	203	53%
	b.- No	178	47%
	TOTAL	381	100%

Fuente: Nivel de conocimiento de bolsos tejidos a crochet

Elaborado por: Crespín Crespín Diana Carolina.

GRÁFICO #3 Nivel de conocimiento de bolsos tejidos a crochet



Fuente: Nivel de conocimiento de bolsos tejidos a crochet

Elaborado por: Crespín Crespín Diana Carolina.

Permite deducir, si el producto es conocido en el mercado local, el cual podría constituir una gran fortaleza para las productoras que permita captar clientes con mayor facilidad.

Existe una gran cantidad de personas que conocen el producto al cual las artesanas le pueden presentar una gran variedad de diseños nuevos, novedosos y utilitarios, que contengan un gran valor agregado, de tal manera que las personas consumidoras se interesen por adquirirlo.

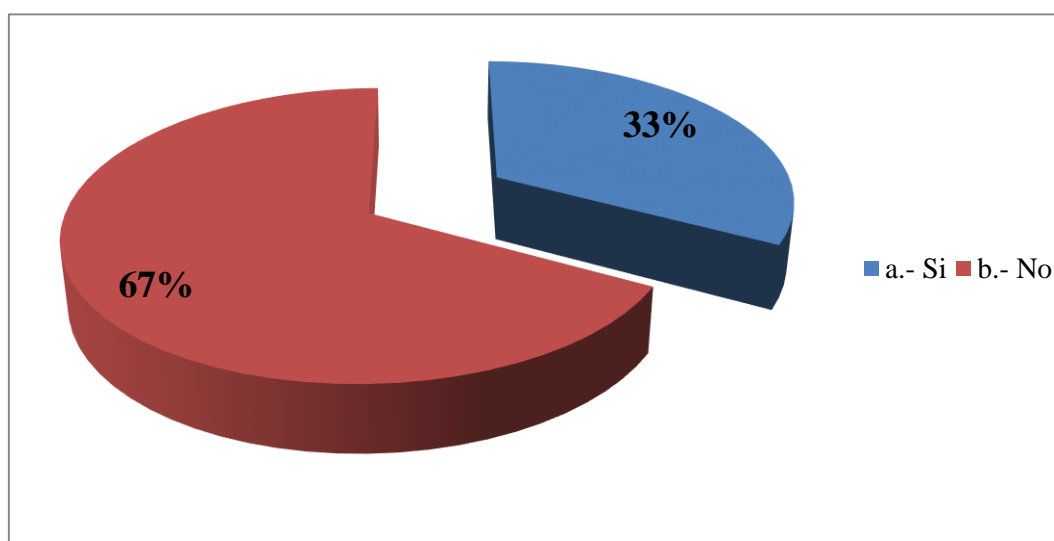
¿Conoce usted de almacenes que vendan o distribuyan carteras de hilo tejidas a crochet en el cantón Playas?

TABLA #4 Nivel de competencia en el mercado

4	Rango	Frecuencia	Porcentaje
	a.- Si	125	33%
	b.- No	256	67%
	TOTAL	381	100%

Fuente: Nivel de competencia en el mercado
Elaborado por: Crespín Crespín Diana Carolina

GRÁFICO # 4 Nivel de competencia en el mercado



Fuente: Nivel de competencia en el mercado
Elaborado por: Crespín Crespín Diana Carolina.

Permite identificar cual es el nivel de competencia que existe en el mercado local del cantón Playas hacia las productoras artesanas de carteras de hilo.

Los datos obtenidos en esta pregunta, permitió confirmar que la oferta de este producto en el mercado es escasa, lo cual es beneficioso porque con ello se podría lograr la creación de una Asociación de mujeres en el que les permita un buen posicionamiento de carteras tejidos en el mercado local.

¿Cuál es el material de su preferencia al momento de adquirir un bolso?

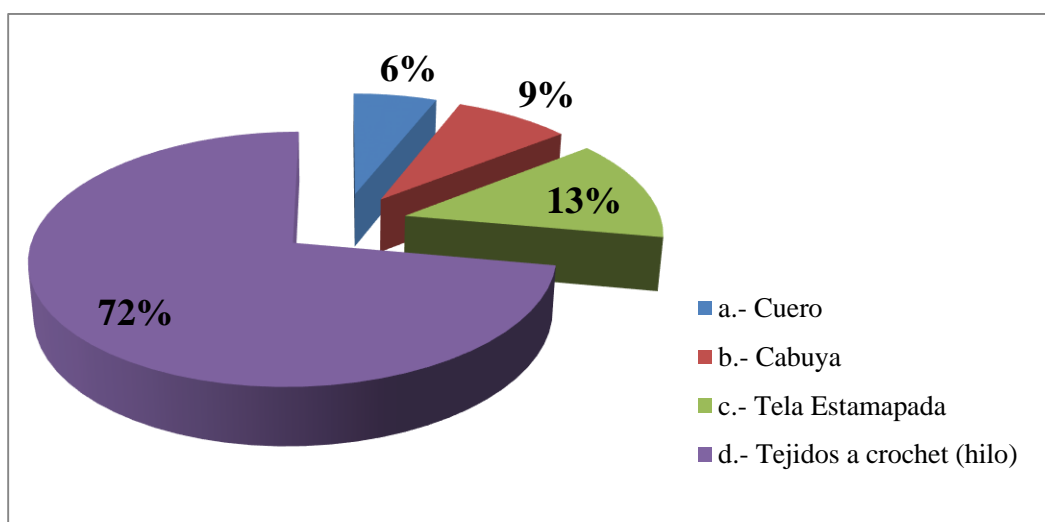
TABLA #5 Material de preferencia

5	Rango	Frecuencia	Porcentaje
	a.- Cuero	23	6%
	b.- Cabuya	32	9%
	c.- Tela Estampada	51	13%
	TOTAL	381	100%

Fuente: Material de preferencia

Elaborado por: Crespín Crespín Diana Carolina.

GRÁFICO #5 Material de preferencia



Fuente: Material de preferencia

Elaborado por: Crespín Crespín Diana Carolina.

Hace referencia al material de preferencia de las personas encuestadas al momento de adquirir un bolso, que este a su vez cumpla con las expectativas requeridas.

El 72% de mujeres encuestadas manifestaron su preferencia en utilizar bolsos de hilo tejidos a crochet. Este resultado refleja que los bolsos tejidos a crochet tienen una gran acogida en el cantón Playas y Parroquia Posorja, por lo que el producto que se ofrecerá está enmarcado en los gustos y preferencias de los clientes pero utilizando una técnica innovadora de elaboración.

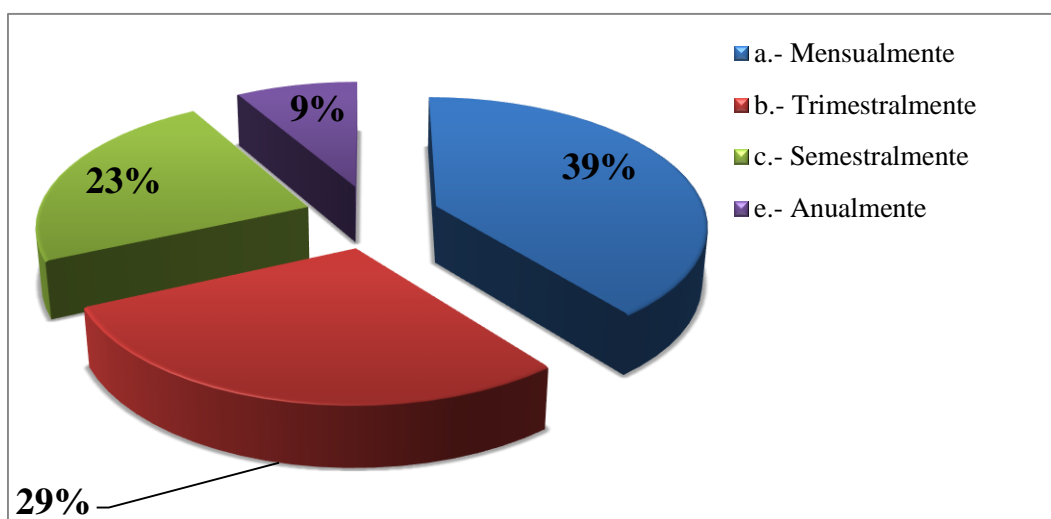
¿Con que frecuencia compra bolsos o carteras?

TABLA #6 Frecuencia de compra de carteras

6	Rango	Frecuencia	Porcentaje
	a.- Mensualmente	150	39%
	b.- Trimestralmente	110	29%
	c.- Semestralmente	89	23%
	d.- Anualmente	32	9%
	TOTAL	381	100%

Fuente: Frecuencia de compra de carteras
Elaborado por: Crespín Crespín Diana Carolina.

GRÁFICO #6 Frecuencia de compra de carteras



Fuente: Frecuencia de compra de carteras
Elaborado por: Crespín Crespín Diana Carolina.

Comprende el porcentaje de frecuencia de adquisición de carteras que tienen las mujeres del cantón Playas y Parroquia Posorja.

Mediante el análisis se determinó que existe una demanda mensual favorable de carteras que realizan las personas económicamente activas, por lo que es un componente beneficiario para las productoras artesanas del cantón Playas.

¿Usualmente donde adquiere sus bolsos? Indique el lugar

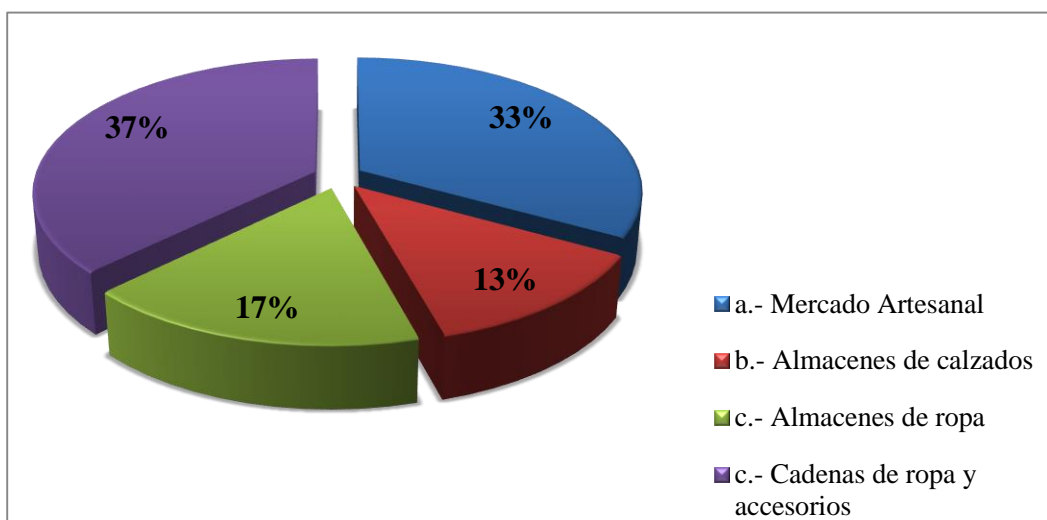
TABLA #7 Lugar donde adquieren sus bolsos

7	Rango	Frecuencia	Porcentaje
	a.- Mercado Artesanal	126	33%
	b.- Almacenes de calzados	48	13%
	c.- Almacenes de ropa	65	17%
	c.- Cadenas de ropa y accesorios	142	37%
	TOTAL	381	100%

Fuente: Lugar donde adquieren sus bolsos

Elaborado por: Crespín Crespín Diana Carolina.

GRÁFICO #7 Lugar donde adquieren sus bolsos



Fuente: Lugar donde adquieren sus bolsos

Elaborado por: Crespín Crespín Diana Carolina.

Determina cuales son los lugares más frecuentados o con mayor accesibilidad para adquirir un bolso por parte de las encuestadas.

Por lo tanto la plaza y distribución del producto será en colocar de la manera más eficiente posible, al alcance del consumidor o usuario, incluyendo los servicios post venta, en un mercado artesanal, ya que es ahí donde existe mayor frecuencia de compra.

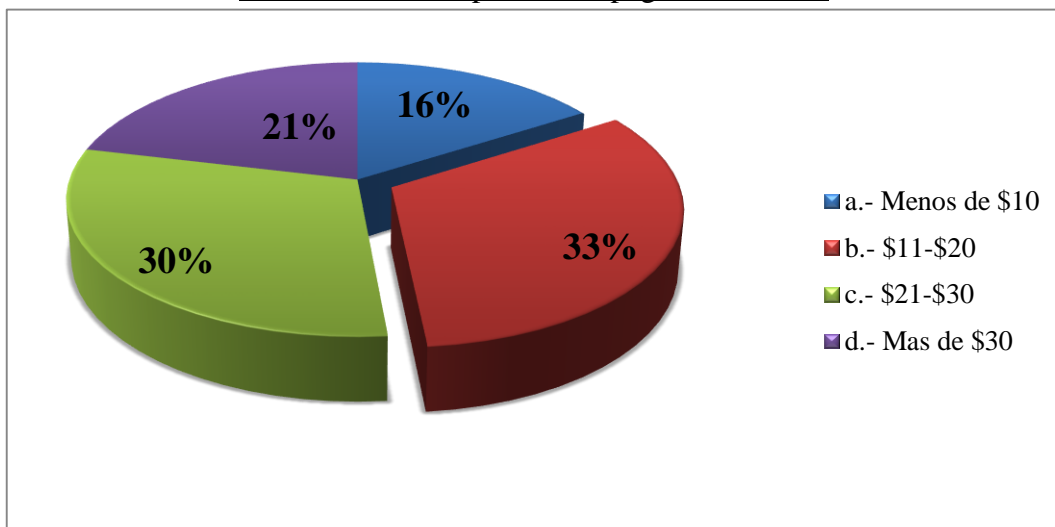
¿Aproximadamente cuánto gasta en adquirir bolsos o carteras?

TABLA #8 Propensión al pago de un bolso artesano

8	Rango	Frecuencia	Porcentaje
	a.- Menos de \$10	61	16%
	b.- \$11-\$20	124	33%
	c.- \$21-\$30	115	30%
	d.- Más de \$30	81	21%
	TOTAL	381	100%

Fuente: Propensión al pago de un bolso artesano
Elaborado por: Crespin Crespin Diana Carolina.

GRÁFICO #8 Propensión al pago de un bolso



Fuente: Propensión al pago de un bolso artesano
Elaborado por: Crespin Crespin Diana Carolina.

Identifica cuanto el consumidor puede gastar al momento de adquirir un bolso, determinar a qué rango de valores poder regirse, que esté al alcance de los clientes.

Por lo tanto, existe un número de clientes potenciales están dispuestos a comprar el producto al precio de \$11 a \$20 dólares, valor que se debería tomar en cuenta para determinar el precio del producto que se va a ofertar.

¿La calidad del bolso que usted ha adquirido como le calificaría?

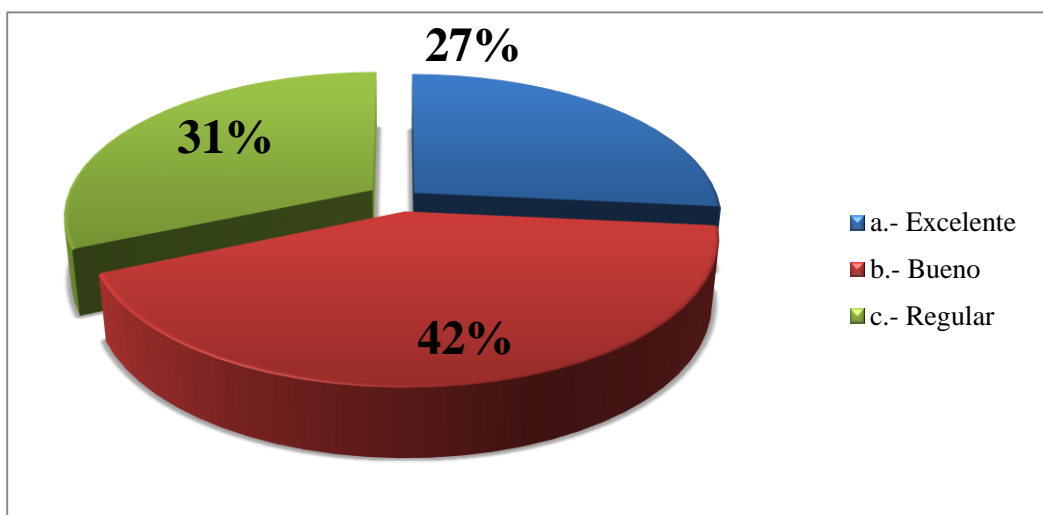
TABLA #9 Nivel de calidad

9	Rango	Frecuencia	Porcentaje
	a.- Excelente	101	27%
	b.- Bueno	160	42%
	c.- Regular	120	21%
	TOTAL	381	100%

Fuente: Nivel de calidad

Elaborado por: Crespín Crespín Diana Carolina.

GRÁFICO #9 Nivel de calidad



Fuente: Nivel de calidad

Elaborado por: Crespín Crespín Diana Carolina.

Permite identificar si las personas que han adquirido bolsos tejidos a crochet en los mercados artesanales vendan un producto de calidad en el que las productoras se puedan sentir amenazadas.

Esta pregunta determina la percepción del cliente en cuanto a la calidad del producto, como es en este caso que el 51% de las mujeres que adquieren bolsos percibe como excelente. Esto permite plantear una estrategia de diferenciación, que será en comprar materia prima de calidad para garantizar un producto final durable y atractivo, que sirva de garantía para los clientes que estarían dispuestos a adquirir.

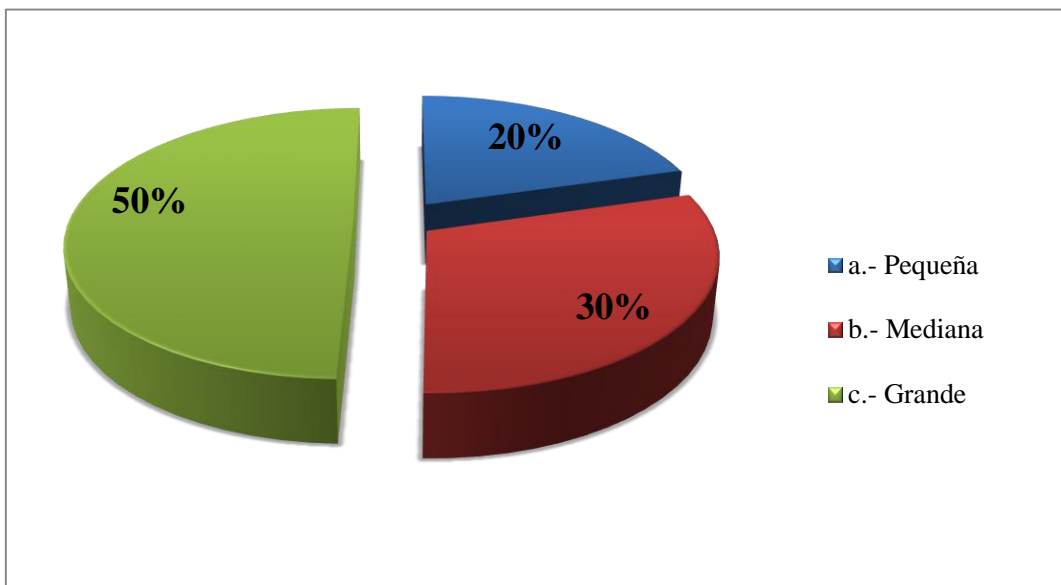
¿Cuál es el tamaño que prefiere al comprar un bolso o cartera?

TABLA #10 Tamaño de carteras artesanas

10	Rango	Frecuencia	Porcentaje
	a.- Pequeña	78	20%
	b.- Mediana	114	30%
	c.- Grande	189	50%
	TOTAL	381	100%

Fuente: Tamaño de carteras artesanas
Elaborado por: Crespín Crespín Diana Carolina.

GRÁFICO #10 Tamaño de carteras artesanas



Fuente: Tamaño de carteras artesanas
Elaborado por: Crespín Crespín Diana Carolina.

Determina el tamaño de preferencia de las carteras que adquieren los clientes, saber cuáles son los gustos del consumidor es muy ventajoso para las productoras, ya que podrían captar expectativas del cliente.

Según el gráfico propuesto se obtuvo que el tamaño de las carteras que se pondrán a la venta, es el tamaño grande por lo que habrá una demanda mayoritaria, que tendrán que satisfacer las productoras artesanales del Cantón Playas.

¿Le gustaría que en el recinto el Arenal exista una asociación de productoras artesanales que produzca bolsos o carteras de hilo “Cola de rata”?

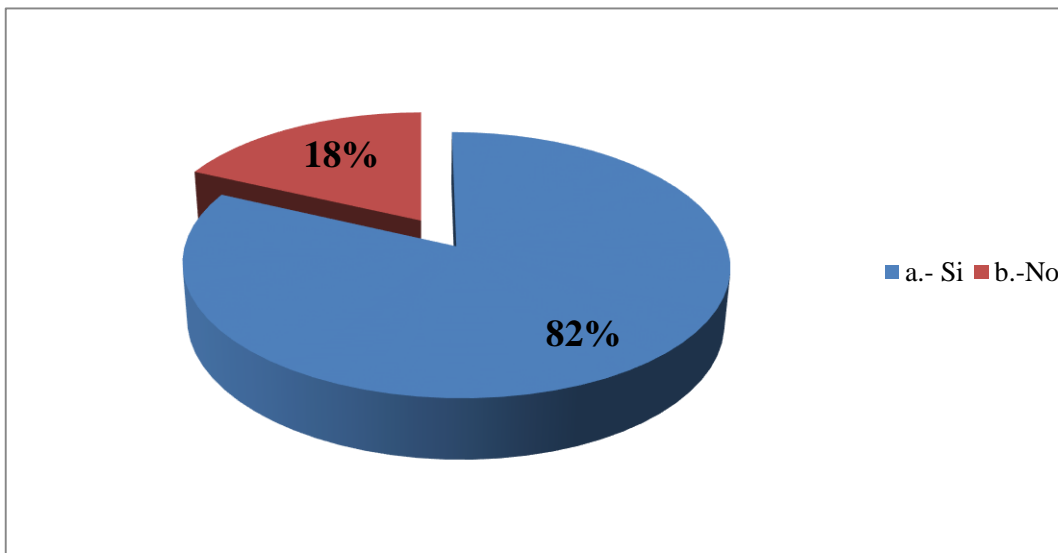
TABLA #11 Nivel de aceptación de la asociación

11	Rango	Frecuencia	Porcentaje
	a.- Si	312	82%
	b.-No	69	18%
	TOTAL	381	100%

Fuente: Nivel de aceptación de la asociación

Elaborado por: Crespín Crespín Diana Carolina.

GRÁFICO #11 Nivel de aceptación de la asociación



Fuente: Nivel de aceptación de la asociación

Elaborado por: Crespín Crespín Diana Carolina.

Comprende la factibilidad del proyecto, es decir refleja del nivel de aceptación de la asociación hacia las productoras.

De la investigación de mercado se determina que el 82% de las mujeres encuestadas les gustaría que en el cantón Playas y Parroquia Posorja exista una asociación de productoras artesanas que elaboren carteras de hilo tejidas a crochet, este resultado indica la viabilidad de poner en marcha el presente proyecto, por lo que es factible la ejecución, tal y como está reflejado en el gráfico.

¿Le gustaría comprar carteras artesanales que sean confeccionadas con hilo, cola de rata?

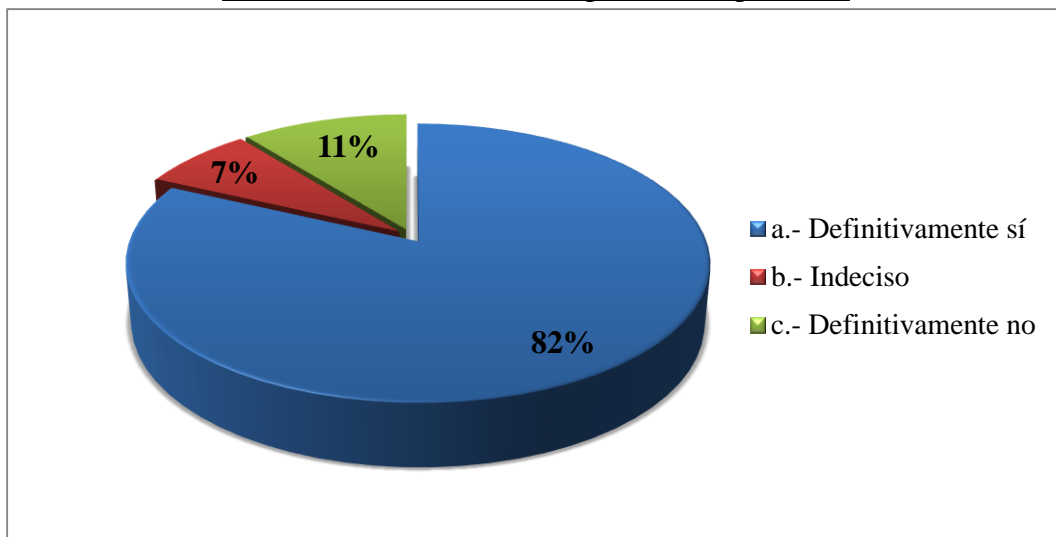
TABLA #12 Nivel de aceptación del producto

12	Rango	Frecuencia	Porcentaje
	a.- Definitivamente sí	312	82%
	b.- Indeciso	28	7%
	c.- Definitivamente no	41	11%
	TOTAL	381	100%

Fuente: Nivel de aceptación del producto

Elaborado por: Crespín Crespín Diana Carolina.

GRÁFICO #12 Nivel de aceptación del producto



Fuente: Nivel de aceptación del producto

Elaborado por: Crespín Crespín Diana Carolina.

Comprende el nivel de aceptación del producto artesano, determina la factibilidad del proyecto que se desea diseñar, indicando el porcentaje de personas que sienten interés en comprar el mismo.

En esta pregunta, observamos claramente que el 82% de los encuestadas estarían dispuesto a comprar las carteras artesanales tejidos a crochet. Con estos datos obtenidos se identificó claramente que existe un alto porcentaje de personas que si comprarían este producto, lo cual es un fuerte potencial que deben aprovechar en el mercado.

¿Cuánto pagaría usted por este tipo de bolso (cartera)?

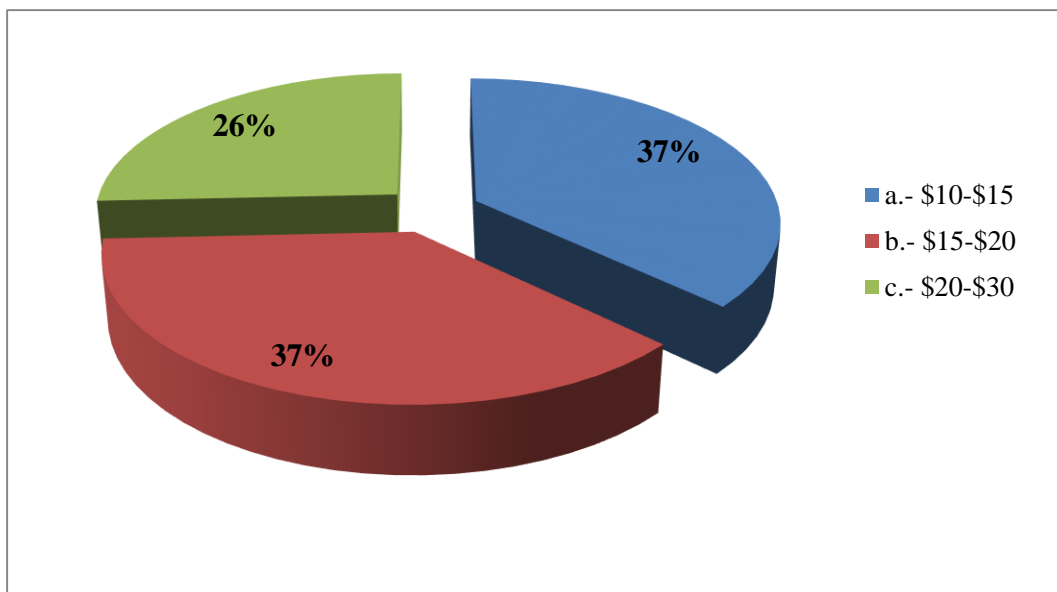
TABLA #13 Nivel de precios

13	Rango	Frecuencia	Porcentaje
	a.- \$10-\$15	141	37%
	b.- \$15-\$20	142	37%
	c.- \$20-\$30	98	26%
	TOTAL	381	100%

Fuente: Nivel de precios

Elaborado por: Crespín Crespín Diana Carolina.

GRÁFICO #13 Nivel de precios



Fuente: Nivel de precios

Elaborado por: Crespín Crespín Diana Carolina.

Refleja el nivel de precios en el que el cliente estaría dispuesto a cancelar al momento de adquirir un bolso, valor que debería ser considerado para su respectivo estudio.

Con este resultado se puede determinar el precio inicial de venta del producto el cual estaría entre \$10 a \$20.

3.3. ANÁLISIS GENERAL DE LAS ENCUESTAS.

3.3.1. Demanda actual del producto:

Durante el proceso estudio de mercado se realizó un análisis de las siguientes preguntas:

➤ **Pregunta No. 2**

¿Usted utiliza Bolsos (Cartera)?

CUADRO #4 Porcentaje de utilización de bolsos

POBLACIÓN	PORCENTAJE DE UTILIZACIÓN DE BOLSOS	TOTAL DE MUJERES QUE COMPRAN BOLSOS
8.218	74%	6.081

Fuente: Porcentaje de utilización de bolsos

Elaborado por: Crespín Crespín Diana

El resultado de la pregunta mencionada indica un porcentaje elevado de aceptación del 74%, esto significa que utilizan un total de 6.081 mujeres, bolsos de distintos modelos y contexturas.

➤ **Pregunta No. 5**

¿Cuál es el material de preferencia al momento de adquirir un bolso?

CUADRO # 5 Material de preferencia al momento de adquirir un bolso

POBLACIÓN	MATERIAL DE PREFERENCIA AL MOMENTO DE ADQUIRIR UN BOLSO	TOTAL
6.081	72%	4.379

Fuente: Material de preferencia al momento de adquirir un bolso

Elaborado por: Crespín Crespín Diana

La aceptación sobre el material de preferencia fue del 72%; lo que indica que 4.379 mujeres prefieren bolsos tejidos a crochet.

➤ **Pregunta No. 6**

¿Con qué frecuencia compra bolsos (carteras) para mujer?

CUADRO # 6 Frecuencia de compra

POBLACIÓN	PORCENTAJE DE COMPRA	FRECUENCIA DE COMPRA	SUBTOTAL	TOTAL COMPRAS AL AÑO	TOTAL BOLSOS
4.379	39%	MENSUALMENTE	1.708	12	20.492
4.379	29%	TRIMESTRALMENTE	1.270	4	5.080
4.379	23%	SEMESTRALMENTE	1.007	2	2.014
4.379	9%	ANUALMENTE	394	1	394
DEMANDA ACTUAL					27.980

Fuente: Frecuencia de compra

Elaborado por: Crespín Crespín Diana

Se puede determinar que la demanda actual es de 27.980 bolsos artesanales de carteras de hilo, en el cantón Playas.

3.3.2. Proyección de la demanda.

La elaboración de un pronóstico de la demanda es imprescindible para tomar la decisión de inversión en cada uno de los proyectos que tendrá la asociación. La proyección de la demanda abarca la vida operacional del proyecto, es decir el periodo de funcionamiento del mismo.

➤ **Pregunta N° 11**

¿Le gustaría que en el cantón Playas exista una asociación de productoras artesanales que produzcan bolsos o carteras de hilo?

CUADRO # 7 Proyección de la demanda

POBLACIÓN	TE GUSTARÍA QUE EXISTA UNA Asociación QUE ELABORE CARTERAS ARTESANALES	TOTAL BOLSOS
27.980	82%	22.943

Fuente: Proyección de la demanda

Elaborado por: Crespín Crespín Diana

El porcentaje de aceptación de la pregunta No. 11 es del 82%, esto indica que las mujeres están gustosas de que exista asociación de confecciones y produzca bolsos o carteras para abastecer al mercado con 22.943 bolsos.

Según el INEC el crecimiento poblacional es de 1,05% (2010), de tal manera la proyección de la demanda para 5 años, se realiza con el porcentaje mencionado, a continuación se detalla:

CUADRO # 8 Demanda proyectada del producto

N	POBLACIÓN	PORCENTAJE DE CRECIMIENTO	PRODUCCIÓN PROYECTADA POR UNIDADES
2014			22.943
2015	22.943	1,05%	23.184
2016	23.184	1,05%	23.428
2017	23.428	1,05%	23.674
2018	23.674	1,05%	23.922
2019	23.922	1,05%	24.173

Fuente: Demanda proyectada del producto

Elaborado por: Crespín Crespín Diana

La demanda proyectada determina que existe un alto porcentaje de mujeres que estarán dispuestas a adquirir bolsos, el cual representa un mercado meta que podríamos dirigirnos y satisfacer las necesidades en cuanto a moda es de 24.173 bolsos. De la investigación de mercado, a través de la pregunta No. 12 (¿Le gustaría comprar bolsos (carteras) que sean confeccionadas con hilo, cola de rata?), se llegó a determinar que el 82% están de acuerdo.

3.3.3. Análisis de la oferta.

Precios de los productos relacionados.

En cuanto al precio, de acuerdo a la pregunta No.13, el 37% de las mujeres encuestadas están dispuestas a pagar de \$10 a \$15 dólares, el 37% de \$15 a \$20 dólares y el 26% más de \$30 dólares. Con este resultado se puede determinar el

precio inicial de venta de nuestro producto, el cual puede ser de \$15 a \$20 dólares.

3.3.4. Oferta actual.

La oferta actual se determina a través del estudio de mercado, con las siguientes preguntas establecidas de la encuesta:

➤ **Pregunta No. 7**

¿Usualmente dónde adquiere sus bolsos? Indique el lugar:

CUADRO # 9 Oferta actual

TOTAL DE BOLSOS COMPRA	USUALMENTE DONDE ADQUIERE EL PRODUCTO (MERCADO ARTESANAL)	TOTAL BOLSOS
27.980	33%	9.233

Fuente: Oferta actual

Elaborado por: Crespin Crespin Diana

➤ **Pregunta No. 9**

¿La calidad del bolso que usted ha adquirido como le calificaría?

CUADRO # 10 Porcentaje de calidad de bolso

BOLSOS	CALIDAD DE BOLSO QUE USTED A ADQUIRIDO (BUENO)	TOTAL BOLSOS
9.233	51%	4.709

Fuente: Porcentaje de calidad de bolso

Elaborado por: Crespin Crespin Diana

El producto del mercado artesanal que venden bolsos y accesorios para mujer fue percibido como excelente con un 51%, lo que significa que venden 4.709 bolsos de excelente calidad. La oferta actual es de 4.709 bolsos para mujer que se establecen en cuanto a la percepción de la calidad.

3.3.5. Proyección de la oferta.

CUADRO #11 Proyección de la oferta

N°	TOTAL FRECUENCIA COMPRA	PORCENTAJE DE CRECIMIENTO DE LA PRODUCCIÓN	TOTAL CRECIMIENTO
2014			4.709
2015	4.709	1,05%	4.758
2016	4.758	1,05%	4.808
2017	4.808	1,05%	4.859
2018	4.859	1,05%	4.910
2019	4.910	1,05%	4.961
TOTAL BOLSOS			29.006

Fuente: Proyección de la oferta

Elaborado por: Crespín Crespín Diana

La oferta proyectada se parte de la investigación de campo con un universo de 8.218 mujeres, donde el 82% desean que en el cantón Playas exista una asociación que produzca y comercialice bolsos para mujer basados en la técnica tejido artesanal. Así como también se realizó la discriminación con el 82% que corresponde a la calidad del producto, frecuencia de compra, lugar de compra y crecimiento de la población con el 1,05%, dato que se obtuvo del INEC.

3.3.6. Determinación de la demanda insatisfecha.

La demanda insatisfecha para el producto (bolsos para mujer, con la técnica del tejido artesanal) se presenta en la siguiente tabla:

CUADRO #12 Demanda insatisfecha

N	DEMANDA POTENCIAL DE CARTERAS	OFERTA TOTAL DE CARTERAS	DEMANDA INSATISFECHA POR CUBRIR
2014	22.943	4.709	18.234
2015	23.184	4.758	18.426
2016	23.428	4.808	18.619
2017	23.674	4.859	18.815
2018	23.922	4.910	19.012
2019	24.173	4.961	19.212

Fuente: Investigación de campo, año 2014

Elaborado por: Crespín Crespín Diana

De conformidad con la investigación de mercado el producto (bolsos de mujer) se determina la viabilidad de la ejecución del mismo, de tal manera inicialmente la empresa comenzará a producir y comercializar un 35,82% de la demanda insatisfecha para cada año, es decir para el primer año será $18.234 * 35.82\%$, que en producto será 6.531 bolsos artesanales. Todo esto fue tomado en cuenta los factores de tiempo de elaboración de las carteras y también las limitaciones financieras que existen para la asociación, por estar en su etapa de inicio.

3.3.7. Análisis de precios en el mercado del producto.

Para el presente proyecto se puede determinar el precio de acuerdo a la investigación de mercado, donde el 33% de las mujeres encuestadas gastan de \$11 a \$20 dólares, el 30% de \$21 a \$30 dólares, el 21% paga por un bolso más de \$30 dólares y el 16% menos de \$10 dólares. Por lo tanto el número de clientes potenciales están dispuestos a comprar el producto al precio de \$11 a \$20 dólares.

3.3.7.1. Análisis de precios en mercado de exportación.

Análisis de la competencia

Las oportunidades de venta existen por la gran riqueza del país, pero cambian rápidamente por la misma transformación económica, así como por la introducción de nuevos competidores procedentes de todo el mundo, y de forma especial de países que incrementan a gran velocidad su comercio con los Estados Unidos, tal y como ocurre con México y varios países de Latino América como es Perú, Guatemala, Colombia y Panamá.

No existen datos estadísticos sobre el volumen y valor de importaciones de artesanías realizadas por los Estados Unidos, debido a que los datos estadísticos se distribuyen en diversos capítulos del Sistema Arancelario Armonizado. La tendencia del mercado estadounidense, es hacia el consumo de productos

artesanales con propósitos tanto ornamentales como de uso práctico. Para poder determinar los principales competidores de Ecuador es necesario revisar cifras focalizadas de los productos más importantes.

Cuero. En los Estados Unidos la industria del cuero presenta una producción en aumento, pero al mismo tiempo reporta un déficit anual que obliga la importación de cuero y sus productos (28% del total de las importaciones mundiales de esos productos).

Tagua. No existe una partida arancelaria para adornos de tagua, por lo que se incluye este producto en la partida cuya descripción es materiales vegetales o minerales para tallar, trabajadas y manufacturadas.

Sombreros. Las importaciones de sombreros en Estados Unidos alcanzaron un total USD 28'936.800 en el 2009. El principal proveedor fue China con el 76,40% del total importado. Cabe recalcar que algunas empresas importadoras americanas compran los sombreros ecuatorianos de paja toquilla y los envían a China para darles forma y aumentar el valor agregado del producto.

3.3.7.2 Márgenes de precios: estacionalidad, volumen y forma de pago.

- **Estacionalidad.**- Nuestro producto se venderá o tendrá más acogida de acuerdo a las estaciones en este caso acompañará en la moda de invierno y verano.
- **Volumen.**- EL volumen de venta que manejara la asociación será con una variación en el precio dependiendo de la cantidad y frecuencia de compra por el momento se estima que la empresa tendrá una capacidad de confección de 90 bolsos semanales.
- **Forma de pago.**- La empresa manejara políticas de pago en este caso se lo realizará en efectivo en el mismo momento de la adquisición de los bolsos.

3.4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

3.4.1. Conclusiones generales.

Una vez obtenidos los diferentes resultados del Focus Group y encuestas que se realizaron a las personas involucradas, permitió visualizar la realidad y la forma de trabajar de las productoras y se llega a la conclusión de los puntos que se detallan a continuación:

- Mediante el focus group se determinó la carencia de un plan asociativo que permita mejorar las estrategias competitivas y el fortalecimiento de la microempresarias artesanales dedicadas a la elaboración de carteras de hilo.
- Se destaca la activa participación, colaboración y cooperación de los socios en el fortalecimiento de la asociación, pero para mejorar sus actividades, es necesario definir con claridad sus metas, objetivos, filosofía y se cumplan a cabalidad, para que todos y cada uno de los asociados se enrumben por un mismo camino hacia la organización exitosa.
- Según las encuestas realizadas, se determinó que existe un segmento de mercado que estaría dispuesto a adquirir los productos que ofertan las artesanas del cantón Playas.
- También se conoció sobre los hábitos de compras, preferencias en los productos, precio, calidad, entre otras, que son de mucha utilidad para desarrollar el plan de asociatividad de las productoras artesanas de carteras.
- También se comprobó de que, las personas que conocen el producto, no realizan la compra del mismo porque desconocen el lugar de venta y que por ende estarían dispuesto a adquirir el producto en la asociación que se desea crear, siempre y cuando los precios sean accesible y el producto y la atención sea de calidad.

3.4.2. Recomendaciones.

- Diseñar un plan asociativo como iniciativa de integración empresarial, en el que colectivamente puedan formular estrategias competitivas que les sirvan para potenciar el desarrollo productivo y, a su vez, promuevan el crecimiento económico y la capacidad competitiva de la misma.
- Las productoras artesanas deben establecer de manera clara y sencilla las políticas de un mecanismo de trabajo para que las actividades que realicen sea de manera adecuada, que solo es posible alcanzar fortaleciendo el potencial social, el cual comprende: comportamientos, habilidades, competencias y valores que son varias de las estrategias para alcanzar el desarrollo.
- Mantener varias técnicas de investigación, planificación y administración, para contar con los lineamientos necesarios al momento de dirigir la asociación. Como también se establece que existe una demanda del producto un poco elevada, por lo que les genera una oportunidad para las artesanas del cantón Playas, se den a conocer y puedan acceder en el mercado cantonal.
- Intervenir a las productoras artesanas en la cooperación mutua para desarrollar la capacidad técnica que garanticen a su clientela productos y servicios eficientes, efectivos y ante todo competitivo, con una correcta administración económica de recursos y la consolidación de los mecanismos de integración y asociatividad.
- El cliente es primordial en cada actividad comercial, de una u otra forma las opiniones de cada uno de ellos debe ser tomadas en cuenta, para disminuir las falencias que puedan existir, siendo eliminadas poco a poco de acuerdo a las estrategias que se apliquen. De esta forma se podría obtener mayores y mejores resultados que beneficien a la asociación.

CAPÍTULO IV

PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LAS PRODUCTORAS ARTESANALES DE CARTERAS DE HILO EN EL CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS, 2010.

4.1. PRESENTACIÓN.

La propuesta se basa en la Constitución del Ecuador 2008, Art. 66, numeral 15, donde establece el derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental. Reconociendo así, el derecho a asociarse libre y voluntariamente para alcanzar un fin común. Así mismo en Art. 319 de la misma Constitución expresa que se reconoce diversas formas de organización de la producción de la economía.

El presente plan contiene un modelo, el cual hace referencia al proceso asociativo según la Ley de la Economía Popular y Solidaria (IEPS) quien fue creada por el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) y también el de las ventajas competitivas que hace referencia sobre los cuatro puntos del “Diamante de la competitividad” según el autor Michael Porter. Siendo estos dos, la base principal para poder empezar con la elaboración de proyectos que generen una serie de beneficios en cuanto a menores costos de producción, capacitación y financiamiento. Estos modelos de microempresas cuentan con todos los requisitos y exigencias necesarias para desarrollar el plan propuesto, primero porque cuenta con los pasos para constituir legalmente la asociación y posteriormente la aplicación de las ventajas y estrategias competitivas, aspectos que crean las condiciones necesarias para la formación y el desarrollo de las asociaciones en determinados lugares.

Para la correcta implementación de la propuesta, se establecieron programas con sus respectivos proyectos y estrategias necesarias con el fin de que todos los procedimientos a realizarse sean efectuados de manera eficaz y eficiente, para este caso se escogió la formación de una asociación tipo artesanal la cual consiste en la agrupación de personas que tienen un mismo ejercicio o profesión y que pretenden en defensa de sus intereses comunes la consecución de un fin unitario, con la finalidad de la distribución o reparto entre sus miembros de las utilidades o rendimientos que de la misma resulten.

El plan de asociatividad busca mejorar las estrategias competitivas en comercialización y producción de las productoras artesanas de carteras de hilo, el mismo que está enfocado en los objetivos y beneficios que se puede conseguir de acuerdo a lo que se estipule dentro del mismo.

Dentro de la propuesta está, la formación de una estructura organizativa la cual dirija el sistema de trabajo de los que conforman la asociatividad, el mismo que debe ser la más adecuada para el buen funcionamiento de la asociación que se alcanzaran al ejecutar el plan estipulado lo cual debe ser guiado por el criterio de los artesanos.

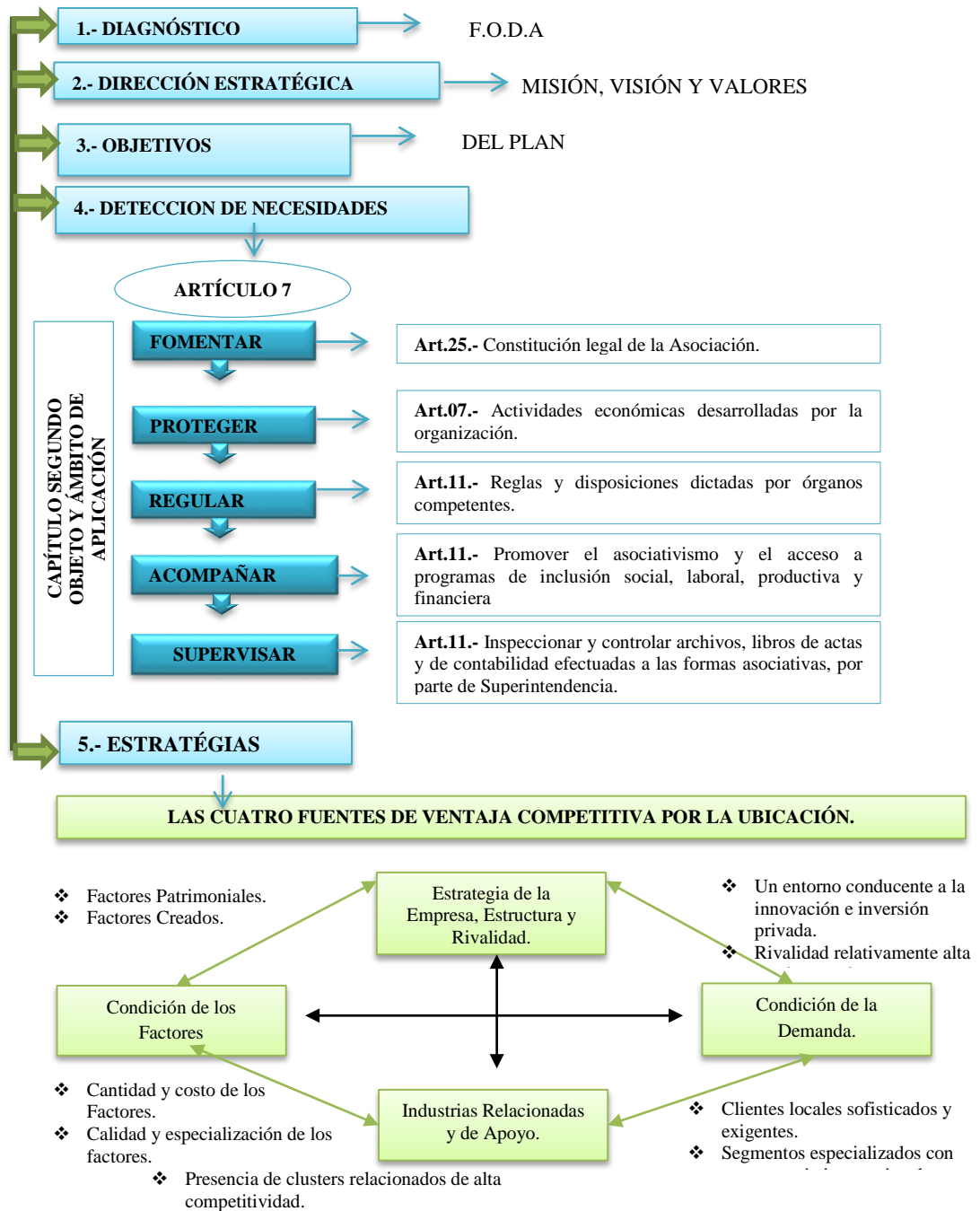
La asociación de productoras artesanas del cantón Playas se construye con la finalidad de agrupar a 20 personas que se dediquen a la elaboración y comercialización de carteras tejidas a mano, para que exista el respectivo control y orden al momento de comercializar dichos productos, logrando así brindar un servicio de calidad, que permita incrementar su participación en el mercado, consiguiendo de tal forma mejorar el nivel de vida de las asociadas y promover el desarrollo económico, social y cultural del cantón.

Además se procede a cumplir una serie de requisitos y procesos necesarios para la formación de la asociación, los mismos que se detallara más adelante.

4.2. MODELO DEL PROCESO ASOCIATIVO Y DIAMANTE DE LA COMPETITIVIDAD

El modelo propuesto tiene entre sus componentes:

FIGURA #5 Modelo del proceso asociativo



Fuente: Modelo del proceso asociativo
Elaborado por: Crespín Crespín Diana.

4.3. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LAS PRODUCTORAS.

4.3.1. F.O.D.A.

Es de gran importancia considerar, el ambiente externo e interno, para la elaboración del plan estratégico y de esta manera obtener el análisis F.O.D.A. para organización de las productoras artesanas de carteras de hilo.

CUADRO # 13 Evaluación del ambiente interno

EVALUACIÓN DEL AMBIENTE INTERNO DE LA ORGANIZACIÓN		
ADMINISTRATIVA	SI	NO
1.- ¿Existe interés en las productoras por asociarse?	x	
2.- ¿Cuenta la asociación con un personal preparado y calificado para ejercer el cargo administrativo?		x
3.- ¿La instalación es la apropiada para alcanzar un excelente rendimiento laboral?		x
4.- ¿Se ofrece una buena atención por medio del personal a los clientes?	x	
5.- ¿Se tiene conocimiento de los beneficios que conllevan la asociatividad?		x
6.- ¿Existe cooperación entre las productoras para emprender las diferentes actividades?	x	
7.- ¿Se evidencia que existe comunicación entre las productoras del sector?	x	
8.- ¿existe limitantes y horarios para la elaboración de las carteras tejidas?		x
9.- ¿Existen la solución rápida para los problemas por parte de los miembros de la asociación?		x
10.- ¿Existe suficiente capital de inversión?		x
RECURSOS HUMANOS		
1.- ¿La materia prima y las herramientas que se utiliza para elaborar el producto son de alto precios y perecibles?		x
2.- ¿Los procedimientos y técnicas que utilizan son las adecuadas para la producción y comercialización del producto?		x
3.- ¿El producto terminado es entregado a tiempo por parte de las productoras?	x	
4.- ¿Existe capacitación especializado para la elaboración de carteras artesanas?		x

Fuente: Investigación de campo, Playas 2014

Elaborado por: Crespín Crespín Diana

Ambiente interno.

Fortalezas.

1. Existe interés en las productoras artesanas en asociarse.
2. Se ofrece una buena atención por medio del personal a los clientes.
3. Existe cooperación entre las productoras para emprender las diferentes actividades, cuando se les presenta la oportunidad de producir al por mayor en temporadas altas generando mayor ingresos para el gremio.
4. Se evidencia que existe comunicación entre las productoras del sector.
5. No se impone limitantes, ni horarios para la elaboración de las carteras tejidas.
6. La materia prima y las herramientas que se utiliza para elaborar el producto son de bajo precio y no son perecibles.
7. El producto terminado es entregado a tiempo por parte de las productoras.

Debilidades.

1. La asociación no cuenta con un personal preparado y calificado para ejercer el cargo administrativo, ya que las individuos no poseen una formación académica, que les permita desempeñar funciones administrativas.
2. La instalación no es la apropiada para alcanzar un excelente rendimiento laboral, ya que las reuniones se la realizan en casa de una de las productoras.
3. No tienen conocimiento de los beneficios que conllevan la asociatividad.
4. Carecen de solución rápida para los problemas por parte de los miembros de la asociación.
5. Los procedimientos y técnicas que utilizan no son las adecuadas para la producción y comercialización del producto.
6. No existe capacitación especializada para las productoras en cuestión de elaboración de carteras artesanas.
7. Bajo capital de inversión.

Ambiente externo.

Mediante el diagnóstico, se analizaron las alternativas que ofrecen mayores perspectivas de crecimiento rentable constituyen las oportunidades; y por otra parte se evaluaron las amenazas que representan un obstáculo para su crecimiento en la organización.

Oportunidades.

1. En el mercado no existen almacenes exclusivos que ofrezcan tejidos a crochet.
2. La existencia de una demanda insatisfecha que ha sido perfectamente identificado en el estudio realizado.
3. Contar con el apoyo de una gran cantidad de organismos tanto público como privado que ayudan al sector artesanal.
4. Solucionar el problema del mal servicio percibido por los clientes a través de la creación de alianzas con instituciones especializadas en la capacitación de las socias, para obtener una mano de obra calificada.
5. El esfuerzo conjunto permite mejorar la capacidad de gestión al propiciar el funcionamiento de la microempresa en forma organizada.
6. Contar con una ley de Fomento artesanal.
7. Reducir los costos variables por insumos mediante una negociación grupal y así poder llegar a un acuerdo con un proveedor mayorista, eliminando de esta forma intermediarios en los canales de distribución.
8. Exportaciones aprovechando las ventajas de la asociatividad.

Amenazas.

1. Creación de nuevas asociaciones con similar actividad comercial que perjudicarían a los negocios de los miembros de la asociación.
2. Desastres naturales.
3. Leyes y políticas que obstaculizan el proceso de desarrollo de esta actividad (impuestos).

4.4. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA.

4.4.1. Filosofía empresarial.

“Sustentar nuestro esfuerzo cotidiano en la acción de servir, lograr habilidad y unión que nos distingue como microempresarias artesanas para formar parte de una asociatividad que es capaz de crecer y que se esmera cada día para brindar a los clientes un excelente producto de calidad y satisfacción total”

4.4.2. Misión.

Comercializar productos artesanos de calidad que satisfagan las exigencias de nuestros clientes, a través de acciones estratégicas y mejoramiento continuo, generando confort y placer en armonía con el medio ambiente.

4.4.3. Visión.

Ser una asociación líder a nivel nacional en producción y comercialización de artesanías tejidas a crochet, mediante procesos de gestión de calidad, reconocida por su innovación y responsabilidad que permita el posicionamiento en nuestro medio.

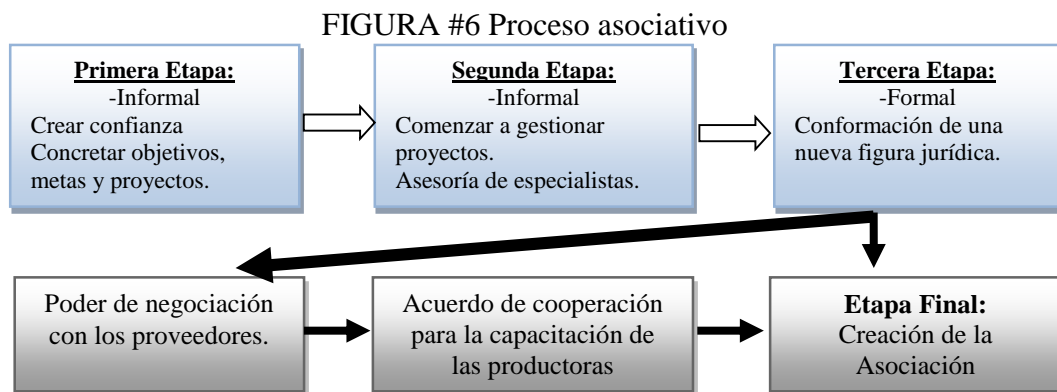
4.4.4. Valores corporativos.

- ✓ **Responsabilidad.-** Cumplimos nuestros compromisos con seriedad y lealtad en nuestra organización para el logro de los objetivos.
- ✓ **Trabajo en equipo.-** Se considera la confianza en el equipo de trabajo de las productoras artesanas del cantón Playas, ya que con unión de sus esfuerzos se logran más y mejores cosas.
- ✓ **Solidaridad.-** Demostramos solidaridad con las compañeras de nuestra organización y de esta manera a generar un ambiente agradable en el entorno donde se desenvuelve y cooperar en la solución de los problemas.
- ✓ **Justicia.-** Aplicamos la imparcialidad, la rectitud y la equidad en el cumplimiento de nuestra objetividad.

4.5. DETECCIÓN DE NECESIDADES.

4.5.1. Proceso asociativo.

La formalización se clasifica de acuerdo con el nivel de riesgo del compromiso en varias etapas:



Fuente: Proceso asociativo

Elaborado por: Crespín Crespín Diana

En una primera etapa se concreta los proyectos para desarrollar y las metas para alcanzar; también se suscribe acuerdos de voluntades y protocolos por escrito, que puedan estrechar lazos de compromisos, derechos y responsabilidades.

En esta etapa uno existe un porcentaje mínimo de riesgo y las actas de comienzo y compromiso, definición de nuevas reglas, asignación de roles y funciones, proyección de un nuevo plan de trabajo entre otros mecanismos para mejorar vínculos. En esta segunda etapa del proceso asociativo es muy importante mantener una relación laboral con un asesor que tenga conocimiento y experiencia en cómo dar soluciones a un problema después de haberlo analizado en algún diagnóstico.

Y por último, en la tercera fase se proyecta en el diseño de una nueva unidad productiva en la que la definición de una figura legal, acta de constitución, reglamentos, políticas, juntas directivas, poder de contratación, patrimonio, son elementos legales que no deben faltar en un proceso de asociatividad.

4.5.2. Requisitos para formar parte de la asociación.

Para que estas microempresarias formen parte activa de la asociación y puedan acceder a sus beneficios deberán cumplir con los siguientes requisitos, según el IEPS:

- Ser mayores de dieciocho años.
- Tener o conocer algún arte u oficio que sea afín a la asociación.
- No haber sido sancionado legalmente.

Luego de esto ellas tendrán los mismos derechos y obligaciones en cuanto a su gestión y reparto de utilidades, otorgando así el rescate de un modo de empleo para el bienestar de sus familias.

Los requisitos no son complicados y solo se necesita la libre voluntad de ellas en que quieran tener un trabajo que les genere ingresos para sus gastos.

4.5.3. Aspectos legales para constituir la asociación.

Para que la asociación se legalice deberán cumplirse con los trámites siguientes:

- Solicitud de aprobación del Estatuto, dirigida al Ministro de Bienestar Social y Director Nacional de asociaciones firmado por el Presidente Provisional y Abogado Patrocinador.
- Copia certificada del Acta Constitutiva de Asamblea General en la que se haya resuelto la creación de la asociación y designado al Directorio Provisional. Deberá constar en la misma la nómina de sus miembros, y deberá estar firmada por todos los aspirantes socios fundadores de la asociación
- Al final del Estatuto deberá firmar el Secretario, indicando las fechas de las tres sesiones en que fue discutido y aprobado.

- Al final de la lista, certificación de la Autoridad Competente con la indicación de que los miembros de la asociación en creación la firmaron en su presencia
- Plan inicial de trabajo y financiamiento de la asociación, en este plan se hará constar:
 - Tipo de actividad que va a desarrollar la asociación.
 - El capital inicial que se requiere para realizar tales actividades indicando los costos de operación, el rendimiento posible de la asociación en el lapso de un año; la manera como se incrementará el capital, a base de cuotas, préstamos o capitalización de intereses o beneficios; las ventajas sociales, culturales y de cualquier otra índole, que obtendrán los socios, y las proyecciones futuras de la asociación, después del lapso indicado.
- Certificación del técnico, difusor o promotor asociativo que haya asesorado a los aspirantes a socios de la asociación.
- Tres ejemplares del Estatuto que contendrá las siguientes especificaciones:
 - Nombre, domicilio y responsabilidad de la asociación.
 - Finalidad y ámbito de acción.
 - Derechos y obligaciones de los socios.
 - Estructura y organización interna.
 - Medidas de control y vigilancia.
 - Forma de constituir, pagar o incrementar el capital social,
 - Principio y el término del año económico.
 - Uso y distribución de los excedentes.
 - Causas de disolución y liquidación de la asociación.
 - Procedimiento para reformar el estatuto; y,
 - Las demás disposiciones que se considere necesarias para el buen funcionamiento de la asociación.

- Tres listas de los socios fundadores, con las siguientes especificaciones: Nombres y apellidos, número de cédula de identidad, domicilio, estado civil, ocupación, nacionalidad, número y valor de los certificados de aportación que suscribe y que paga de contado y la firma.
- Comprobante del depósito bancario, por lo menos el 50% del valor de los certificados de aportación que hayan suscrito los socios.
- Dos respaldos en medio magnéticos conteniendo información del Estatuto y lista de socios fundadores.

Procedimiento:

- ✓ Solicitud dirigida al Director Nacional de asociaciones adjuntando los requisitos.
- ✓ Revisión y análisis de la documentación.
- ✓ acuerdo Ministerial.

4.5.4 Obtención del registro único de contribuyentes (RUC).

Para obtener el RUC de la asociación deberán acercarse al Servicio de Rentas Internas (SRI) con la siguiente documentación:

- ✓ Original y copia de Cédula de Ciudadanía y papeleta de votación.
- ✓ Original y copia de un servicio básico, en la que conste la dirección donde va a ser instalada la asociación.
- ✓ Original y copia del registro ante el MIPRO vigente o de la calificación artesanal emitida por la junta Nacional del artesano.

4.5.5. Requisitos para obtener la patente municipal.

- ✓ Certificado provisional o definitivo emitido por el Benemérito Cuerpo de Bomberos.
- ✓ La última actualización del Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.). Este requisito no será necesario en el caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica solicitante. Sólo en el caso de inicio de actividades, las personas jurídicas deberán presentar la Escritura de Constitución correspondiente, así como el nombramiento del representante legal (vigente) y la cédula de identidad y certificado de votación del mismo.
- ✓ Las personas naturales deberán presentar copia de la cédula de identidad y certificado de votación del mismo.
- ✓ Declaración del Impuesto a la Renta, y a las personas no obligadas a declarar este impuesto, las declaraciones del impuesto al Valor Agregado, del último ejercicio económico exigible. Este requisito no será necesario en el caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica.
- ✓ Formulario “Solicitud para Registro de Patente Municipal”.
- ✓ Sólo en el caso de que la persona natural o jurídica ejerza el comercio en varios cantones, deberá presentar el desglose de ingresos por cantón firmado por un contador.
- ✓ Si la persona que realiza el trámite no es el titular del negocio, deberá presentar su copia de cédula y certificado de votación junto con una carta de autorización del titular del negocio, debidamente notariada.

4.5.6. Requisitos para exportación.

RÉPLICAS DE PATRIMONIOS CULTURALES.- En el caso de exportar artesanías, réplicas de patrimonios culturales, deberán realizar los siguientes pasos:

- Llenar el formulario de los productos y entregarlo en la Dirección de Riesgo del Patrimonio Cultural del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.
- La Dirección de Riesgo del Patrimonio Cultural efectúa la inspección de los productos, embala y sella los mismos; y emite la autorización de salida de Bienes no Patrimoniales. Este trámite es GRATUITO.

Exportación con RUC de Artesano.

Calificación ante la Junta Nacional de Defensa del Artesano o Registro ante el Ministerio de Industrias y Productividad como Artesano:

Para la calificación en la Junta Nacional de Defensa del Artesano, deben presentar los siguientes documentos:

- Solicitud a la JNDA (adquirir formulario en la Junta).
- Copia del título artesanal.
- Copia de la cédula de ciudadanía.
- Copia del último certificado de votación hasta 65 años.
- 1 foto a color tamaño carnet actualizada.
- Tipo de sangre.

Para el Registro en el MIPRO presentar los siguientes documentos, mismos que los encontrarán en la página web del MIPRO (www.mipro.gob.ec):

- Solicitud para acogerse a la Ley de Fomento Artesanal.
- Formulario para obtención de los beneficios de la Ley de Fomento Artesanal.

4.5.7. Estructura y organización propuesta.

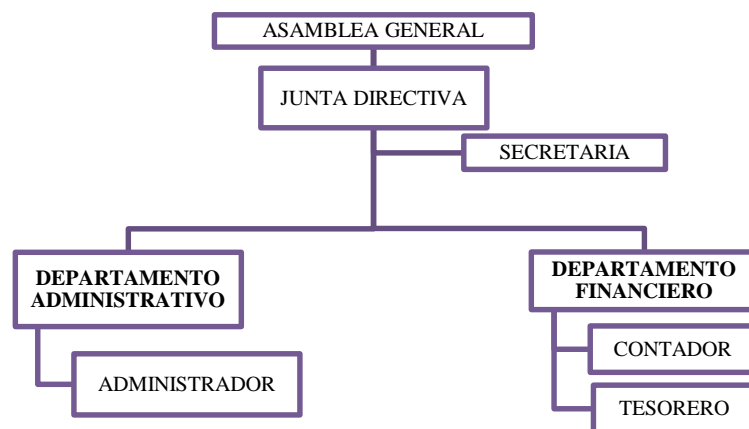
La asociación de productoras artesana de carteras de hilo “Manos Productivas” del cantón Playas estará debidamente organizada a cargo de los siguientes órganos que son los encargados de la dirección administrativa y de vigilancia de la asociación:

1. Asamblea General.
2. El Directorio.
3. Las comisiones especiales.

Siendo la Asamblea General, el órgano supremo; la misma que está confirmada por todos los socios.

El directorio de la asociación de productoras artesana de carteras de hilo “Manos Productivas”, es el órgano administrativo de la organización, y la integraran los siguientes miembros: 1 Presidente, 1 Vicepresidente, 1 Secretaria, 1 Tesorero, 4 vocales Principales, correspondiendo a los vocales conformar las comisiones especiales para colaborar con la directiva. Entones la estructura organizativa en la que se va a apoyar la asociación será la siguiente:

FIGURA # 7 Organigrama jerárquico propuesto



Fuente: Focus Group con las productoras
Elaborado por: Crespín Crespín Diana

Orgánico Funcional de la Asociación de Productoras artesana de carteras de hilo “Manos Productivas” del cantón Playas.

En este segmento se hace la respectiva conceptualización de cada uno de los cargos y las funciones que dicho puesto amerita, como se presenta a continuación:

La asamblea general

Según el Art. 8 de los estatutos consta que: La Asamblea General es la máxima autoridad de la Asociación y la integran todos los socios activos en goce de sus derechos. Puede acordar y ratificar todos los actos y resoluciones que presente el Directorio.

Por tanto las facultades de la Asamblea General son las siguientes:

1. Elegir cada dos años a los nuevos miembros del directorio.
2. Examinar las actividades que se realizan y aprobar nuevos proyectos en beneficio de la asociación.
3. Autorizar la adquisición y gravamen de los bienes de la asociación.
4. Establecer cualquier tipo de cuotas ya sea de ingresos, ordinarias y extraordinarias que se estimen convenientes, para la realización de trámites.
5. Tomar las decisiones pertinentes para el respectivo cumplimiento de los objetivos de la asociación.
6. Trabajar en equipo para exista integración y compromiso.
7. Presentar nuevas ideas en las sesiones para progreso de la asociación.

Junta directiva.

El directorio depende directamente de la Asamblea General y es el ente encargado de buscar el desarrollo de la asociación y con esto la superación personal de sus miembros. Las funciones a cargo del directorio son las siguientes:

1. Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Asamblea General y Directorio.
2. Convocar a reuniones de Asamblea y Directorio.
3. Sesionar por lo menos una vez al mes y organizar las funciones administrativas de la asociación.
4. Cumplir y hacer cumplir los estatutos, reglamento interno y las resoluciones de asamblea general.
5. Estudiar y formular proyectos de reformas y en pro-mejoras de la asociación.
6. Conocer y resolver los problemas de la asociación, para elaborar un plan de trabajo y el respectivo presupuesto en el periodo de su administración.
7. Integrar comisiones que colaboren al cumplimiento de los fines organizacionales.

4.5.7.1. Descripción de puestos.

CUADRO # 14 Descripción de Puestos.

PRESIDENTE	
DESCRIPCIÓN DEL CARGO:	El Presidente es el representante legal, judicial y extrajudicial de la asociación, manda y dirige la gestión de la misma; tiene la responsabilidad de formular conclusiones, recomendaciones e informar directamente a la Asamblea General acerca de los avances de la Asociación.
HORARIO:	Abierto
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> • Se encarga de planear, organizar, dirigir y controlar que todo marche bien y responderá por el buen progreso de la Asociación. • Velar por el prestigio del comercio, impidiendo la competencia ilícita y desleal, vigilando el cumplimiento de todas las disposiciones vigentes. • Informar y asesorar permanentemente a los asociados, poniendo a su disposición una serie de servicios que le ayuden en su actividad comercial.
SUPERVISA A:	Personal administrativo
EDAD:	25 a 35 años.

VICEPRESIDENTE	
DESCRIPCIÓN DEL CARGO:	Es la persona que trabaja directamente con el presidente y cuando este no pueda presentarse por algún imprevisto, el Vice-presidente tiene la facultad de dirigir las actividades de la Asociación.
HORARIO:	Abierto
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Asesorar al presidente y a las demás dependencias del directorio de la asociación, en asuntos jurídicos y administrativos que interesen a la misma. 2. Puede reemplazar al presidente cuando el caso lo amerite, de manera temporal o definitiva. 3. Programar y supervisar los actos administrativos necesarios para el cumplimiento de las funciones de la asociación. 4. Colaborar con el presidente, para realizar trámites, solucionar problemas, y obtener beneficios, Elaborando propuestas para la mejora de la asociación. 5. Vigilar que el personal cumpla con las políticas de la asociación.
SUPERVISA A:	Personal administrativo
EDAD:	25 a 35 años.

ADMINISTRADOR	
PUESTO:	Gerencia General.
DESCRIPCIÓN DEL CARGO:	Administrar el manejo de recursos y generar nuevas alternativas de inversión
HORARIO:	Abierto
DEPARTAMENTO:	Administrativo
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> • Dirigir • Controlar • Supervisar • Seleccionar personal
SUPERVISA A:	Personal administrativo
REQUERIMIENTOS:	<p>Estudios: Licenciado en Administración de empresas o carreras afines.</p> <p>Experiencia: 2 años en puesto similar.</p> <p>Habilidades: liderazgo, innovación, ser emprendedor y creativo.</p>
SEXO:	Indistinto.
EDAD:	25 a 35 años.

CONTADOR	
DESCRIPCIÓN DEL CARGO:	Dirigir el proceso contable de la asociación. Elaboración y análisis de los estados financieros básicos y ajustes correspondientes. Responde por la elaboración y análisis de los estudios de costos de producción.
HORARIO:	Abierto
DEPARTAMENTO:	Administrativo
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> • Cálculo y análisis de costos de producción • Plan de cuentas • Balances • Estados financieros • Flujos de efectivo.
SE REPORTA A:	Administrador.
REQUERIMIENTOS:	<p>Estudios: Contador Público Autorizado o carreras afines. Experiencia: 3 años en puesto similar. Habilidades: Deberá poseer habilidad tecnológica para manejar programas del sistema office: Word, Excel, rigor profesional y orientación al logro de objetivos.</p>
SEXO:	Indistinto.
EDAD:	25 a 35 años.

SECRETARIA	
DESCRIPCIÓN DEL CARGO:	Secretario tendrá a cargo la dirección de los trabajos puramente administrativos de la asociación.
HORARIO:	Abierto
DEPARTAMENTO:	Administrativo
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> • Llevará los libros de la asociación que sean legalmente establecidos y el fichero de asociados. • Presentación de las cuentas anuales. • Detallar en forma escrita todas las actividades, en conjunto con todas las operarias para controlar las acciones en forma diaria.
SE REPORTA A:	Administrador.
REQUERIMIENTOS:	<p>Estudios: Universitarios o carreras afines. Experiencia: 1 años en puesto similar. Habilidades: Deberá poseer habilidad tecnológica para manejar programas del sistema office: Word, Excel, rigor profesional y orientación al logro de objetivos.</p>
SEXO:	Mujer.
EDAD:	25 a 35 años.

TESORERA	
DESCRIPCIÓN DEL CARGO:	La tesorera, que asistirá a las reuniones de la Junta Directiva con voz y voto, tendrá encomendada la gestión económica de la Asociación con escrupuloso respeto a los presupuestos anuales aprobados por la Asamblea General
HORARIO:	Abierto
DEPARTAMENTO:	Administrativo
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> • Documentar la cantidad de dinero recibido • Evidenciar las salidas de dinero por concepto de compra de materia prima. • También tendrá poderes exclusivos para solicitar cualquier documento o recibo que tenga que ver con las cuentas de la Asociación para el buen funcionamiento económico
SE REPORTA A:	Administrador.
REQUERIMIENTOS:	<p>Estudios: Universitarios o carreras afines.</p> <p>Experiencia: 1 año en puesto similar.</p> <p>Habilidades: Deberá poseer habilidad tecnológica para manejar programas del sistema office: Word, Excel, rigor profesional y orientación al logro de objetivos.</p>
SEXO:	Mujer.
EDAD:	25 a 35 años.

4.5.8. Beneficios del plan de asociatividad

FIGURA # 8 Beneficios del plan asociativo

SITUACIONES	BENEFICIOS
Producción y Comercialización.	Producción eficaz
	Comercialización oportuna
Fortalecimiento de las Pymes.	Personal capacitado
	Dirigentes capacitados
Organización.	Competitividad entre los miembros de la asociación.
	Esfuerzo de las demás asociaciones en mejorar.
Poder de Negociación.	Resultados óptimos
	Objetivos y metas alcanzadas
Planificación.	Ordenamiento de las actividades que realiza la asociación
	Colaboración de todos
Capacitación.	Nuevos mercados por explorar
	Más conocimientos del mercado

Fuente: Beneficios del plan asociativo.

Elaborado por: Crespín Crespín Diana

4.6. ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS.

4.6.1. Estrategias producción del producto.

Origen del tejido.

El ganchillo, entre los años 1800 hasta aproximadamente 1950, se tejía con hilos muy finos. Entonces se realizaba en un bastidor. Debido al instrumento utilizado como base, se le llamaba ganchillo tambour francés o de tambor. Para realizar esta técnica, se tensaba una tela en el bastidor. Los ganchillos que se utilizaban eran tan finos como las agujas de coser. Después se desechó el bastidor y la tela de fondo como base, y empezó a realizarse la labor al aire. Hacia 1900 comenzaron a fabricarse los ganchillos de acero masivamente, lo que hizo el tejido al crochet mucho más popular.

En la década de los años 50, los crocheters empezaron a utilizar hilos gruesos con los que se podían realizar labores y prendas más rápidamente y con una menor cantidad de hilo. Para la década de 1960, el arte del tejido al crochet ya era muy popular. No solamente las amas de casa realizaban esta labor.

4.6.1.1. Proceso de producción de carteras tejidas a crochet.

La propuesta del proyecto depende directamente de la elaboración de carteras de hilo cola de rata, tejidas a crochet, siendo esta la actividad exclusiva de producción, se hace necesario el desarrollo de este proceso. La elaboración de las carteras será en por pedidos, es decir que las productoras solo podrán laborar cuando existan pedidos.

El número de carteras a producir por año se lo estableció, el presente estudio, en donde la cantidad de producción de un modelo aumentara o disminuirá dependiendo de la mayor aceptación que tenga y cada operaria se encargara de la manufactura total de cada accesorio.

FIGURA # 9 Diagrama de flujo proceso de producción



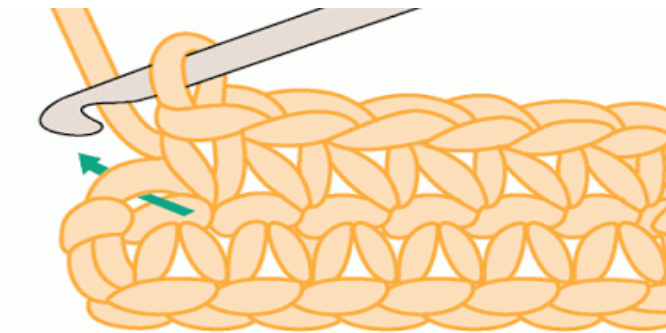
Elaborado por: Crespín Crespín Diana
Fuente: Beneficios del plan asociativo.

4.6.1.2. Descripción del Proceso de Producción de carteras tejida a crochet

ETAPA 1.- Elaboración de Patronaje.

Es la primera y una de las actividades más complejas del proceso, porque el éxito de las ventas de las carteras va de la mano del diseño que esta tenga. Por ello, será una persona profesional y con experiencia quien tendrá a su cargo la tarea de elaborar los diseños de las carteras en un cuaderno de trabajo.

FIGURA # 10 Elaboración de patronaje



Fuente: Proceso de producción del tejido
Elaborado por: Crespín Crespín Diana

ETAPA 2.- Trazado y corte de la tela para forro.

Terminado lo anterior se comienza a coser la costura del forro dejando una pequeña abertura de 10cm en su base para poder voltear al momento de unirlo a la cartera y por última se colocan los cierres. La costura del forro debe ser a doble costura para su refuerzo de igual forma la base de las carteras.

FIGURA # 11 Trazado y corte de la tela para forro



Fuente: Proceso de producción del tejido
Elaborado por: Crespín Crespín Diana

ETAPA 3.- Confección de bolso.

Una vez obtenidas los diseños de las carteras, se procede a tejer las carteras y a colocar los accesorios decorativos. Aquí se unen todas las piezas cortadas anteriormente obteniendo como resultado el ensamblaje del bolso basados en hilo tejidos a crochet.

FIGURA #12 Confección de bolso



Fuente: Proceso de producción del tejido
Elaborado por: Crespín Crespín Diana

4.6.2. Estrategias de marketing.

4.6.2.1. La publicidad.

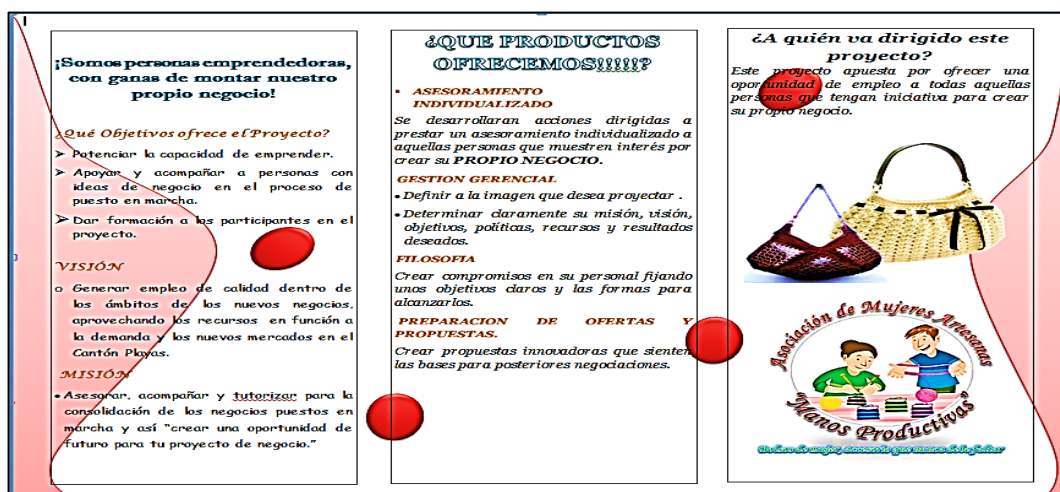
La publicidad se hará a través del apoyo de materiales que se utilizara como herramienta promocional para la venta de tejidos, será la siguiente:

Hojas volantes que contendrán nombre de la asociación, administrador, productos que ofrece, dirección, teléfono, fax y página Web.

Tarjetas que contendrán el nombre de la asociación, nombre de las socias, dirección, teléfono, fax, página Web y ubicación geográfica.

Trípticos, estos contendrán nombre de la asociación, un slogan, las características del producto, imágenes de los tejidos, teléfono, fax, dirección, página Web y ubicación geográfica, tal y como se lo detallan a continuación:

FIGURA #13 Tríptico



Fuente: Tríptico

Elaborado por: Crespin Crespin Diana

Se utilizará también para la publicidad medios electrónicos como la radio y el Internet. Además se recurrirá a publicidad en medios impresos como la sección de páginas amarillas de **la guía telefónica y diarios de publicación** local y nacional.

CUADRO # 15 Publicidad

PUBLICIDAD REALIZAR		
MEDIOS	MENSUAL	ANUAL
RADIALES	\$15,00	\$180,00
PRENSA ESCRITA	\$20,00	\$120,00
HOJAS VOLANTES	\$5,00	
TARJETAS DE PRESENTACIÓN	\$10,00	\$120,00
SLOGAN	\$20,00	\$240,00
TOTAL	\$70,00	\$660,00

Fuente: Publicidad

Elaborado por: Crespín Crespín Diana

4.6.2.2. Las etiquetas.

La etiqueta de este negocio, tendrá por objetivo motivar visualmente al cliente a adquirir el producto por sus múltiples ventajas ante los competidores. Las etiquetas deben también elevar la autoestima a quienes adquirieron este producto, por el hecho de tenerlo como suyo. Los bolsos, llevarán, una etiqueta interna, la misma que contendrá las siguientes indicaciones en inglés y español:

Nombre de la asociación “MANOS PRODUCTIVAS”

Lavar a mano.

Lavar separadamente.

No planchar.

CUADRO #16 Costo de etiquetas

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (\$)
ETIQUETAS DE TELA	1 METRO	0,20

Fuente: Costos de etiquetas

Elaborado por: Crespín Crespín Diana

4.6.2.3. El empaçado.

El empaçado tiene como función proteger y cuidar de que los tejidos lleguen en excelentes condiciones a su destino final. Se escogerá como materiales para empaçado, sustancias que sean lo menos dañinas al medio ambiente. Los tejidos

irán empacados en fundas elaboradas con material reciclable. Estas fundas contendrán material publicitario que identificará al negocio.

CUADRO # 17 Costo de empackado

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (\$)
FUNDAS PLASTICAS	1 UNIDAD	0,02

Fuente: Costo de empackado

Elaborado por: Crespín Crespín Diana

4.6.2.4. La garantía.

El negocio garantiza la calidad del tejido por 6 meses a partir de su compra, si existe un daño originado en la fabricación, se realizará el cambio de la prenda por otra igual, o se devolverá el valor de la prenda. Es necesario que el negocio establezca un reglamento para que el derecho de garantía sea válido.

4.6.2.5. La promoción.

El objetivo principal para la promoción de ventas, debe dirigirse a motivar al cliente, en la disposición de comprar tejidos elaborados a crochet, elogiando siempre la belleza funcional de estos productos, su precio y durabilidad.

En este negocio se realizará descuentos especiales en fiestas del Cantón Playas, navidad, año nuevo, día del amor y la amistad, día internacional de la mujer, día del niño, día de la madre. Fechas especiales en las cuales la población desea adquirir artículos exclusivos para obsequiar a sus seres queridos.

El descuento citado, consiste en bajar un 5% del precio de venta al público en la compra de uno o dos artículos, y una rebaja del 10% en la compra de tres artículos en adelante.

4.6.2.6. El precio.

En cuanto al precio, de acuerdo a la Pregunta No.13, el 37% de las mujeres están dispuestas a pagar de \$15 a \$20 dólares, el 37% de \$10 a \$15 dólares y el 26% de \$20 a \$30 dólares. Con este resultado se puede determinar el precio inicial de venta de nuestro producto, el cual puede ser de \$20 dólares. La fijación del precio se la hará por taza vigente, es decir que el negocio va a basar el precio de las piezas en el precio de los competidores.

En el caso de productos exclusivos de nuestro negocio y que no tienen competencia en el mercado, la fijación del precio se la hará considerando el grado de dificultad de elaboración de la prenda y la calidad del material utilizado.

Los precios de venta al público de cada uno de nuestros productos, quedan fijados en las siguientes cantidades:

CUADRO # 18 Precio de venta al público por unidad

NOMBRE DEL PRODUCTO	PRECIO UNITARIO
CARTERAS PEQUEÑA	\$5,00
CARTERAS MEDIANA	\$10,00
CARTERAS GRANDE	\$20,00

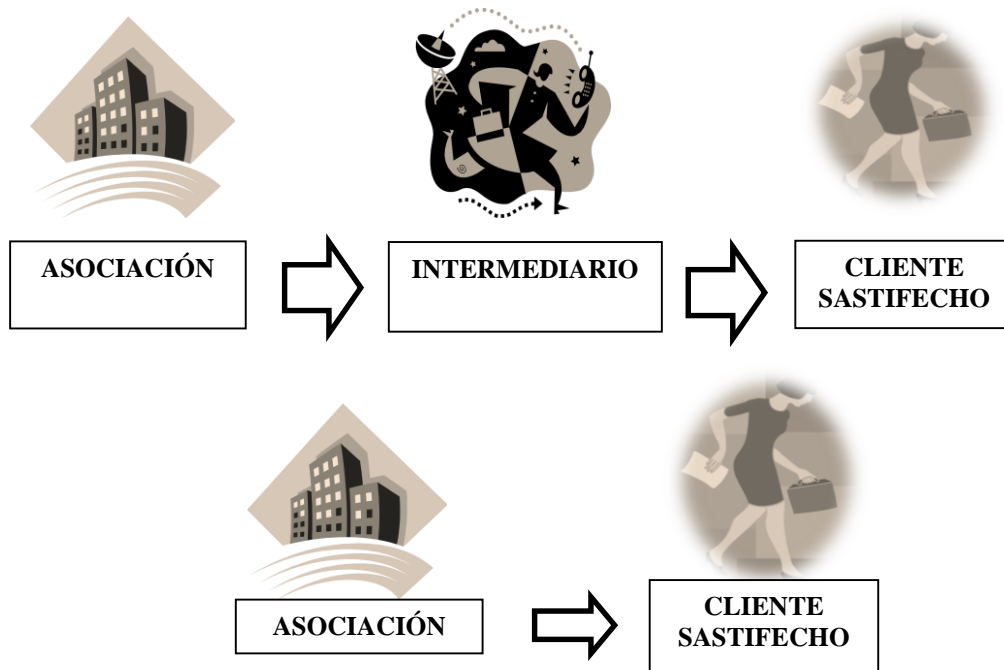
Fuente: Precio de venta al público por unidad

Elaborado por: Crespín Crespín Diana

4.6.2.7. Canal de distribución al minorista y mayorista.

Estos estarán conformados por un vendedor que atenderá desde el local del negocio y por cinco vendedores que ofertarán el producto en la plaza. Inicialmente el negocio funcionará sin intermediarios para no encarecer el producto.

FIGURA #14 Canal de distribución



Fuente: Canal de distribución
Elaborado por: Crespin Crespin Diana

Una vez proporcionada la empresa en el mercado local se tomará en cuenta la preferencia de los encuestados en cuanto a la compra en mercado artesanales correspondiente al 33%, abriendo una isla o punto de venta con las carteras de hilo en los centros de cadenas de ropa más frecuentados por el mercado, satisfaciendo así al cliente que no pueda llegar a la matriz. De mujeres encuestadas adquieren sus bolsos en mercados artesanos.

4.6.2.8. Razón social, logotipo, slogan de la asociación.

El nombre comercial para la organización será “MANOS PRODUCTIVAS”

Significado de “MANOS PRODUCTIVAS”: Se da por que las productoras tienen naturaleza emotiva, pero sobretodo son muy atrevidas al momento de emprender una nueva modelo de carteras artesana. Son exigentes, se expresan en

forma original, se distinguen por su talento natural y son de pensamientos desbordados, ya que se expresan como pensador inspirado que eleva las ideas y hace de cada idealización una realización, por ello el nombre que hace honor al significado audaz.

RAZÓN SOCIAL: MANOS PRODUCTIVAS

SLOGAN: Bolsos de mujer, accesorio que nunca debe faltar.

FIGURA # 15 Slogan



Fuente: Slogan

Elaborado por: Crespin Crespin Diana

Se presenta en el mercado como un producto artesanal original, innovador, exclusivo, confeccionados con materiales de calidad que le dan el estilo y la personalidad de quien lo lleva. Además, son utilitarios, prácticos y combinan con la ropa casual o formal, dependiendo de los diseños, colores, aplicaciones y tamaños.

4.7. PLAN DE ACCIÓN PARA MEJORAR LAS ESTRATEGIAS COMPETITIVAS.

CUADRO #19 Estrategias de fortalecimiento artesanal.

PLAN DE ACCIÓN PARA LAS PRODUCTORAS ARTESANALES DE CARTERAS DE HILO			
Problema Principal: Falta de estrategias colectivas que permita fortalecer a las microempresarias en el mejoramiento de sus condiciones economicas.			
Fin del proyecto: Mejorar los ingresos economicos y la de sus familias.		Indicadores: Estudio de factibilidad tecnico y económico.	
Proposito del proyecto: Proponer un plan asociativo para mejorar el nivel de vida de las productoras artesanas, mediante la aplicación de estrategias que orienten su desarrollo.		Indicadores: Asociatividad entre las productoras artesanales de carteras de hilo.	
PROGRAMAS	OBJETIVOS	PROYECTOS	ACTIVIDADES
Taller artesanal adecuado para la producción.	Adecuar un taller artesanal que promueva la producción mediante sus nuevas herramientas para la maximización de utilidad.	1. Análisis de las etapas del proceso productivo a implantar.	Determinar el proceso productivo por la implantación de un proceso adecuado. Mejorar la producción con un taller adecuado a las necesidades de la asociación.
		2. Aumentar la variedad de productos.	Comprar nuevas herramientas de trabajo.
Programa de mejora competitiva artesanal	Socializar a los artesanos sobre las capacitaciones existentes.	3. Capacitaciones de las entidades públicas locales.	Autogestión de participación en capacitaciones que ofrecen algunas entidades públicas a beneficio de la actividad artesanal.
Aplicación de la mejora continua a la calidad y excelencia en el desempeño de cada funcion.	Identificar los detalles que se deben mejorar y promover soluciones al mismo para el éxito de la asociación. Controlar los procesos de producción a través del personal capacitado para garantizar buenos resultados.	4. Crear una politica de calidad que pueda definir con precision lo esperado de las microempresarias.	Dar a conocer a todas las integrantes del grupo la política por la cual se deben identificar en la futura asociación.
		5. Procesos para asegurar resultados libre de error.	Selección de los parámetros a controlarse entre el cliente y el operador.
Desarrollo de habilidades para mejorar la comunicación con el cliente al momento de pactar la venta.	Promover la comunicación entre todos los miembros de la asociación para mejorar el trato al cliente.	6. Elaborar técnicas de incentivos para motivar a las microempresarias.	Motivar a las microempresarias a ser lo más productivas posible.
		7. Presentar soluciones para mejorar las habilidades de comunicación.	Realizar una lista de soluciones que vayan acorde al proyecto y a las necesidades que cada una requiera.

Fuente: Estrategia de fortalecimiento artesanal

Elaborado por: Crespín Crespín Diana

4.8. PROGRAMAS PARA MEJORAR LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANIAS.

4.8.1. Primer programa: Taller artesanal adecuado para la producción

Objetivo 1:

Adecuar un taller artesanal que promueva la producción mediante sus nuevas herramientas para la maximización de utilidad.

Proyecto 1:

Análisis de las etapas del proceso productivo a implantar.

La elaboración de las artesanías está enmarcadas en la producción de carteras de hilo, las que como ya se ha mencionado anteriormente se realizan de forma artesanal y de acuerdo a la disponibilidad de tiempo que los artesanos tienen. El espacio en el que se desarrolla la manufactura está circunscrito al libre desempeño del oficio que realizan los miembros de la asociación. Sin embargo, no cuentan con un espacio propio en el que puedan tener reunión y también crear sus artesanías sin ningún inconveniente, por lo que la adecuación de un taller artesanal acorde a sus necesidades es primordial.

Actividades.

➤ Etapas del Proceso Productivo.

Se mejorará el proceso productivo mediante una representación gráfica de la forma como sucederán los diferentes procesos en la asociación. En su elaboración se utilizan tres símbolos internacionalmente aceptados para representar las acciones efectuadas, a saber:

FIGURA # 16 Análisis del proceso productivo



Elaborado por: Crespin Crespin Diana

Por lo que se adecuará un pequeño taller dentro de las instalaciones con herramientas básicas para que los artesanos realicen un mejor trabajo para las turistas que llegan a diario en el cantón Playas.

Las mismas que ayudaran a la creación de innovadoras artesanías siendo un taller dentro de las instalaciones el cual podrá ser utilizado por todos los miembros, esto ayudará a que todos puedan gozar de herramientas y maquinarias modernas, que diversifiquen la producción con un valor agregado al obtener un producto final de mayor calidad.

Mejorar la producción con un taller adecuado a las necesidades de la asociación.

➤ **Localización del negocio.**

Para que un negocio desarrolle sus actividades es necesario que disponga de instalaciones propias o alquiladas, la instalación de esta infraestructura, se determina en función del producto que se va a fabricar, del servicio que se va a ofrecer, de las fuentes de abastecimiento, de la tecnología que se va a emplear, de la mano de obra que se va utilizar y de los CIF.

En un inicio, este espacio puede ser un ambiente de la casa de algunas de las productoras, donde necesariamente funcione el taller de confección y en función del crecimiento del negocio se puede tomar la decisión de alquilar un local, en donde funcione el taller y la sala de exhibición y ventas.

Las alternativas a analizarse se encuentran distribuidas en tres sectores con mayor demanda en el Recinto El Arenal, los cuales son:

- Barrio Corazón de Jesús, (a lado de la iglesia),
- Barrio Sol Y Mar (Paradero turístico “Destino Azul”)
- Barrio Virgen del Cisne.

Es importante mencionar que el proyecto no utilizara maquinarias pesadas, por lo que no es necesaria la ubicación en un parque industrial.

CUADRO # 20 Selección de alternativas

PESO	FACTOR	PONDERACIÓN	B. CORAZÓN DE JESUS		B. SOL Y MAR		B. VIRGEN DEL CISNE	
			Calf.	V. Ponderación.	Calf.	V. Ponderación.	Calf.	V. Ponderación.
4	Arriendo	0.15	9	1.35	6	5.40	9	1.35
5	Servicios Básicos	0.10	7	0.70	10	1.00	8	0.80
1	Accesibilidad de los clientes	0.30	10	3.00	6	1.80	8	2.40
6	Parqueadero	0.06	4	0.24	5	0.30	8	0.48
2	Desarrollo del Sector	0.22	9	1.98	8	1.76	7	1.54
3	Nivel Status Social	0.17	6	1.02	9	1.53	8	1.36
		100		8.29		11.79		7.23

Fuente: Selección de alternativas

Elaborado por: Crespín Crespín Diana

La localización óptima de la Asociación será en **El Barrio Sol Y Mar (Paradero turístico Destino Azul)** porque cuenta con todos los servicios necesarios y su fácil accesibilidad permite captar un mayor número de clientes, además existe disponibilidad de servicios básicos, de comunicación, y un creciente desarrollo comercial.

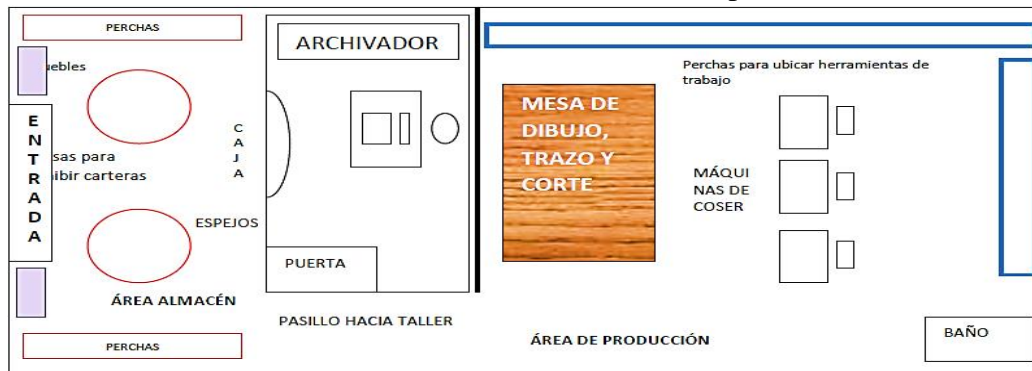
Además cuenta con una valorización mayor que los otros lugares debido al status social que se refleja en este segmento.

➤ **Determinación del tamaño del negocio.**

Para establecer la capacidad del proyecto se tomó en cuenta la cantidad de personas que van a trabajar en el negocio y el número de clientes que se aspira a servir. Para su adecuado funcionamiento, la asociación requiere un local alquilado de 60 m², ventilado, con servicios de energía, agua y desagüe, acondicionado para un taller de costura.

Distribución de la planta.- El espacio físico de la empresa que se pondrá en marcha, el área se distribuirá de la siguiente manera: salas de exhibición y ventas, oficinas administrativas, taller de diseño y áreas de producción.

FIGURA # 17 Distribución de la planta



10 x 6mt²

Fuente: Distribucion de la planta

Elaborado por: Crespin Crespin Diana

A) Sala de exhibición y ventas. Es el área más importante del negocio, puesto que aquí se expondrán al cliente todos los tejidos disponibles para la venta. Este espacio acondicionado por un técnico en ventas debe tener 20 metros cuadrados de superficie.

B) Oficinas administrativas. Es el lugar desde donde se administrará el negocio, se elaborará reportes contables y se cobrará y despachará la mercadería a los clientes. Este departamento dispondrá de un espacio de 10 metros cuadrados a más de las áreas citadas se requieren de: Un espacio destinado para baño, y una zona exclusiva para guardar material de desecho.

C) Taller de diseño. Es el sitio en el cual las tejedoras realizarán con maestría la fabricación, reparación y elaboración de prendas. Este lugar debe estar excelentemente iluminado y además debe contar con buena ventilación. El taller ocupará un espacio de 15 metros cuadrados.

D) Bodega. Es el sitio en el cual estarán almacenados los siguientes materiales:

- Tejidos.
- Materia prima e insumos de fabricación de tejidos.
- Útiles de oficina.
- Útiles de limpieza y mantenimiento.

Aquellos elementos ya antes indicados, deben encontrarse establecidos y distribuidos en fracciones dentro de la bodega. De esta manera el bodeguero no tendrá dificultad al momento de buscar un producto específico y así se podrá brindar al cliente un servicio rápido y eficaz. El área para la bodega, debe tener 15 metros cuadrados.

ARRIENDO. El local escogido para la confección y venta de carteras de hilo se determinó un almacén ubicado en el recinto El Arenal “Barrio Sol y Mar” con las características requeridas por el estudio. El costo del alquiler mensual del local está estimado en \$200.00 mensuales por la que representa un gasto anual \$3,000.00

Proyecto 2:

Comprar nuevas herramientas de trabajo.

El taller contara con:

CUADRO # 21 Compra de nuevas herramientas

CANT.	DESCRIPCION	PRECIO UN.	TOTAL
EQUIPOS			
2	MAQUINAS INDUSTRIALES DE CONFECCIÓN	\$ 2.500,00	\$ 5.000,00
1	EQUIPO DE COMPUTO	\$ 600,00	\$ 600,00
1	IMPRESORA	\$ 200,00	\$ 200,00
MUEBLES Y ENCERES			
1	MESAS PARA TALLER DE CONFECCIÓN	\$ 300,00	\$ 300,00
3	VITRINAS	\$ 350,00	\$ 1.050,00
1	MÓDULARES	\$ 500,00	\$ 500,00
UTILES DE OFICINA			
	SUMINISTROS DE OFICINA(hojas)	\$ 10,00	\$ 10,00
	SUMINISTROS DE COMPUTACIÓN (tinta)	\$ 20,00	\$ 20,00
TOTAL		\$ 4.480,00	\$ 7.980,00

Fuente: Compra de nuevas herramientas

Elaborado por: Crespín Crespín Diana

4.8.2. Segundo programa: Programa de mejora competitiva artesanal.

Objetivo 2:

Contribuir al mejoramiento y fortalecimiento de la cadena de valor de productos artesanales, mediante el desarrollo de artesanías con valor agregado e imagen histórica cultural, mejoramiento productivo y calidad con estrategias de comercialización, que incrementen la participación en el mercado nacional e internacional.

Proyecto 3:

Capacitaciones de las entidades públicas locales.

La capacitación y el desarrollo dentro de la asociación son los procesos con los cuales se pretende que el artesano adquiera información y habilidades, además de conocimiento sobre la organización y sus metas, éstas son ideadas para ayudar a que cada artesano a su aportaciones positivas en la forma de un buen desempeño. Pero la asociación de productoras artesanas de carteras de hilo “MANOS PRODUCTIVAS” desconoce de las capacitaciones que se encuentran en el medio laboral, estas se ponen a disposición si la asociación desea participar autofinanciando los gastos que conllevan la misma.

Capacitación del Ministerio de Inclusión Económica y Social.

En la actualidad las capacitaciones que brinda el MIES, entendida como el entrenamiento, se considera un medio de desarrollo de competencias en las personas para que sean más productivas, creativas e innovadoras, puedan contribuir mejor a los objetivos organizacionales y sean cada vez más valiosas. El entrenamiento es una manera eficaz de agregar valor a las personas, a la organización y a los clientes. Por lo cual la asociación de Productoras Artesanas de Carteras de hilo “MANOS PRODUCTIVAS” debe aprovechar estas capacitaciones.

CUADRO # 22 Capacitación del Ministerio de Inclusión Económica y Social

No	SERVICIOS			
	Tipo de Servicio	Descripción del Servicio	Beneficiarios	Requisitos
1	Asesoría legal	Creación de las diversas corporaciones de primer grado, tales como asociaciones, comités Pro mejoras, clubes, Colegiados.	Personas que desean legalizar su organización a través de asociatividad.	Solicitud dirigida al Director Provincial MIES Guayas. Acta constitutiva en la que conste la RESOLUCIÓN de conformar la organización y la elección del directorio Provisional Listado con los nombres completos y firmas de los socios Fundadores, que participaron en constitución de la organización, debidamente certificada por el secretario Copia de la cédula de ciudadanía copia del certificado de votación del último proceso electoral. Dos Ejemplares del Proyecto de estatuto codificado, al final debe constar la certificación de las fechas en las que se analizó y aprobó el Estatuto Certificación de la Cuenta de Integración de capital a nombre de la organización, si es corporación por el valor de 400 dólares; Y si es Fundación por el valor de 4000 dólares Carpeta colgante color amarilla.
2	Asesoría legal	Registro de directivas. Regularización de las personas a cargo de la dirección de las corporaciones.	Corporaciones de primer, segundo y tercer grado.	Solicitud dirigida al Responsable de la Dirección Provincial del MIES Guayas Convocatoria Acta de elección del directorio (Debe elegirse como indica el estatuto de la organización) Listado con los nombres completos y firmas de cada uno de los socios que participaron en el proceso electoral, debidamente certificada por el secretario Fotos copias del Estatuto, Acuerdo Ministerial y de la directiva anterior Si es la Primera directiva a registrar, adjuntar copia del acta constitutiva. Carpeta colgante color azul.
3	Asesoría legal	Reforma de estatutos, reglamentos internos de asociaciones.	Socios de asociaciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Copia certificada del acta donde conste la aprobación de los estatutos o reglamentos internos. 2. Copia certificada de la nómina de la directiva vigente, documentos personales de la directiva. 3. Ejemplar de reglamentos internos a reformarse, y copia certificada de los vigentes. 4. Solicitud dirigida a la Directora Provincial.

Fuente: MIES

Elaborado por: Crespín Crespín Diana

Capacitación en el Ministerio de Industrias y Productividad.

El MIPRO, junto a la empresa Correos del Ecuador y el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Pro Ecuador) de la provincia del Guayas, ofrece capacitación sobre los procedimientos de la herramienta exporta fácil. Son nuevas técnicas para la elaboración de artesanías en tejidos, con el fin de generar valor agregado a este producto, encontrar una identidad en la provincia del Guayas y que sus productos lleguen a los mercados internacionales. Innovadora capacitación que la asociación de Productoras artesanas de carteras de hilo “Manos Productivas” debe involucrarse para obtener competitividad dentro del mercado actual donde se desempeñan.

La capacitación consiste en:

CUADRO # 23 Capacitación del MIPRO

CAPACITACIÓN		
Procedimientos de la herramienta Exporta fácil	Técnicas	Capacitación sobre nuevas técnicas para la elaboración de artesanías en tejidos, con el fin de generar valor agregado a este producto, encontrar una identidad en la provincia del Guayas y que sus productos lleguen a los mercados internacionales.
	¿Quiénes participan?	Cabe destacar que el sistema simplificado de exportaciones por envíos postales, denominado Exporta Fácil, es un programa liderado por el Ministerio de Industrias y Productividad, en el que participan pequeños, medianos productores ecuatorianos y artesanos.
	Facilidad de exportación	El programa “Exporta Fácil” es un proyecto de Gobierno que facilita las exportaciones ecuatorianas por un valor de hasta 5.000 dólares, con uno o varios paquetes de hasta 30 kilos.
	Servicio innovador	Los exportadores pueden acceder a este servicio desde cualquier parte del país haciendo uso de una herramienta web (www.exportafacil.gob.ec) para realizar los trámites de exportación y obtener la información necesaria para exportar de forma simple, segura y oportuna.
	Requisitos para la capacitación.	Los artesanos, micro, pequeños y medianos empresarios (Pymes) y todas las personas que tengan el Registro Único de Contribuyentes (RUC) podrán usar el Exporta fácil. /Ministerio de Industrias y Productividad.

Fuente: MIPRO

Elaborado por: Crespin Crespin Diana

Capacitación en el Ministerio de Industrias y Productividad del servicio ecuatoriano de Capacitación Profesional.

Cabe recalcar que dentro de esta rama existen ministerios que brindan capacitaciones a gente emprendedora que se dedican a alguna actividad productiva, también existen herramientas de apoyo que están preparadas para fortalecer al sector empresarial como por ejemplo el “Programa de capacitaciones gratuitas a artesanos a través del Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP)”.

Objetivo general del (SECAP). Aunar capacidades interinstitucionales con la finalidad de fortalecer el talento humano de las personas, a través de la capacitación y formación profesional en las distintas áreas del sector industrial y productivo del país.

Requisitos: Para todos los grupos en general:

- a) Copia de la cédula.
- b) Formulario de solicitud para capacitación y formación profesional del SECAP.
- c) Ser artesano.

Entidades que participan en el programa:

- Ministerio de Industrias y Productividad (Subsecretaría de MIPYMES y Artesanías, Dirección de Desarrollo de Artesanías).
- Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP).
- Junta Nacional de Defensa del Artesano.

Dentro de este programa existen ofertas de capacitación y formalización las mismas que están divididas en tres grupos que se presentan a continuación:

- Por provincia.
- Oferta de cursos.

Este último punto llamado oferta de curso contiene diseños curriculares con enfoque por competencias laborales con tiempo de duración corta, media y larga en el cual se encuentran varios módulos de acuerdo a las necesidades de cada emprendedor, el SECAP ofrece varios módulos que van acorde a lo que estas emprendedoras necesitan como por ejemplo el “Emprendedor de pequeños negocios”, el mismo que contiene dos módulos.

CUADRO # 24 Malla curricular

MÓDULOS	DESCRIPCIÓN	HORAS PEDAGÓGICAS
1	Creación de pequeños negocios	60
2	Administración de pequeños negocios	60
	TOTAL	120

Fuente: SECAP

Elaborado por: Crespín Crespín Diana

Módulo 1.- Creación de pequeños negocios.

Unidad de competencia.- Determinar la factibilidad de la creación de un pequeño negocio, de acuerdo a su actividad o línea de producción o comercialización, considerando aspectos legales y financieros para el buen manejo del establecimiento, considerando calidad y protección del medio ambiente.

Contenidos generales

- Emprendimiento.
- Pequeños negocios.
- Empresas.
- Fuentes de financiamiento.
- Inversión, costos e ingresos.
- Proyecto.

Resultado de aprendizaje.- Empezar un pequeño negocio en función de la actividad a crearse, mejorando sus ingresos familiares, con responsabilidad, calidad y seguridad, lo que le permitirá su inserción en el mercado laboral.

Capacidades y criterio de evaluación.

- Analizar sus capacidades emprendedoras para la creación de pequeños negocios.
- Evalúa la posibilidad de creación de un pequeño negocio, en función de su actividad, volumen, objetivos, investigación de mercado.
- Determina las causas que pueden afectar o poner en riesgo el pequeño negocio.
- Preparar los documentos para la creación de un pequeño negocio.
- Considera los aspectos legales para constituir la empresa.
- Determina las formas de contratación o de asociatividad, en función del tamaño, actividad económica y equipos a utilizarse.

Módulo 2.- Administración de pequeños negocios.

Unidad de competencia.- Administrar pequeños negocios, para la comercialización y generación de recursos propios, aplicando normas técnicas, cuidando el medio ambiente, salud y la seguridad.

Contenidos generales.

- Administrador de pequeños negocios.
- Documentación administrativa y laboral.
- Leyes, reglamentos y ordenanzas.
- Documentos contables.
- Análisis de mercado.
- Gestión comercial.
- Atención al cliente.

Resultado de aprendizaje.- Aplicar el ciclo de Deming, determinando el funcionamiento del negocio en función de su estructura organizacional en base a las leyes para el cumplimiento de las obligaciones.

Capacidades y criterios de evaluación.

- Administrar pequeños negocios aplicando el proceso administrativo para su funcionamiento.
- Analiza sus capacidades para la administración de pequeños negocios.
- Aplica las fases del proceso administrativo como planificación, organización, dirección, ejecución y control en el negocio.
- Identifica la estructura organizacional de un pequeño negocio para su funcionamiento.
- Identificar los diferentes tipos de documentos administrativos y legales para el cumplimiento de las obligaciones.
- Identifica leyes, reglamentos, ordenanzas y demás aspectos legales para el cumplimiento de las obligaciones.

4.9. PROGRAMAS PARA LA FORMACIÓN DEL RECURSO HUMANO DE LA ASOCIACIÓN.

4.9.1. Tercer programa: Aplicación de la mejora continua a la calidad y excelencia en el desempeño de cada función.

Objetivo 3: Identificar los detalles que se deben mejorar y promover soluciones al mismo para el éxito de la asociación

Proyecto 5: Crear una política de calidad que pueda definir con precisión lo esperado de las microempresarias, así como también de los productos.

Política: La política de calidad se manifiesta mediante el firme compromiso con los clientes, impulsando una cultura de calidad basada en principios de honestidad, liderazgo, desarrollo del recurso humano, compromiso de mejora en las actividades. La implantación de esta política se convierte en la base del éxito del proceso de mejoramiento, así mismo se pretende conocer el proceso de cada actividad con el fin de controlar, coordinar y mejorar las áreas que lo necesiten.

Actividades:

- Dar a conocer a todas las integrantes del grupo la política por la cual se deben identificar en la futura asociación.
- Fortalecer al grupo para que formen un equipo de trabajo a fin de que fluya la comunicación entre todas ellas.
- Orientar a las futuras socias hacia el logro de los objetivos.

Objetivo 4: Controlar los procesos de producción a través del personal capacitado para garantizar buenos resultados.

Proyecto 6: Procesos para asegurar resultados libres de error

Se pretende la integración de un sistema de producción con personal adecuadamente hábil, apto y capacitado, deberán recibir cursos periódicos de actualización, el cual abarca todo lo elemental a la producción e inspección que necesita el proceso de manera general.

Actividades:

- Selección de los parámetros a controlarse entre el cliente y el operador.
- Desarrollar técnicas de motivación para ejecutar un buen trabajo.

4.9.2. Cuarto programa: Desarrollo de habilidades para mejorar la comunicación con el cliente al momento de pactar la venta.

Objetivo 5: Promover la comunicación entre todos los miembros de la asociación para mejorar el trato al cliente, para que el mismo se sienta satisfecho y sienta seguridad al momento de recibir el producto.

Proyecto 7: Elaborar técnicas de incentivos para motivar a las microempresarias hacia un mismo objetivo.

Con la ejecución de estos incentivos se espera obtener mejores resultados en las actividades que se presenten dentro de la asociación, las cuales serán evaluadas para analizar el nivel operativo de cada una, pues este pretende beneficiar a las futuras socias y a la asociación.

Entre los principales incentivos están los pagos, capacitaciones con gastos incluidos. El proyecto pretende inculcar en la mente de estas personas lo importante que es para la asociación ya que esto las hará involucrarse en el medio creando un sentido de pertenencia hacia la misma.

Actividades:

- Motivar a las microempresarias a ser lo más productivas posible.
- Atraer el mejor recurso humano disponible en el mercado.
- Promover el aumento de la productividad del recurso humano.

Objetivo 6: Determinar qué tipo de soluciones son las adecuadas para promover las habilidades de comunicación, que permita interactuar de forma positiva hacia el cliente.

Proyecto 8: Presentar soluciones para mejorar las habilidades de comunicación con el cliente.

Buscar soluciones que promuevan las habilidades de comunicación de cada integrante, proponer varias soluciones para tener el conocimiento previo de cómo se tiene que actuar y comunicar con un cliente.

El proyecto propone algunas soluciones como:

- Evitar interrumpir a la gente.
- Realizar buenas preguntas para lograr buena información.
- Para resolver un conflicto, deberán comunicarse cara a cara.

- Sonreír y utilizar el contacto visual.
- Saber cuándo hablar y cuándo callar.
- Fijar toda la atención en la persona con la que está hablando.

Actividades.

- Realizar una lista de soluciones que vayan acorde al proyecto y a las necesidades que cada una requiera.

Evaluar y analizar las soluciones escogidas para que tengan una visión más clara de lo que se quiere conseguir.

4. 10. PRESUPUESTO DE ASESORÍA Y CAPACITACIÓN.

CUADRO # 25 Presupuesto de asesoría y capacitación.

Nº	MÓDULO	TOTAL HORAS	COSTO POR HORA	TOTAL
	PROGRAMAS PARA LA FORMACIÓN DEL RECURSO HUMANO DE LA ASOCIACIÓN			
1	Políticas por la cual se deben identificar en la futura asociación.	6	\$ 20,00	\$ 120,00
2	Metodología para el desarrollo de la comunicación entre todas ellas.	6	\$ 20,00	\$ 120,00
3	Orientación hacia el logro de los objetivos.	3	\$ 20,00	\$ 60,00
4	Parámetros a controlarse entre el cliente y el operador.	3	\$ 20,00	\$ 60,00
5	Técnicas de motivación para ejecutar un buen trabajo.	6	\$ 20,00	\$ 120,00
6	Desarrollo de habilidades para mejorar la comunicación con el cliente	18	\$ 20,00	\$ 360,00
	TOTAL			\$ 840,00

Fuente: Presupuesto de asesoría y capacitación

Elaborado por: Crespín Crespín Diana

4.11. CRONOGRAMAS DE ACTIVIDADES.

CUADRO # 26 Cronograma de actividades

PROGRAMAS	ACTIVIDADES	TIEMPO	RESPONSABLES	FEBRERO /15				MARZO /15				ABRIL /15				MAYO /15			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Taller artesanal adecuado para la producción.	Determinar el proceso productivo por la implantación de un proceso adecuado.	6 H X SEMANA	ASOCIADAS	■	■														
	Alquilar taller adecuado a las necesidades de la asociación.	2 SEMANAS	Junta Directiva		■	■													
	Comprar nuevas herramientas de trabajo.	2 SEMANAS	Junta Directiva			■	■												
2. Programa de mejora competitiva artesanal.	Autogestión de participación en capacitaciones que ofrecen algunas entidades públicas a beneficio de la actividad artesanal.	3 SEMANAS	Srta. Diana Crespin					■	■	■									
	Contratación de personal en el área financiera	1 SEMANA	J. Directiva							■									
3. Aplicación de la mejora continua a la calidad y excelencia en el desempeño de cada función.	Dar a conocer a todas las integrantes del grupo la política por la cual se deben identificar en la futura asociación.	6 HORAS X SEMANA	Consultor									■							
	Fortalecer al grupo para que formen un equipo de trabajo a fin de que fluya la comunicación entre todas ellas.	6 HORAS X SEMANA	Consultor									■							
	Orientar a las futuras socias hacia el logro de los objetivos.	3 HORAS X SEMANA	Consultor										■						
	Selección de los parámetros a controlarse entre el cliente y el operador.	3 HORAS X SEMANA	Consultor											■					
	Desarrollar técnicas de motivación para ejecutar un buen trabajo.	8 HORAS X SEMANA	Consultor												■				
4. Desarrollo de habilidades para mejorar la comunicación con el cliente al momento de pactar la venta.	Motivar a las microempresarias a ser lo más productivas posible.	6 H X SEMANA	Consultor													■			
	Atraer el mejor recurso humano disponible en el mercado.	3 HORAS X SEMANA	Consultor													■			
	Promover el aumento de la productividad del recurso humano.	3 HORAS X SEMANA	Consultor													■			
	Realizar una lista de soluciones que vayan acorde al proyecto y a las necesidades que cada una requiera.	8 HORAS X SEMANA	ASOCIADAS														■	■	
	Evaluar y analizar las soluciones escogidas para que tengan una visión más clara de lo que se quiere conseguir.	8 HORAS X SEMANA	Consultor															■	■

Elaborado por: Diana Crespin Crespin

4.12. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.

4.12.1 Financiamientos de la asociación.

4.12.1.1. Aporte de las futuras socias para la asociación.

La asociación estará conformada por 20 socias que aportarán con la suma de \$40.00 mensual cada una, sumando una totalidad de \$800,00 en efectivo, cantidad que servirá para realizar los respectivos trámites que demanda la asociación.

4.12.1.2. Crédito.

El crédito para el financiamiento será otorgado por el Banco Nacional de Fomento para utilizarlos en la compra de activos fijos con una tasa de interés del 10% y un período de 2 años plazo. Se prestará al banco la cantidad de \$10.000.

Una vez que se haya elegido la directiva, esta será la encargada de la comisión que ejecutará los trámites correspondientes para solicitar el crédito que necesiten y para ello se les hará llenar formularios en los que consten sus respectivas firmas de respaldo, en donde se acredita la seguridad y compromiso de cada una de las integrantes tanto para la asociación y para el Banco el mismo que a su vez para otorgar el crédito deberá analizar el proyecto para que notifiquen si es o no factible acceder al mismo.

Requisitos:

- Copia blanco/negro o a color de la cedula de ciudadanía vigente y certificado de votación del cliente, garante y sus respectivos cónyuges según sea el caso.

- Copia a color del certificado de votación del solicitante, garante y cónyuges (si son casados) (último proceso electoral).
- Copia del comprobante de luz, agua teléfono del cliente y garante según sea el caso (con una antigüedad no mayor a 60 días).
- Para compra de activos fijos: cotización o proforma de los bienes a adquirir.
- Copia legible del Registro Único de Contribuyentes RUC o Régimen impositivo Simplificado Ecuatoriano RISE del solicitante.
- Copia legible del título de propiedad o pago del impuesto predial o contrato de arrendamiento del lugar de la inversión, o certificado actualizado de posesión o del trámite de adquisición contenido por el organismo competente.

Garantía: El Banco Nacional del Fomento (BNF) para asegurar su crédito y más aún si son clientes nuevos para el Banco pide garantías de tipo:

- Quirografaria (personal).
- Prendaria.
- Hipotecaria.

De acuerdo a las exigencias o políticas del Banco las socias en una reunión efectuada el día 6 de Abril del 2014 decidieron dar como garantía un terreno de aproximadamente 4 hectáreas perteneciente a la Sra. Lucia Lázaro Crespín, ubicado en el barrio San Vicente del Cantón Playas.

A continuación se presenta la tabla de amortización del capital financiado con el préstamo otorgada por el BNF.

TABLA DE AMORTIZACIÓN.

CAPITAL: \$10.000

INTERÉS MENSUAL: 0,83%

INTERÉS ANUAL: 10%

PLAZO: 24 MESES

CUADRO # 27 Amortización

No.	CAPITAL	INTERESES	PAGO K	DIVIDENDO	SALDO CAPITAL
1	\$ 10.000,00	\$ 83,33	\$ 378,12	\$ 461,45	\$ 9.621,88
2	\$ 9.621,88	\$ 80,18	\$ 381,27	\$ 461,45	\$ 9.240,62
3	\$ 9.240,62	\$ 77,01	\$ 384,44	\$ 461,45	\$ 8.856,17
4	\$ 8.856,17	\$ 73,80	\$ 387,65	\$ 461,45	\$ 8.468,53
5	\$ 8.468,53	\$ 70,57	\$ 390,88	\$ 461,45	\$ 8.077,65
6	\$ 8.077,65	\$ 67,31	\$ 394,14	\$ 461,45	\$ 7.683,51
7	\$ 7.683,51	\$ 64,03	\$ 397,42	\$ 461,45	\$ 7.286,09
8	\$ 7.286,09	\$ 60,72	\$ 400,73	\$ 461,45	\$ 6.885,36
9	\$ 6.885,36	\$ 57,38	\$ 404,07	\$ 461,45	\$ 6.481,29
10	\$ 6.481,29	\$ 54,01	\$ 407,44	\$ 461,45	\$ 6.073,85
11	\$ 6.073,85	\$ 50,62	\$ 410,83	\$ 461,45	\$ 5.663,02
12	\$ 5.663,02	\$ 47,19	\$ 414,26	\$ 461,45	\$ 5.248,76
13	\$ 5.248,76	\$ 43,74	\$ 417,71	\$ 461,45	\$ 4.831,05
14	\$ 4.831,05	\$ 40,26	\$ 421,19	\$ 461,45	\$ 4.409,86
15	\$ 4.409,86	\$ 36,75	\$ 424,70	\$ 461,45	\$ 3.985,16
16	\$ 3.985,16	\$ 33,21	\$ 428,24	\$ 461,45	\$ 3.556,92
17	\$ 3.556,92	\$ 29,64	\$ 431,81	\$ 461,45	\$ 3.125,11
18	\$ 3.125,11	\$ 26,04	\$ 435,41	\$ 461,45	\$ 2.689,70
19	\$ 2.689,70	\$ 22,41	\$ 439,04	\$ 461,45	\$ 2.250,67
20	\$ 2.250,67	\$ 18,76	\$ 442,69	\$ 461,45	\$ 1.807,97
21	\$ 1.807,97	\$ 15,07	\$ 446,38	\$ 461,45	\$ 1.361,59
22	\$ 1.361,59	\$ 11,35	\$ 450,10	\$ 461,45	\$ 911,49
23	\$ 911,49	\$ 7,60	\$ 453,85	\$ 461,45	\$ 457,64
24	\$ 457,64	\$ 3,81	\$ 457,64	\$ 461,45	\$ (0,00)
	Total	\$ 1.075	\$ 10.000	\$ 11.075	

Fuente: Banco del Fomento

Elaborado por: Crespín Crespín Diana

4.12.2. Presupuesto de inversión.

4.12.2.1. Inversión en equipos, muebles y enseres.

Para la asociatividad se considerarán activos para la parte administrativa debido a que los asociados no cuentan en la actualidad con la maquina industrial para la elaboración de los forros de las carteras. En este caso solo se cuantificaran los equipos y la tecnología necesaria para la asociación.

En la siguiente tabla se muestran los equipos necesarios que inciden en la ejecución del proyecto con sus respectivos precios de adquisición, los necesarios que se van a utilizar, y la vida útil que poseen durante su utilización en la producción para la estimación de la depreciación:

CUADRO # 28 Inversión de activos

CANT.	DESCRIPCION	PRECIO UN.	TOTAL
	EQUIPOS		
2	MAQUINAS INDUSTRIALES DE CONFECCIÓN	\$ 2.500,00	\$ 5.000,00
1	EQUIPO DE COMPUTO	\$ 600,00	\$ 600,00
1	IMPRESORA	\$ 200,00	\$ 200,00
	MUEBLES Y ENCERES		
2	MESAS PARA TALLER DE CONFECCIÓN	\$ 300,00	\$ 600,00
3	VITRINAS	\$ 350,00	\$ 1.050,00
1	MODULARES	\$ 500,00	\$ 500,00
3	ESCRITORIO	\$ 120,00	\$ 360,00
3	SILLAS GIRATORIOS	\$ 150,00	\$ 450,00
19	SILLAS PLASTICAS	\$ 6,00	\$ 114,00
1	ARCHIVADOR	\$ 30,00	\$ 30,00
1	PIZARRA	\$ 25,00	\$ 25,00
	TOTAL	\$ 4.781,00	\$ 8.929,00

Fuente: Inversión de activos

Elaborado por: Crespín Crespín Diana

4.13. GASTOS DE CONSTITUCIÓN.

DETALLES	TOTAL
Honorarios de Abogados	\$ 600,00
Permiso Municipal	\$ 30,00
Permiso de Salud	\$ 35,00
Permiso de Cuerpo de Bomberos	\$ 28,00
TOTAL	\$ 693,00

CUADRO # 29 Gastos de constitución

Fuente: Gastos de constitución

Elaborado por: Crespin Crespin Diana

4.14. COSTOS DE PRODUCCIÓN.

A continuación se presenta un análisis comparativo de cómo estos disminuyen significativamente si se da paso a un sistema de economía popular y solidaria que es la asociación:

CUADRO #30 Costos de producción

COSTOS DE PRODUCCIÓN POR CARTERAS DIARIAS			
CANTIDAD	MATERIALES	PRECIO	TOTAL
2	HILOS COLA DE RATA GRANDE	\$ 0,75	\$ 1,50
1	TELA PARA FORRO (1 MT.)	\$ 0,25	\$ 0,25
1	CIERRE (1MT.)	\$ 0,10	\$ 0,10
1	CORREAS GRANDES	\$ 0,50	\$ 0,50
TOTAL GASTOS			\$ 2,35
COSTO DE PRODUCCION			
	Mano de obra	\$ 6,00	\$ 6,00
TOTAL			\$ 8,35

T. COSTOS DE PRODUCC. X UNIDAD	\$ 8,35
N° DE SOCIAS	19
T. COSTOS DE PRODUCC. DIARIAS	\$ 158,65
Dias laborables	20
T. COSTOS DE PROD. MENSUAL	\$ 3.173,00

Fuente: Costos de producción

Elaborado por: Crespin Crespin Diana

4.15. PRESUPUESTOS DE GASTOS ADMINISTRATIVOS.

A continuación detallaremos los gastos que el negocio tendrá mensualmente. Para determinar dichos gastos se realizó una minuciosa investigación en el sector.

- **Alquiler.** El local escogido para la confección y venta de carteras de hilo se determinó un almacén ubicado en el Recinto El Arenal “Barrio Sol y Mar” con las características requeridas por el estudio. El costo del alquiler mensual del local está estimado en \$250.00 mensuales por la que representa un gasto anual \$ 3000.00

CUADRO # 31 Gastos por arriendo

DETALLE	PROM. MENSUAL	PROM. ANUAL
ALQUILER	\$ 250,00	\$ 3.000,00
MANTENIMIENTO DE OFICNA	\$ 30,00	\$ 360,00
VARIOS	\$ 30,00	\$ 360,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 310,00	\$ 6.174,00

Fuente: Gastos por arriendo

Elaborado por: Crespín Crespín Diana

- **Publicidad:**

CUADRO # 32 Gastos por publicidad

PUBLICIDAD REALIZAR		
MEDIOS	MENSUAL	ANUAL
RADIALES	\$ 15,00	\$ 180,00
PRENSA ESCRITA	\$ 20,00	\$ 120,00
HOJAS VOLANTES	\$ 5,00	
TARJETAS DE PRESENTACIÓN	\$ 10,00	\$ 120,00
SLOGAN	\$ 20,00	\$ 240,00
TOTAL	\$ 70,00	\$ 660,00

Fuente: Gastos por publicidad

Elaborado por: Crespín Crespín Diana

- **Sueldo.** Se considera el sueldo del personal de la asociatividad además del alquiler de las instalaciones que se utilizarán para la operación de la misma.

CUADRO # 33 Rol de pagos

N° de Trab.	CARGO	SUELDO UNIFICADO	SUELDO ANUAL	BENEFICIOS SOCIALES ANUALES				APORTE PATRONAL 12.15%	COSTO TOTAL ANUAL
				13 SUELDO	14 SUELDO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES		
1	ADMINISTRADOR	\$ 340,00	\$ 4.080,00	\$ 340,00	\$ 264,00	\$ 340,00	\$ 170,00	\$ 495,72	\$ 5.689,72
1	SECRETARIA	\$ 340,00	\$ 4.080,00	\$ 340,00	\$ 264,00	\$ 340,00	\$ 170,00	\$ 495,72	\$ 5.689,72
1	TESORERA	\$ 340,00	\$ 4.080,00	\$ 340,00	\$ 264,00	\$ 340,00	\$ 170,00	\$ 495,72	\$ 5.689,72
1	CONTADOR	\$ 340,00	\$ 4.080,00	\$ 340,00	\$ 264,00	\$ 340,00	\$ 170,00	\$ 495,72	\$ 5.689,72
TOTAL		\$ 1.360,00	\$ 16.320,00	\$ 1.360,00	\$ 1.056,00	\$ 1.360,00	\$ 680,00	\$ 1.982,88	\$ 22.758,88

Fuente: Rol de pagos

Elaborado por: Crespin Crespin Diana

4.16. PRESUPUESTO DE VENTAS MENSUAL-ANUAL.

A continuación se presenta un presupuesto mensual y anual de la producción para la comercialización por las carteras artesanas de hilo cola de rata.

CUADRO # 34 Ventas mensuales-anual

# MESES	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO			V.UNITARIO \$ C. PEQU.	V.UNITARIO \$ C. MEDIANAS	V.UNITARIO \$ C. GRANDES	V. TOTAL (DOLARES)
	CANTIDAD (EN UNIDADES)						
	CARTERAS PEQUEÑAS	CARTERAS MEDIANAS	CARTERAS GRANDES				
ENERO	145	148	180	\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 20,00	\$ 5.805,00
FEB.	187	123	255	\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 20,00	\$ 7.265,00
MARZO	161	207	237	\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 20,00	\$ 7.615,00
ABRIL	135	111	135	\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 20,00	\$ 4.485,00
MAYO	242	246	243	\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 20,00	\$ 8.530,00
JUNIO	113	177	238	\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 20,00	\$ 7.095,00
JULIO	113	171	242	\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 20,00	\$ 7.115,00
AGOSTO	103	159	217	\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 20,00	\$ 6.445,00
SEPT.	135	208	243	\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 20,00	\$ 7.615,00
OCT.	157	146	167	\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 20,00	\$ 5.585,00
NOV.	169	192	261	\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 20,00	\$ 7.985,00
DIC.	241	213	261	\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 20,00	\$ 8.555,00
Venta total de carteras	1901	2101	2679	TOTAL INGRESOS ANUALES			\$ 84.095,00

Fuente: Ventas mensuales-anual

Elaborado por: Crespín Crespín Diana

4.17. ESTADO DE RESULTADO

CUADRO # 35 Estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos:					
VENTA DEL SERVICIO	\$ 84.095,00	\$ 84.935,95	\$ 85.785,31	\$ 86.643,16	\$ 87.509,59
Subtotal Ingresos	\$ 84.095,00	\$ 84.935,95	\$ 85.785,31	\$ 86.643,16	\$ 87.509,59
Gran Total de Ingresos	\$ 84.095,00	\$ 84.935,95	\$ 85.785,31	\$ 86.643,16	\$ 87.509,59
Costo de Venta					
Producto o Servicio	\$ 31.404,00	\$ 32.974,20	\$ 34.622,91	\$ 36.354,06	\$ 38.171,76
Total Costo de venta	\$ 31.404,00	\$ 32.974,20	\$ 34.622,91	\$ 36.354,06	\$ 38.171,76
Utilidad Bruta US\$	\$ 52.691,00	\$ 1.961,75	\$ 51.162,40	\$ 50.289,11	\$ 49.337,84
Gastos Administrativos:					
Gastos en Personal	\$ 8.160,00	\$ 8.568,00	\$ 8.996,40	\$ 9.446,22	\$ 9.918,53
Gastos en Servicio básicos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos en Materiales	\$ 1.831,00	\$ 1.922,55	\$ 2.018,68	\$ 2.119,61	\$ 2.225,59
Gastos en Publicidad	\$ 757,60	\$ 795,48	\$ 835,25	\$ 877,02	\$ 920,87
Gastos de Depreciaciones	\$ 714,00	\$ 714,00	\$ 714,00	\$ 714,00	\$ 714,00
Total Gastos	\$ 1.462,60	\$ 12.000,03	\$ 12.564,33	\$ 13.156,85	\$ 3.778,99
Total Costos y Gastos	\$ 42.866,60	\$ 44.974,23	\$ 47.187,24	\$ 49.510,90	\$ 51.950,75
Utilidad de Operación	\$ 41.228,40	\$ 39.961,72	\$ 38.598,07	\$ 37.132,26	\$ 35.558,85
Gastos Financieros:					
Interés Préstamo	\$ 626,51	\$ 228,04	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad antes/Imptos	\$ 40.601,89	\$ 9.733,68	\$ 38.598,07	\$ 37.132,26	\$ 35.558,85
Part. de Utilidades	\$ 6.090,28	\$ 5.960,05	\$ 5.789,71	\$ 5.569,84	\$ 5.333,83
Imp. a la Renta	\$ 8.627,90	\$ 8.443,41	\$ 8.202,09	\$ 7.890,61	\$ 7.556,25
	\$ 14.718,19	\$ 14.403,46	\$ 13.991,80	\$ 13.460,44	\$ 12.890,08
Utilidad líquida después de Imptos	\$ 25.883,71	\$ 25.330,22	\$ 24.606,27	\$ 23.671,82	\$ 22.668,76

Fuente: Estado de pérdidas y ganancias

Elaborado por: Crespín Crespín Diana

4.18. FLUJO DE CAJA

CUADRO # 36 Flujo de caja

Detalles	MES 0	1 año	2 año	3 año	4 año	5 año
INGRESOS						
Ventas de contado		\$ 84.095,00	\$ 4.935,95	\$ 85.785,31	\$ 86.643,16	\$ 87.509,59
Aportación de socias		\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00
Prestamos adquiridos – Bancos	\$ 10.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
capital propio	\$ 800,00					
TOTAL INGRESOS	\$ 10.800,00	\$ 84.335,00	\$ 5.175,95	\$ 6.025,31	\$ 86.883,16	\$ 87.749,59
EGRESOS						
Costos de Producción	\$ 2.330,00	\$ 31.404,00	\$ 2.974,20	\$ 34.622,91	\$ 36.354,06	\$ 38.171,76
Nómina - Personal Administrativo		\$ 8.160,00	\$ 8.568,00	\$ 8.996,40	\$ 9.446,22	\$ 9.918,53
Beneficios Sociales (Nómina)		\$ 2.203,20	\$ 2.313,36	\$ 2.429,03	\$ 2.550,48	\$ 2.626,99
Alquiler		\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Gastos Admin. (Varios)		\$ 1.831,00	\$ 1.922,55	\$ 2.018,68	\$ 2.119,61	\$ 2.225,59
Gastos de Constitución	\$ 693,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos por Capacitación		\$ 840,00	\$ 882,00	\$ 926,10	\$ 972,41	
Publicidad		\$ 757,60	\$ 795,48	\$ 835,25	\$ 877,02	\$ 920,87
Inversiones:						
Muebles y enseres						
Mesas para taller de confeccion,1	\$ 300,00		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Vitrinas,3	\$ 1.050,00		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Modulares,1	\$ 500,00		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Escritorio,3	\$ 360,00					
Sillas Giratorias, 3	\$ 450,00					
Sillas plásticas, 19	\$ 114,00					
Archivador,1	\$ 30,00					
Pizarra,1	\$ 25,00					
Equipos						
Maquinas industriales de confección	\$ 5.000,00		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
computadoras,1	\$ 600,00		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Impresora, 1	\$ 200,00					
TOTAL EGRESOS	\$ 1.652,00	\$ 48.195,80	\$ 0.455,59	\$ 52.828,37	\$ 55.319,79	\$ 56.863,74
FLUJO NETO OPERATIVO	\$ (852,00)	\$ 6.139,20	\$ 34.720,36	\$ 33.196,94	\$ 31.563,37	\$ 30.885,85
FLUJO ACUM. OPERATIVO	\$ (852,00)	\$ 36.139,20	\$ 70.859,56	\$104.056,50	\$ 135.619,87	\$ 166.505,73
FINANCIAMIENTO						
Egresos						
Pagos Capital		\$ 800,77	\$ 5.199,23	\$ -	\$ -	\$ -
Pagos Intereses		\$ 626,51	\$ 228,04	\$ -	\$ -	\$ -
Total Egresos		\$ 5.427,27	\$ 5.427,27	\$ -	\$ -	\$ -
FINANCIAMIENTO						
FLUJO NETO FINANCIADO		\$ 30.711,93	\$ 29.293,09	\$ 3.196,94	\$ 1.563,37	\$ 30.885,85
FLUJO ACUM. FINANCIADO		\$ 30.711,93	\$ 60.005,01	\$ 93.201,95	\$ 4.765,32	\$ 155.651,18

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: Crespín Crespín Diana

En este caso nos damos cuenta que el proyecto es rentable porque en los años proyectados los flujos responden a las obligaciones obteniendo utilidades a continuación se presenta el flujo de caja proyecto a 5 años donde se muestra el efecto del plan de comercialización.

4.19. CÁLCULO DEL VAN Y TIR.

INVERSION	\$ (10.800,00)
AÑO 1	\$ 36.139,20
AÑO 2	\$ 34.720,36
AÑO 3	\$ 33.196,94
AÑO 4	\$ 31.563,37
AÑO 5	\$ 30.885,85
VAN	\$ 155.705,73
TIR	30%

4.19.1. Cálculo VAN.

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable. En este caso es de \$155.705,73 dólares esto nos indica la iniciativa de inversión es rentable y se obtiene utilidades.

4.19.2. Cálculo TIR.

La tasa interna de retorno, es la tasa de rentabilidad del dinero que se mantendrá y que se obtiene del proyecto. En este caso la tasa interna de retorno del proyecto el resultado es de 30% el mismo que es superior a la tasa de descuento del 10%, por lo tanto es resultado del proyecto es positivo, obteniendo rentabilidad y utilidad.

CONCLUSIONES

- Dentro de la asociación se deben delegar responsabilidades de acuerdo al perfil que tengan las socias, pues las personas que estén al mando deberán poseer sentido de pertenencia hacia la asociación que se considere líder y no jefe para que guíe al grupo con el que trabajará.
- Se determinó y se comparó que por medio de las compras conjuntas y el financiamiento se favorece económicamente a este grupo de microempresarias que solo desean trabajar para su fortalecimiento personal y empresarial.
- Finalmente se pudo establecer que el proyecto es viable con un VAN de \$155.705,73 y un TIR del 30%, lo cual indica que manteniendo los costos de producción actuales y los gastos administrativos se podrá recuperar la inversión desde el primer año.
- De acuerdo a este proyecto se espera que el plan asociativo logre optimizar recursos a todas las microempresarias que formarán parte de la asociación, aprovechar oportunidades como las compras conjuntas de materia prima con descuentos especiales y acceder a un financiamiento.
- Con el planteamiento de este proyecto emprendedor se espera mejorar sus niveles de vida, el plan promueve a que las microempresas se levanten y ocupen un lugar en el mercado globalizado, deberán estar preparadas para competir brindando productos de excelente calidad generándoles valor agregado o algo que los distinga de la competencia en general, para esto deberán recibir capacitación de personas y ministerios que conocen el medio empresarial.

RECOMENDACIONES

- Una vez conformada la asociación se espera el desempeño de todas las participantes, promover el trabajo en equipo, crear un ambiente propicio para que se sientan relajadas y que los resultados que se obtengan sean beneficios para todas. Realizar reuniones periódicas con la finalidad de que el grupo de personas designadas o que estén al mando de la asociación este ejecutando bien su trabajo.
- Es recomendable que las socias reciban capacitación de acuerdo a las necesidades que se vayan presentando en la asociación, las mismas que pueden relacionarse con el producto, cliente, proveedor, y la comunicación entre ellas.
- Se recomienda analizar periódicamente los gastos y costos de producción con el fin de mantener el mismo precio y generar más utilidad para la organización. Es importante recalcar que es de suma importancia la capacitación en gestiones administrativas y financieras.
- La consecución de objetivos comunes provoca a que las futuras socias deberán participar activamente y desarrollar habilidades por lo que se recomienda que dentro de ella exista un flujo de información o comunicación para evitar problemas entre las mismas.
- Se recomienda aplicar el plan asociativo puesto que se concluyó que trabajar en asociatividad genera una rentabilidad satisfactoria para los socios, identificando colectivamente las estrategias competitivas y metas comunes, mejorando así la calidad del producto y el servicio del mismo, el mismo que le permitirá acceder al mercado.

BIBLIOGRAFÍA

- Bernal Cesar, (2006), Metodología de la investigación para administración y economía, Editorial Prentice Hall, México.
- Chiriboga M. y Arellano J. Diagnóstico de la comercialización agropecuaria en Ecuador, (2004), Editorial VECO.
- CIMILIO Mario, (2010), Asociatividad en estrategia para la Internalización de negocios, Bogotá
- Hernández Roberto, Sampieri Carlos, Baptista Pilar, (2003), Metodología de la investigación, Editorial McGraw-Hill, México.
- Irigiyen Horacio, (2000), La asociatividad entre Pymes, Editorial México.
- Jiménez G. Jaime, (2002), El futuro de las artesanías, Universidad Autónoma Metropolitana, México.
- Méndez A. Carlos, (2006), Metodología Diseño y Desarrollo del proceso de Investigación, Bogotá.
- Moncayo F. José, (2010), Asociatividad y Cadenas de Valor en Ecuador, Reviste de la Universidad del Azuay, Cuenca.
- Pallarev. Zoilo, (2005). “La Asociatividad Empresarial” Programa de Desarrollo Empresarial Sectorial, Colombia.
- Paredes G. Wilson, (2011), Investigación Acción, Primera Edición, Editores Rijabal.
- Prieto Jorge, (2008), Gestión estratégica organizacional Guía práctica para el diagnóstico empresarial, 2 ed, Ediciones ECOE, Bogotá.

- Rosales Ramón, (2005), “Estrategias Gerencias para la pequeña y Mediana Empresa”, Editorial ECAFSA/THOMSON, 3ra. Edición, México.
- Rosales Ramón, (2003), La asociatividad como estrategia de fortalecimiento de la pequeña y mediana empresa, Caracas.
- Vásquez J., (2002). Programas de Promociones de asociatividad, El Salvador.
- Porter Michael, (1990), La Ventaja Competitiva de las naciones el llamado diamante de la competitividad.
- Vegas Juan Carlos (2010), “Asociatividad en Proyectos de Cooperación”, Perú.
- Vegas Juan Carlos, (2000). “Informe de la Secretaria de la UNACTAD, Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo”.
- Vendrell Juan, (2001). “Asociatividad de Casos Locales” El Rosario.
- ASAMBLEA NACIONAL CONSTITUYENTE, (2008), Constitución de la República del Ecuador, Registro Oficial 449
- ASAMBLEA NACIONAL CONSTITUYENTE, (2013) Ley de Defensa del Artesano, Registro Oficial 464
- ASAMBLEA NACIONAL CONSTITUYENTE, (Actualizado al 5 de agosto del 2013) Ley Orgánica y Reglamento de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, Registro Oficial 648

PÁGINAS WEB:

- Requisitos para la legalización de una asociación
<http://tramitesecuador.com/ministerio-de-inclusion-economica-y-social-mies/acuerdo-ministerial-de-conseccion-de-personeria-juridica-las-cooperativas-asociaciones-fundaciones-comitesbarrios-entre-otras-organizaciones/>
- Actividad productiva según las leyes
http://www.aduana.gob.ec/archivo/S351_2010.pdf
- Requisitos para obtener la patente municipal
<http://www.elemprendedor.ec/obtener-patente-municipal>
<http://mallecoemprende2005.blogspot.com/2005/08/asociatividad-es-un-mecanismo-de.html>
- Seminario sobre la Economía de Solidaridad. Disponible en
<http://www.luisrazeto.net>
- Economía popular y movimientos populares
http://www.riless.org/investigadores_desarrollo.shtml?x=24601
- “La sostenibilidad de los emprendimientos de la economía social y solidaria”
<http://www.riless.org/otraeconomia/>
- GOMEZ José Manuel, Fundamentos del Comportamiento Humano, (en línea), EDICIONES ENCUETRO, Madrid 2005 Disponible en:
<http://books.google.com.ec/books?id=mJEoHpSjYC&printsec=frontcover&dq=recursos+humanos&source>
<http://www.puromarketing.com/13/12498/condiciones-necesarias-para-ofrecer-servicio-calidad.html>

GLOSARIO

Producción: Hace referencia a la acción de generar (entendido como sinónimo de producir), al objeto producido, al modo en que se llevó a cabo el proceso o a la suma de los productos del suelo o de la industria.

Comercialización: Conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean.

Competitividad: Es la capacidad de una empresa u organización de cualquier tipo para desarrollar y mantener unas ventajas comparativas que le permiten disfrutar y sostener una posición destacada en el entorno socio económico en que actúan.

Productividad: Es la capacidad o el nivel de producción por unidad de superficies de tierras cultivadas, de trabajo o de equipos industriales.

Marketing: Analiza la gestión comercial de las empresas con el objetivo de captar, retener y fidelizar a los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades.

Distribución: Es el proceso que consiste en hacer llegar físicamente el producto al consumidor. Para que la distribución sea exitosa, el producto debe estar a disposición del potencial comprador en el momento y en el lugar indicado.

Autonomía: proceso en el cual la organización interna de un sistema, generalmente de tipo abierto, aumentará de complejidad sin la necesidad de ser guiado por ningún agente externo.

Patrocinador: Dícese de la persona o entidad que, con fines generalmente publicitarios, sufraga los gastos de una competición, programa o empresa.

Costos: Costo o coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del costo más el beneficio).

Mercadotecnia: La mercadotecnia implica el análisis de la gestión comercial de las empresas. Su intención es retener y fidelizar a los clientes actuales que tiene una organización, mientras que intenta sumar nuevos compradores.

Rentabilidad: Es una relación entre los recursos necesarios y el beneficio económico que deriva de ellos.

Asociatividad: La asociatividad debe ser una herramienta utilizada por la pequeña y mediana empresa para enfrentar la globalización.

Hipoteca: Una hipoteca es un contrato mediante el cual se toma como garantía de un crédito a un bien que generalmente lo constituye un inmueble. El bien permanece en manos del propietario mientras este cumpla con sus obligaciones; en caso contrario, el acreedor puede realizar la venta del bien para cobrar el dinero que prestó.

Capital social.- Conjunto de normas, redes y organizaciones construidas sobre relaciones de confianza y reciprocidad, que contribuyen a la cohesión, el desarrollo y el bienestar de la sociedad, así como a la capacidad de sus miembros para actuar y satisfacer sus necesidades de forma coordinada en beneficio mutuo.

Entorno sociopolítico.- Es donde un individuo humano vive con determinadas condiciones de vida, condiciones de trabajo, nivel de ingresos, nivel educativo, esto determinado o relacionado a los grupos a los que pertenece.

ABREVIATURAS

MTPE: Ministerio de trabajo y promoción

PYMES: Pequeñas y medianas empresas

INEM: Instituto Ecuatoriano de normalización

RUC: Registro Único de contribuyentes

SRI: Servicios de Rentas Internas

RISE: Régimen impositivo simplificado Ecuatoriano

SECAP: Servicio Ecuatoriano de capacitación profesional

BNF: Banco Nacional de Fomento

MIES: Ministerio de Inclusión Económica y Social

IEEPS: Instituto Ecuatoriano de Economía Popular y Solidario

VAN: Valor Actual Neto

TIR: Tasa de Retorno Interno.

FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

MIPRO: Ministerio de Industrias y Productividad.

IESP: Instituto de Economía Popular y Solidaria.

ANEXOS

ANEXO # 1 Modelo de encuestas a posibles clientes



UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA INGENIERÍA EN DESARROLLO
EMPRESARIAL



ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DEL CANTÓN PLAYAS Y POSORJA

Objetivo: Determinar cuál es el grado de aceptación que pueda tener el producto artesanal elaborado a base de hilo.

1. ¿Qué edad tiene?

- a.- 18-25
- b.- 25-35
- c.- 35-45
- d.- 55 en adelante

2. ¿Utiliza bolsos o carteras?

- a.- Si
- b.- No

3.- ¿Conoce usted, de los bolsos de hilo tejidos a crochet?

- a.- Si
- b.- No

4.- ¿Conoce usted, de Almacenes que vendan o distribuyan carteras de hilo tejidos a crochet?

- a.- Si
- b.- No

5. ¿Cuál es el material de su preferencia al momento de adquirir un bolso?

- a.- Cuero
- b.- Cabuya
- c.- Tela Estampada
- d.- Tejidos a crochet (hilo)

6. ¿Con que frecuencia compra bolsos o carteras?

- a.- Mensualmente
- b.- Trimestralmente
- c.- Semestralmente
- d.- Anualmente

7. ¿Usualmente donde adquiere sus bolsos? Indique el lugar

- a.- Mercado Artesanal
- b.- Almacenes de calzados
- c.- Almacenes de ropa
- d.- Cadenas de ropa y accesorios

8. ¿Aproximadamente cuánto gasta en adquirir bolsos o carteras?

- a.- Menos de \$10
- b.- \$11-\$20
- c.- \$21-\$30
- d.- Más de \$30

9. ¿La calidad del bolso que usted ha adquirido como le calificaría?

- a.- Excelente
- b.- Bueno
- c.- Regular

10. ¿Cuál es el tamaño que prefiere al comprar un bolso o cartera?

- a.- Pequeña
- b.- Mediana
- c.- Grande

11. ¿Le gustaría que en el recinto el Arenal exista una Asociación de Productoras Artesanales que produzca bolsos o carteras de Hilo “cola de rata”?

- a.- Si
- b.- No

12. ¿Le gustaría comprar carteras artesanales que sean confeccionadas con hilo, cola de rata?

- a.- Definitivamente sí
- b.- Indeciso
- c.- Definitivamente no

13.- ¿Cuánto pagaría usted por este tipo de bolso (cartera)?

- a.- \$10-\$15
- b.- \$15-\$20
- c.- \$20-\$30
- Más de 30

ANEXO #2 Modelo de encuestas para el focus group



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA CARRERA INGENIERÍA EN DESARROLLO EMPRESARIAL



Instrucciones: Para contestar este instrumento sírvase marcar con una x el número que corresponde a la alternativa que crea conveniente tomando en cuenta los siguientes parámetros.

Definitivamente si 5

Probablemente si 4

Indeciso 3

Probablemente no 2

Definitivamente no 1

Escoja solo una respuesta, de su aporte depende el éxito del estudio.

1. Información Específica

ÁREAS E INDICADORES	1	2	3	4	5
1. ¿El Objetivo de conformar la asociación, es evitar el comercio informal?					
2. ¿Los socios de la agrupación participan activamente en el fortalecimiento del gremio?					
3. ¿La asociación tiene una filosofía definida?					
4. ¿Se ha ejecutado proyectos de beneficio de la asociación?					
5. ¿Se cumplen con los reglamentos establecidos por la asociación?					
6. ¿El ambiente de trabajo le genera la satisfacción esperada?					
7. ¿Existen líneas jerárquicas concretas?					
8. ¿Conoce lo que es un diseño organizacional?					
9. ¿La comunicación interna es apropiada para la asociación?					
10. ¿Los problemas de la organización se resuelven conjuntamente?					
11. ¿La organización trabaja con eficiencia y eficacia?					
12. ¿Una mejor organización lograría una mayor competitividad de la asociación?					
13.- ¿Participaría e acciones orientadas al desarrollo de la asociación?					

ANEXO # 3 Fotos encuestas a posibles clientes



Fotografiado por: Diana Crespín Crespín

ANEXO # 4 Reunión con las productoras para el focus group



Fotografiado por: Diana Crespín Crespín



Fotografiado por: Diana Crespín Crespín

ANEXO #5 Elaboración de carteras artesanas



Fotografiado por: Diana Crespín Crespín



Fotografiado por: Diana Crespín Crespín

ANEXO # 6 Carta aval para el desarrollo de tesis de la asociatividad de productoras artesanales de carteras de hilo

ANEXO # 7 Nómina de socios que respaldan la propuesta de asociatividad

ANEXO #8 Matriz de verificación o consistencia.

TITULO	TEMA	PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS
<p align="center">PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LAS PRODUCTORAS ARTESANALES DE CARTERAS DE HILO EN EL CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS, 2015.</p>	<p align="center">EFECTO DEL TRABAJO ASOCIATIVO EN LAS ESTRATEGIAS COMPETITIVAS PARA LAS PRODUCTORAS ARTESANALES DE CARTERAS DE HILO EN EL CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS, 2015.</p>	<p align="center">¿QUÉ EFECTO PRODUCE EL PLAN ASOCIATIVO EN LAS PRODUCTORAS ARTESANALES DE CARTERAS DE HILO EN EL CANTÓN PLAYAS?</p>	<p>PROPONER EL PLAN ASOCIATIVO A PARTIR DE UN TRABAJO ASOCIATIVO PARA LAS PRODUCTORAS ARTESANALES DE CARTERAS DE HILO EN EL CANTÓN PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS.</p>	<p>LA PROPUESTA DEL PLAN ASOCIATIVO, PERMITIRÁ EL FORTALECIMIENTO DE LAS MICROEMPRESARIAS ARTESANALES DEDICADAS A LA ELABORACIÓN DE CARTERAS DE HILO EN EL CANTÓN PLAYAS.</p>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Diana Crespin Crespin

ANEXO # 9 Socialización del plan de asociatividad a las productoras artesanas del cantón playas

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES						
N°	ACTIVIDADES	SEMANA 1 3 al 7 de Marzo del 2014	SEMANA 2 10 al 14 de Marzo del 2014	SEMANA 3 17 al 21 de Marzo del 2014	SEMANA 4 3 al 7 de Marzo del 2014	SEMANA 5 24 al 28 de Marzo del 2014
1	Descripción del plan de asociatividad.	X				
2	Beneficios del plan de asociatividad		x			
3	Modelo aplicado para la asociatividad de las Productoras Artesanales de carteras de hilo.			x		
4	Plan de acción				x	
5	Evaluación de la propuesta plateada					x

BNElaborado por: Crespín Crespín Diana