



**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**

**“PLAN DE CAPACITACIÓN PARA LA ASOCIACIÓN DE  
PROPIETARIOS DE COMEDORES 15 DE JULIO DEL  
CANTÓN GENERAL VILLAMIL PLAYAS,  
PROVINCIA DEL GUAYAS.”**

**TESIS DE GRADO**

Previa a la Obtención del título de:

**INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTOR: GABRIEL IGNACIO BOHÓRQUEZ BARRETT**

**TUTOR: ECON. CARLOS MIDEROS ESCALANTE**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2012**

**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

**“PLAN DE CAPACITACIÓN PARA LA ASOCIACIÓN DE  
PROPIETARIOS DE COMEDORES 15 DE JULIO DEL  
CANTÓN GENERAL VILLAMIL PLAYAS,  
PROVINCIA DEL GUAYAS.”**

**TESIS DE GRADO**

Previa a la Obtención del título de:

**INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTOR: GABRIEL IGNACIO BOHÓRQUEZ BARRETT**

**TUTOR: EC. CARLOS MIDEROS ESCALANTE**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

2012

La Libertad, 28 febrero del 2012

### **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, “Plan de Capacitación para la Asociación de Propietarios de Comedores 15 de Julio del Cantón General Villamil Playas, Provincia del Guayas”, elaborado por el Sr. Gabriel Ignacio Bohórquez Barrett, egresado de la Carrera de Administración de Empresas, Escuela de Administración, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniero(a) en Administración de Empresas, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la Apruebo en todas sus partes.

**Atentamente,**

---

**Ec. CARLOS MIDEROS ESCALANTE**

**TUTOR**

## **DEDICATORIA**

Nada podría ser, ni lograr sin la ayuda infinita de Dios Todopoderoso, por su presencia y bendiciones en cada día de mi vida., a mis padres por su incondicional apoyo y confianza pilares fundamentales en todo el transcurso de mi existir, un reconocimiento especial a familiares, amigos y a todas aquellas personas que hicieron posible que este reto lleve a una fructífera realidad, mi gratitud eterna.

## **AGRADECIMIENTO**

Un profundo y sincero agradecimiento a todos quienes conforman la Asociación de Propietarios de comedores 15 de Julio, de manera especial al Sr. Francisco Yagual por contribuir con su tiempo e información para con este proyecto.

Al Ec. Carlos Mideros Escalante por su paciencia, amistad y la debida orientación para la cristalización de este informe. Finalmente agradezco a todos los que de alguna u otra forma me impulsaron a emprender y lograr un éxito más.

**TRIBUNAL DE GRADO**

---

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc  
**DECANA DE FACULTAD**  
**C.C. ADMINISTRATIVAS**

---

Econ. Pedro Aquino Caiche  
**DIRECTOR DE ESCUELA**

---

Ec. Carlos Mideros Escalante, Msc  
**PROFESOR-TUTOR**

---

Ing. Jairo Cedeño Pinoargote, MBA, Msc.  
**PROFESOR DEL ÁREA**

---

Ab. Milton Zambrano Coronado, MSc.  
**SECRETARIO - PROCURADOR**

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**

**PLAN DE CAPACITACIÓN PARA LA ASOCIACIÓN DE  
PROPIETARIOS DE COMEDORES 15 DE JULIO DEL  
CANTÓN GENERAL VILLAMIL PLAYAS,  
PROVINCIA DEL GUAYAS**

Autor: Gabriel Bohórquez Barrett

Tutor: Econ. Carlos Mideros

### **RESUMEN**

El liderazgo, la calidad de servicio y la comunicación integral son elementos vitales dentro de una Asociación para su permanencia dentro del entorno, por consiguiente un pequeño negocio que posea baja calidad de servicio es muy probable que tienda a desaparecer. La presente tesis se realizó en la Asociación de Propietarios de comedores 15 de Julio en la misma detectamos algunas falencias: de asesoramiento y capacitación, desconocimiento de nuevas tendencias en el área en la que se desarrollan, características que permitieron formular el problema de investigación, en referencia al desarrollo de emprendimiento, servicio y atención al cliente los mismos que dieron la pauta para la elaboración de un plan de capacitación. El objetivo de la tesis se centra en mejorar, capacitar e incrementar nuevas tendencias para optimizar la calidad de atención y servicio al cliente, para ello se recurrió a un trabajo teórico y práctico. Para argumentar el problema de investigación; se fundamenta la hipótesis que se formuló de la siguiente manera: Un plan de capacitación en la Asociación de Propietarios de comedores 15 de Julio en General Villamil Playas, contribuirá a que los microempresarios de la localidad maximicen ganancias en sus negocios y logren un crecimiento y desarrollo de la Asociación. La investigación es tipo descriptiva, analítica y con propuesta; la Población quedó definida por 75 miembros; se usó la técnica de entrevista y encuesta; para el procesamiento y análisis se usó los métodos del marco lógico, deductivo, descriptivo y analítico, llegando a determinar que la Asociación requiere y necesita de una propuesta para mejorar la calidad de servicio, para posicionarse en el medio y aumentar su rentabilidad.

## ÍNDICE GENERAL

	<b>Pág.</b>
PORTADA	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
TRIBUNAL DE GRADO	v
RESUMEN	vi
INDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	x
ÍNDICE DE CUADROS	xi
ÍNDICE DE ANEXOS	xii
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>GENERALIDADES DE LA CAPACITACIÓN</b>	
<b>1.1.Importancia y Desarrollo de la Capacitación.</b>	<b>2</b>
1.1.1. Antecedentes históricos de la capacitación.	2
1.1.2. Evolución de la capacitación.	7
1.1.3. Definiciones de la capacitación.	8
1.1.4. Tipos de capacitación.	11
1.1.5. Modalidades de la capacitación.	12
1.1.6. Niveles de capacitación.	13
1.1.7. Determinación de necesidades de capacitación.	14
1.1.8. La planeación de la capacitación.	19
<b>1.2. Aspectos y Características de la Capacitación.</b>	<b>20</b>
1.2.1. Aprendizaje.	20
1.2.2. Tipos de errores en los sistemas de capacitación.	24
1.2.3. Proceso de la capacitación.	25



1.2.4. Determinando la efectividad de la capacitación.	27
<b>1.3.Aspectos y Características de la Pequeña y Mediana Empresa.</b>	<b>28</b>
1.3.1. El proceso de las necesidades.	28
1.3.2. Problemáticas de las pequeñas empresas.	31
1.3.3. La pequeña y mediana empresa como opción para incrementar el empleo productivo.	32
1.3.4. Esquema de desarrollo de las pequeñas empresas.	33
1.3.5. El emprendedor y las pequeñas empresas.	34
1.3.6. El líder dentro de las pequeñas empresas.	35
<b>1.4.Concepto de las Asociaciones.</b>	<b>38</b>
1.4.1. ¿Qué son las Asociaciones?	38
1.4.2. Estatutos.	40
1.4.3. Órganos de las Asociaciones.	41
1.4.4. El papel del movimiento asociativo: los grupos de autoayuda.	41
 <b>CAPÍTULO II</b>	
<b>Características De La Investigación.</b>	
2.1. Metodología De La Investigación.	<b>43</b>
2.1.1. Diseño de la Investigación.	43
2.1.2. Modalidad de la Investigación.	45
2.1.3. Tipos de Investigación.	45
2.1.4. Población y muestra.	48
2.1.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	48
2.1.6. Procedimiento de la investigación.	50
2.1.7. Operacionalidadde las variables.	50
<b>2.2 Análisis e Interpretación de Resultados.</b>	<b>55</b>

**CAPÍTULO III**

**PROPUESTA DE PLAN DE CAPACITACIÓN PARA LA ASOCIACION  
DE PROPIETARIOS DE COMEDORES 15 DE JULIO DELCANTON DE  
GENERAL VILLAMIL PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS.**

<b>3.1. Servicios de la capacitación</b>	<b>69</b>
3.2. Identificación de los principales problemas.	75
3.3. Desarrollo de planes de comunicación integral.	76
3.4. Capacitación en liderazgo.	77
3.5. Desarrollo empresarial (del empresario).	79
3.6. Organización.	80
3.7. Dirección.	82
3.8. Control.	83
3.9. Dirección comercial.	84
3.10. Calidad del Servicio.	86
3.11. Capacitación en ventas.	87
3.12. Capacitación de Gestión de servicios de ventas.	89
3.13. Presupuesto, costo y financiamiento.	91
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.</b>	<b>93</b>
<b>BIBLIOGRAFIA.</b>	<b>95</b>
<b>ANEXOS.</b>	<b>103</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

		<b>Pág.</b>
Gráfico 1.	Método de los cuatro pasos.	5
Gráfico 2.	Gráfico Interés de formación técnica.	55
Gráfico 3.	Gráfico de aceptación de conocimientos a los miembros de la asociación.	56
Gráfico 4.	Gráfico grado de participación en cursos de capacitación	57
Gráfico 5.	Gráfico de las necesidades de capacitación y formación.	58
Gráfico 6.	Gráfico de las áreas de capacitación a reforzar.	59
Gráfico 7.	Gráfico de la Identificación de las necesidades.	60
Gráfico 8.	Gráfico de aceptación de sugerencia de los clientes.	61
Gráfico 9.	Gráfico del desempeño del servicio del negocio.	62
Gráfico 10.	Gráfico del margen de ganancias del negocio.	63
Gráfico 11.	Gráfico de las necesidades de capacitación para el servicio de ventas.	64
Gráfico 12.	Gráfico de competencia dentro del entorno.	65
Gráfico 13.	Gráfico frecuencia de cursos de capacitación importantes.	66
Gráfico 14.	Gráfico de curso de la capacitación ajustado a horario de trabajo.	67

## ÍNDICE DE CUADROS

		<b>Pág.</b>
Cuadro 1.	Cuadro del tamaño de la población	48
Cuadro 2.	Cuadro de la operacionalidad de las variables Dependientes	51
Cuadro 3.	Cuadro de la operacionalidad de las variables Independientes	52
Cuadro 4.	Cuadro Interés de formación técnica.	55
Cuadro 5.	Cuadro de aceptación de conocimientos a los miembros de la asociación.	56
Cuadro 6.	Cuadro grado de participación en cursos de capacitación	57
Cuadro 7.	Cuadro de las necesidades de capacitación y formación.	58
Cuadro 8.	Cuadro de las áreas de capacitación a reforzar.	59
Cuadro 9.	Cuadro de la Identificación de las necesidades.	60
Cuadro 10.	Cuadro de aceptación de sugerencia de los clientes.	61
Cuadro 11.	Cuadro del desempeño del servicio del negocio.	62
Cuadro 12.	Cuadro del margen de ganancias del negocio.	63
Cuadro 13.	Cuadro de las necesidades de capacitación para el servicio de ventas	64
Cuadro 14.	Cuadro de competencia dentro del entorno.	65
Cuadro 15.	Cuadro de frecuencia de cursos de capacitación importantes.	66
Cuadro 16.	Cuadro de curso de capacitación ajustado a horario de trabajo.	67
Cuadro 17.	Cuadro de Costo unitario por un día de capacitación.	91
Cuadro 18.	Cuadro de Presupuesto total de la capacitación.	92

**ÍNDICE DE ANEXOS.**

		<b>Pág.</b>
<b>Anexo 1</b>	Formato de Entrevistas	104
<b>Anexo 2</b>	Formato de Encuestas	112
<b>Anexo 3</b>	Estatutos de la asociación de propietarios de comedores de 15 de Julio	115
<b>Anexo 4</b>	Fotografías	128

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación denominado: “Plan de Capacitación para la Asociación de Propietarios de Comedores 15 de Julio del Cantón General Villamil Playas, Provincia Del Guayas”; es una propuesta para la actual Asociación, que de ponerse en marcha, mejorará significativamente su actual gestión.

La presente tesis, está dividida en 3 capítulos, en donde desarrollaremos el tema de la investigación, el marco teórico y los modelos a seguir con sus respectivas definiciones conceptuales.

De igual forma se presenta el marco metodológico, en el que se menciona el tipo y diseño de investigación realizada, la población, métodos, técnicas e instrumentos de investigación, hipótesis, la operacionalidad de las variables métodos de análisis e interpretación de resultados obtenidos por cada instrumento, se analizan y se interpretan.

Así mismo se desarrolla la propuesta de investigación, donde se presenta como primer punto el diseño teórico, la base teórica y el esquema del modelo propuesto.

El ultimo capítulo comprende la propuesta de la investigación que está comprendida por los 10 módulos de la capacitación y de igual manera la duración de cada uno de estos módulos que vienen consecutivamente del plan de capacitación.

Finalmente se presentan las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y los anexos.

## **CAPÍTULO I**

### **GENERALIDADES DE LA CAPACITACIÓN**

#### **1.1.IMPORTANCIA Y DESARROLLO DE LA CAPACITACIÓN.**

##### **1.1.1. Antecedentes Históricos de la Capacitación.**

Para determinar de qué manera se desarrollaron los primeros tipos de entrenamiento, basta detenernos en una etapa de la historia y precisar cómo trabajaron las personas en tiempos remotos, esto lo podemos observar en los monumentos arquitectónicos que aún existen, tales como las pirámides de Egipto, las de Teotihuacán o las ruinas del Perú, entre otros, los mismos nos permiten inferir que para su construcción se tuvo que haber movilizado a un gran contingente de personas con diferentes oficios, pues en las obras se incluyen trabajos de albañilería, carpintería, pintura, escultura y arquitectura.

##### **Los Talleres**

En la antigüedad (año 2100 a.c, la alfabetización<sup>III</sup>) se limitaba a ciertos sectores sociales y la única manera que había de comunicar los conocimientos era mediante la transmisión verbal de generación en generación. De esta forma se iba entrenando a familias completas que se especializaban en algún oficio o actividad. Consecuentemente el llegar a ser un maestro reconocido se tornó muy difícil.

##### **Los Gremios**

Los gremios en si constituyen la primera forma del concepto de empresa y dan origen también a las agrupaciones de trabajadores, fueron creados para proteger sus intereses y en la actualidad los conocemos como sindicatos: dentro de ellos surgieron reglamentación como la limitación en el número de aprendices y la

cantidad y calidad de trabajo que se debía realizar de acuerdo con el sistema básico de remuneración. Los gremios estaban formados por grupos de personas unidas por intereses comunes y en ellos destacaban la ayuda mutua. Para que se pudiera formar un gremio era necesaria la participación de tres elementos:

**Maestro**, quien transmite las habilidades y los conocimientos por medio de la instrucción directa. Y era propietario de la herramienta y la materia prima para el conocimiento.

**Aprendices**, quienes reciben el entrenamiento que les proporcionaba el maestro, sin ningún beneficio económico, a quienes únicamente se les daba comida y alojamiento, y la oportunidad de aprender el oficio en cuestión.

**Oficiales**, quienes ya habían recibido entrenamiento, aun cuando no eran capaces todavía de desempeñar un oficio con la eficacia requerida.

Esta forma de organización se puede ejemplificar en la manera como trabajo Leonardo da Vinci entre los siglos XV y XVI; él era el maestro, tenía a sus aprendices y les enseñaba gradualmente el oficio; es decir en cada uno de ellos iba perfeccionando una habilidad. Así, unos empezaban a preparar telas, otros pinceles, otros más, pigmentos; conforme avanzaba su conocimiento o dominio de la técnica, podían trabajar de modo más cercano a maestro.

Este mismo proceso se aplicaba en todas las actividades: Escultura, herrería, agricultura y comercio. Más tarde, conforme los mercados fueron expandiéndose, se requirió más maquinarias y materiales, lo que a su vez demandó mayor inversión por parte de los maestros. Esta condición, por supuesto, imponía, a los trabajadores limitaciones para convertirse en maestros. La necesidad de los trabajadores de instalar sus propios talleres dio como resultado la creación de gremios de trabajadores especializados.



Este fenómeno fue propiciado también por los maestros, quienes al ver que se establecían nuevos talleres hicieron los suyos más exclusivos y demandaron además, mayor habilidad en la mano de obra que contrataban.

Por otra parte, en el contexto socioeconómico, previo a la revolución industrial, la capacitación constituyó más que un hecho educativo, una fórmula para controlar los secretos de los diferentes oficios con el propósito básico de proteger intereses económicos y de estatus social de artesanos y comerciantes. Como resultado surgieron los gremios a los que hemos hecho referencia y las asociaciones cuyas metas fueron proteger a quienes ejercían algún oficio o especialidad, por la que establecieron mecanismos de control de privilegios económicos-sociales, traducidos en estrictas reglamentaciones para la afiliación y en normas de calidad en la ejecución de trabajos para poder pasar a una mayor categoría.

Con la Revolución Industrial, la capacitación se transformó además aparecieron nuevos objetivos y métodos; por ejemplo, después de la aparición de los telares en Inglaterra, se pedía la participación de las personas para que pudieran trabajar en una sola actividad; es decir tenían a su cargo una parte del proceso de fabricación y lo realizaban; lo único que se hacía era entrenarlos en una tarea del proceso y no en todas las actividades. Esto fue lo que provocó la Revolución Industrial, junto con los problemas de índole obrero-patronal y la explotación de los trabajadores.

En la medida en que los empresarios fueron adquiriendo un mayor número de nociones relativas a crecimiento y desarrollo, fueron entrenando a los trabajadores no solo en la tarea que tenían que realizar; sino también en otro tipo de actividades, de manera de estos empezaron a participar más en el proceso que se estaba llevando a cabo. Aparece entonces la fabricación en serie y, en consecuencia, los especialistas en determinado tipo de actividades del proceso productivo. Este cambio en los objetivos y métodos en la capacitación se debió a

que la industrialización propicio una gran demanda de mano de obra capacitada para realizar las tareas y el manejo de las nuevas máquinas lo exigía. Posteriormente, a partir de la Primera Guerra Mundial (1914-1918) se tuvo que entrenar a las personas no solo en la actividad que realizaban en su vida cotidiana y civil, sino que se requirió capacitarias masivamente en distintos tipos de actividades y sobre todo en las bélicas, las cuales resultaban extrañas para muchas de ellas. Durante esta etapa la mujer volvió a desempeñar un papel muy relevante en la industria, debido a que los hombres jóvenes y en edad productiva partieron a la guerra. A consecuencia de ella, la capacitación se transformó de nuevo; las jornadas de trabajo sufrieron un cambio pues había toques de queda, la producción disminuía y surgió la necesidad de elaborar productos en forma clandestina.

Durante la Primera Guerra Mundial se utilizó la primera prueba de inteligencia (Army-Beta). Como estrategia para incrementar la eficiencia de los grupos. En Estados Unidos de América se desarrolló una nueva fórmula que modificó sustancialmente la eficiencia y el costo de la capacitación, formula que se conoce como el “método de los cuatro pasos”.

**Figura #1. Método de los cuatro pasos**



**Fuente: Como diseñar un plan de negocios Friend Graham**

**Elaborado por: Gabriel Bohórquez**

En estos pasos se expresan claramente los principios fundamentales del aprendizaje en los adultos. Debemos considerar que el adulto aprende si se toman en cuenta los factores siguientes:

**Motivación.** Los adultos aprenderán aquello que les servirá para resolver problemas inmediatos.

**Ejercitación.** Lograr el aprendizaje el cual requiere la participación activa del sujeto.

**Estímulos apropiados.** La presentación detallada de la actividad por aprender, acompañada de breves explicaciones al respecto, permite un aprendizaje eficiente.

### **Escuelas Industriales.**

Según StefanZehle (2008) Manifiesta:

Con el crecimiento de la industria, la capacitación adquirió importancia, pues paso de la etapa en que solamente compartía un secreto dentro de un proceso, a la etapa de una sistematización de la enseñanza. En consecuencia, surge una nueva forma de entrenamiento representada por las escuelas industriales, entre las que se encuentra Hoe y Cia. (1872), Westhingham (1868). General Electric e Internacional Hervester (1907). En forma paralela se desarrolla el entrenamiento mediante instituciones como la Asociación Cristiana de Jóvenes YMCA-(1892), la Sociedad Nacional para la Promoción de la Educación industrial, la asociación Nacional de Escuelas Privadas (1914) y la American ManagmentAssociation (1923). Pág. # 77

Desde 1920 a la fecha la capacitación ha sufrido una evolución continua, y en el ámbito laboral de las organizaciones se reconocen y aceptan los beneficios que de esta se derivan. Los gobiernos también han tomado en cuenta su existencia y han establecido mecanismos legales y operativos que se encargan de este elemento tan importante para todo ser humano.

La reglamentación de este tipo de aprendizaje de trabajo se remonta hacia el año de 1700 A.C. cuando tales reglas y procedimientos fueron incluidos en el código Hammurabi (Babilonia).

### **1.1.2. Evolución de la Capacitación.**

En los últimos años las organizaciones prestadoras de servicios se han preocupado y tomado conciencia de la gran necesidad que existe en la capacitación, entrenamiento, adiestramiento y desarrollo de sus empleados o trabajadores principalmente en los siguientes factores:

- El mejoramiento de la calidad de vida.
- El incremento de la Productividad.

Cada empresa u organización manejan diferentes conceptos de capacitación, adiestramientos, entrenamientos y desarrollo, donde ponen en acción su mejor utilización en uno u otro sentido. En la realidad sabemos que la capacitación constituye un tipo de forma educativa extraescolar, donde los individuos dentro de las organizaciones se les brindan la oportunidad de incrementar sus habilidades, conocimientos, aptitudes para superarse profesionalmente como persona mostrando de esta forma una mejor calidad laboral.

La capacitación auxilia los miembros dentro de una organización a desempeñar su trabajo actual con conocimiento, sus beneficios pueden prolongarse para toda su vida laboral y ayudar en el desarrollo de la persona para cumplir futuras responsabilidades.

Según WilliamB. W, Jr (2005), menciona: “la capacitación del empleado consiste en darles los conocimientos, aptitudes y habilidades que requieren para lograr un desempeño satisfactorio. Las tecnología en rápido cambio requieren que el individuo afinen de manera continua sus capacidades.”Pág. #35.

El capital humano proporciona capacidades y ventajas en una organización, ayudando a desarrollar habilidades y aptitudes en cada individuo, por lo tanto, hoy en día los empresarios con más éxito han tomado conciencia de

la relación estrecha que existe entre la productividad y el factor humano, aquellos que saben que un empleado motivado produce más que uno que no lo está.

Por estas razones, las estrategias de motivación, reconocimiento y recompensas a los individuos, se han convertido en herramientas indispensables para incrementar la productividad de las asociaciones y enfrentar la competencia en el medio en donde se desenvuelvan.

La capacitación en todos los niveles constituye una de las mejores inversiones en recursos humanos y una de las principales fuentes de bienestar para el personal de toda organización, ya que esta ayuda a mejorar la productividad, el ambiente laboral, y a definir en qué áreas se debe implementar capacitación y desarrollo dependiendo de las necesidades de la asociación.

Viéndolo desde otra perspectiva, nuestra condición de país en vías de desarrollo, nos coloca en una situación compleja, en la que el gasto y la inversión en capacitación se ven limitados, poniendo toda la atención en otras necesidades que desde su punto de vista parecen más importantes. En la actualidad encontramos también empresarios que no valoran la misión que cumple la capacitación y desarrollo para el trabajo, ya que no le dan la importancia necesaria o debida, observando que literalmente se encuentra marginados en el mercado por la competencia ya sea por la tecnología, el servicio al cliente, la capacidad directiva, entre otras más.

### **1.1.3. Definiciones de la Capacitación**

Pese a que el aprendizaje es un proceso intrínseco al hombre y la base del proceso de la civilización, no es sino hasta el inicio de la revolución industrial, que el fenómeno de la capacitación para el trabajo tiene un desarrollo acelerado; ha sido producto del impacto del avance tecnológico que genera la necesidad de producir mano de obra especializada y dirigentes empresariales de primera.

Basta mencionar los conocimientos adquiridos por el hombre en miles de años se duplicaron en ciento cincuenta años (1750 – 1930) y nuevamente se duplicaron en los siguientes cincuenta años. Situación repetida en proporción geométrica, de manera tal a la fecha, la magnitud de conocimiento parece no tener límite.

En el pasado, los integrantes de las civilizaciones transmitían sus conocimientos en forma directa. Una persona experimentada proporcionaba la información necesaria para desarrollar algún oficio, aun novato que, después de un largo periodo, podía hacerse cargo de un puesto de trabajo.

Según Julio Alberto Cabrera Rodríguez (2005) dice:

“La tendencia es que las organizaciones se conviertan en comunidades de aprendizaje que lo generen lo conserven y lo traduzcan en acciones de valor agregado. La sobrevivencia en el mundo global y competitivo depende, en estos momentos, de la inversión que hagan las empresas en intangibles, como innovación tecnológica, organización flexible y desarrollo del capital humano, así la utilización del conocimiento apropiado se convierte en la principal fuente de ventaja competitiva.” Pág. #57

La capacitación se utiliza con frecuencia de manera casual para referirse a la generalidad de los esfuerzos iniciados por una organización para impulsar el aprendizaje de sus miembros para crear estrategias y reforzar sus actividades.

Sin embargo, muchos expertos distinguen entre capacitación, que tiende a considerarse la manera más estrecha y a orientarse hacia cuestiones de desempleo de corto plazo, y desarrollo, que se orienta a la expansión de las habilidades de una persona en función de las responsabilidades futuras.

#### **Definiciones de otros autores:**

Según José Manuel García López (2009):

.Capacitar presupone una relación de Instrucción y aprendizaje  
.Aprendizaje es lo instruido que el individuo incorpora a su conducta.  
.Por lo tanto: Aprender es modificar la conducta en el sentido de lo que se instruyó aunque no siempre enseñar (Punto de vista del instructor), significa aprender (Punta de vista del aprendiz). Pág.#18

Capacita a los individuos para que estén instruidos a un puesto de mayor responsabilidad que se desempeñe con eficiencia y eficacia.

La razón fundamental de todas estas definiciones es que capacitar es darles los conocimientos, aptitudes y habilidades que requieren para lograr un desempeño empresarial y personal satisfactorio.

Todo humano necesita aprender para poder llevar a cabo las misiones encomendadas y evitar los riesgos inherentes a las actividades a realizar, de ahí la debida capacitación para adiestrarse y actualizarse periódicamente, para que su productividad sea la adecuada para su economía.

La capacitación es uno de los procedimientos utilizados por las empresas para llevar a cabo sus fines organizativos. Puede dirigirse hacia objetivos intermedios, como reducción de quejas y mejora de la calidad o reducción de accidentes.

La capacitación comprende ahora en la mayoría de las industrias todas las actividades que van, desde la adquisición de una sencilla habilidad motriz, hasta el desarrollo de un conocimiento técnico complejo, la dotación de actitudes administrativas muy elaboradas, y la evaluación de actitudes referentes a problemas sociales complicados y discutibles.

Cuando un empleado o una persona se siente adecuadamente capacitado, tiene la oportunidad para derivar sobre su vida la satisfacción máxima nacida de su trabajo en una fábrica, organización, establecimiento u oficina lo que formara un círculo beneficioso.

Es evidente que una persona se desempeña mejor en su labor cuando se siente cómoda, segura y estable en consecuencia ocurrirán menos accidentes y aumentará la productividad todo ello producto de una excelente y óptima capacitación.

El interés de una persona en la capacitación no se relaciona solamente con la obtención de los altos objetivos de la dirección, sino que además, es un asunto eminentemente personal, al llevar a cabo prácticas de mejoramiento continuo que tiendan al desarrollo de una cultura de calidad.

#### **1.1.4. Tipos de Capacitación**

##### **Capacitación inductiva.**

Según Sabino Ayala (2006) manifiesta que “Es aquella que se orienta a facilitar la integración del nuevo colaborador, en general como a su ambiente de trabajo, en particular”. Pág. # 55.

La capacitación inductiva pretende orientar al nuevo colaborador, procurar que se integre fácilmente al ambiente laboral de la Asociación.

##### **Capacitación Preventiva.**

Según Sabino Ayala (2006), declara que “Es aquella orientada a prever los cambios que se producen en el personal, toda vez que su desempeño puede variar con los años, sus destrezas pueden deteriorarse y la tecnología hacer obsoletos sus conocimientos” Pág. #55.

Esta capacitación tiene por objeto la preparación del personal para enfrentar con éxito una nueva metodologías de trabajo, tecnología o la de formar nuevos equipos llevando una buena relación al proceso de desarrollo de la Asociación.



### **Capacitación Correctiva.**

Como su nombre lo indica, está orientada a solucionar “problemas de desempeño”. En tal sentido, la fuente de información original es la evaluación del desempeño así como también el estudio de diagnóstico de las necesidades dirigido a identificarlos y poder determinar cuáles son factibles de solución a través de la capacitación.

### **Capacitación para el desarrollo de la carrera.**

Según Sabino Ayala (2006), declara “Estas actividades se asemejan a la capacitación preventiva, con la diferencia de que se orientan a facilitar que los colaboradores puedan ocupar una serie de nuevas o diferentes posiciones en la empresa, que impliquen mayores exigencias y mayores responsabilidades.” Pág. #56.

Esta capacitación tiene por objeto la de elevar la productividad presente de los colaboradores, a la vez para prepararlos para un futuro diferente a la situación actual en el que la organización pueda diversificar sus actividades.

#### **1.1.5. Modalidades de la Capacitación.**

Los tipos de capacitación los cuales hemos establecido pueden desarrollarse mediante las siguientes modalidades:

#### **Formación.**

Su propósito es impartir los conocimientos básicos como de apertura a proporcionar una visión amplia que se relacione con el desenvolvimiento de los participantes.

## **Actualización**

Se orienta a proporcionar los conocimientos y experiencias derivados de recientes avances científicos y tecnológicos de una determinada actividad.

## **Especialización.**

Orienta a la profundización y el dominio de los conocimientos y las experiencias a al desarrollo de habilidades, con respecto a una aérea determinada de actividad.

## **Perfeccionamiento.**

Propone completar, ampliar o también desarrollar el nivel de conocimiento y experiencias, a fin de potenciar el desempeño de funciones técnicas, profesionales, directivas o de gestión.

## **Complementación.**

El propósito de complementación es reforzar la formación de un colaborador que maneja solo parte de los conocimientos o habilidades demandados por su puesto y requiere alcanzar el nivel que este exige.

### **1.1.6. Niveles de Capacitación**

Según lo tratado anteriormente, la capacitación puede darse en los siguientes niveles:

#### **Nivel Básico**

Este nivel se orienta a personas o grupo de personas que se inicia en el desempeño de una ocupación o área específica en la empresa u organización.

Este nivel tiene por objeto proporcionar información, conocimientos y habilidades esenciales requeridos para el desempeño en la ocupación.

### **Nivel Intermedio.**

Este nivel se orienta al personal que requiere profundizar los conocimientos y experiencias en una ocupación determinada o en un aspecto de ella. Tiene como objeto el de ampliar conocimiento y perfeccionar habilidades con relación a las exigencias de especialización y mejor desempeño en la ocupación.

### **Nivel Avanzado.**

Este nivel se orienta a personal que requiere obtener una visión más profunda sobre un área de actividad o un campo relacionado con esta.

Su objeto es preparar cuadros ocupacionales para el desempeño de tareas de mayor exigencia y responsabilidad dentro de la empresa u organización.”

#### **1.1.7. Determinación de las Necesidades de la Capacitación.**

Según Sabino Ayala(2006), manifiesta que:

“Constituye la función inicial y estratégica, que consiste en diagnosticar las necesidades de capacitación de los colaboradores, estableciendo las necesidades de acuerdo a ciertos factores como por ejemplo la innovación tecnológica, la reducción de mano de obra, turnos de trabajo y secciones administrativas entre otros”. Pág. #61.

La determinación de las necesidades de capacitación, es una responsabilidad del área del talento humano, quien coordina con los jefes administrativos o en su defecto líderes o dirigentes para priorizar y determinar estas necesidades, por otra parte tiene la responsabilidad de utilizar diversos

medios, como por ejemplo la de contar con la asesoría de especialistas para tener una mejor percepción de los problemas provocados por la carencia de capacitación que tendría una organización o Asociación.

El éxito o fracaso de los programas de capacitación está muy relacionado con la forma en que se desarrolle esta importante etapa del proceso.

Dentro de los muchos problemas fundamentales que debe abordar la capacitación es poder subsanar la discrepancia entre lo que se tiene (Situación Actual) y lo que se debería ser (situación deseada).

El diagnóstico está orientado para identificar este desfase de las asociaciones u organizaciones.

Para ello se debe identificar aquellas variables de mayor interés y analizar todos los factores que están interviniendo en la situación identificada como problema por resolver.

Se señalaba la necesidad de ubicar el problema del grupo en el contexto particular en el que se desenvuelve y que estos participen activamente en la identificación de las necesidades de capacitación, para que logren realmente interiorizar los contenidos y puedan posteriormente visualizar la potencialidad de los conocimientos adquiridos en función de su propia realidad cultural, política, económica, etc.

Según Alfonso Silíceo Aguilar (2006) dice que “Toda acción de capacitación que se emprenda, debe responder a las necesidades identificadas, se debe recordar que la capacitación solo cobra sentido en el contexto de los objetivos de la organización y de los grupos destinatarios.” Pág. #26.

Precisamente en esta etapa en que la capacitación juega un papel importante, pues debe guiar el proceso de tal manera que se logre los objetivos propuestos en la investigación y los objetivos propuestos por la organización. Para ello se requiere de una acción visionaria, de experiencia y de un conocimiento lo más exhaustivo dentro y fuera de la organización.

Según Alfonso Silíceo Aguilar (2006) determina que:

La identificación de las necesidades de capacitación debe ser complementada con un análisis o caracterización de los actores involucrados en los procesos de las situaciones detectadas como problemas. Para ello deben considerarse variables como el nivel educativo, la instrucción recibida formal, o informal, la edad, la ocupación actual, etc. Pág. #26.

Ahora una vez considerada estas variables es preciso diferenciar entre la situación actual y la situación deseada delimitada del espacio deben cubrir un programa de capacitación.

Según José Rigoberto Rivera, (2008). La evaluación de las necesidades permite establecer un diagnóstico de los problemas actuales y de los desafíos futuros que es necesario enfrentar mediante el desarrollo a lo largo plazo. Los cambios en el ambiente externo. Por ejemplo, pueden convertirse en fuentes de nuevos desafíos.” Pág. # 56.

Este último permite determinar si la capacitación permite superar algún problema: por ejemplo, el bajo rendimiento en su lugar de trabajo. Una necesidad de capacitación generalmente se detecta por medio de los siguientes problemas:

- . Baja productividad de personal.
- . Baja calidad del trabajo
- . Comunicaciones deficientes
- . Exceso de errores
- . Elevado número de accidentes
- . Averías frecuentes en los equipos

Dentro de la determinación de problemas y dentro de los más frecuentes que determina este marco contextual de la guía la capacitación representa un costo para las organizaciones o para las empresas que requieren aplicarlas por lo que no puede verse aislada de los objetivos de esta, lo que conduce al análisis económico del problema para determinar su magnitud. Sus efectos, el costo de su solución y el beneficio económico que representa su atención. Se debe comparar el dinero invertido en el entrenamiento, con el valor monetario del retorno. Sin embargo si el diagnóstico de la necesidad se hizo detalladamente y si se evalúa el desempeño posterior a la capacitación, observándose en el podríamos decir que las organizaciones saldrían beneficiadas.

En síntesis, el responsable de la capacitación debe tener muy claro los objetivos y metas de la organización-asociación para identificar con mayor certeza, aquellas necesidades de capacitación que se deben cubrir, como requisito para que estas logren lo propuesto a un costo razonable.

### **Determinación de las alternativas de Solución a las necesidades.**

Una puesta en claro y definidas las necesidades en función de los requisitos hacia grupo meta que se quiera lograr, el instructor o facilitador deberá conseguir esas necesidades en los objetivos por alcanzar.

Siempre existirán diferentes alternativas para abordar la solución de un problema. Dentro de los procesos de capacitación existen modalidades, contenidos, técnicas, costos, etc. El instructor o facilitador deberá tomar la dirección de las alternativas más adecuadas.

### **Selección de medios y procedimientos.**

Aquí incluyen la Justificación, objetivos, determinación de los contenidos, selección de la metodología, recursos, la identificación y selección de los

participantes (Asociación), identificación y selección del instructor o el facilitador, la elaboración del programa de la actividad. (Fecha, horario, duración, elaboración y selección de material, el apoyo logístico y administrativo).

### **Implantación o puesta en marcha del programa de capacitación.**

Dentro de la ejecución o puesta en marcha del programa debe haber una coordinación efectiva y eficiente entre la dirección efectiva y eficiente entre la dirección de la actividad. Debe haber la buena calidad y la realización oportuna de todas las actividades, de esta manera constituyen factores críticos para el alcance de los objetivos propuestos.

El Instructor y el coordinador deben vigilar que todo resulte de acuerdo a lo planeado, pues es el que en primera y última instancia, es el responsable de la actividad durante todo el proceso de la capacitación. Debe incorporar las medidas correctivas, en el caso necesario en el desarrollo de la capacitación pues pueden presentarse imprevistos.

### **Evaluación de la eficiencia de la Capacitación.**

La evaluación de una actividad de capacitación debe ser realizada en diferentes momentos:

- . En forma previa a la capacitación.
- . Al finalizar el proceso de la capacitación
- . Durante el trabajo de sus actividades posterior a la capacitación.

Los resultados y efectos de la capacitación son evaluable:

#### **1.- Reacción:**

Se debe evaluar la reacción de los participantes ante el programa.

¿Les Gusto?

¿Piensan que es valioso?

## **2.-Aprendizaje:**

Se puede evaluar sometiendo a prueba a los participantes para determinar si aprendieron los principios, habilidades y destreza que tenían que haber asimilado

## **3.- Conducta:**

Es importante evaluar si la capacitación tiene efectos en la conducta.

## **4.- Resultados:**

Lo que más uno se debe preguntar durante el periodo que duro la capacitación.

¿Qué resultados finales se lograron, en términos de los objetivos de la capacitación, previamente fijados?

¿Aumento el aprovechamiento del tiempo de los participantes?

¿Mejoro su rendimiento?

El programa de capacitación podría tener éxito en términos de las reacciones de los participantes, lo que conllevará a un mayor aprendizaje e incluso generará cambios de conducta.

### **1.1.8. Planeación de la Capacitación.**

Consiste en el plan de desarrollo de las personas, sus ideologías, sus estrategias la inversión y demás aspectos que se desarrollan con la capacitación del recurso humano, para el desarrollo de un plan de capacitación es necesario contar con detalles referente al diseño en el cual se lo implementara en una institución o organización en el cual debenplasmarse los objetivos a donde se va a llevar los contenidos, los métodos materiales y evaluaciones que son utilizados para cada actividad.



Según Sabino Ayala Villegas (2006), Determina las siguientes etapas durante la realización de la capacitación que son:

- a. Definir la filosofía, objetivos, políticas, estrategias y demás acciones del sistema de capacitación y desarrollo
- b. Determinar el diagnóstico de necesidades priorizadas de capacitación y desarrollo del personal,
- c. Definir quiénes deben ser desarrollados
- d. Precisar que necesitan aprender los colaboradores (conocimientos, habilidades o destrezas)
- e. Definir a quien seleccionar como instructor
- f. Elaborar el presupuesto de inversión
- g. Establecer las normas metodológicas
- h. Definir el tipo de capacitación, tiempo a emplear, empleo de medios, materiales, instructores, etc. Pág. #66.

Definiendo cada uno de estas etapas dentro el proceso de la capacitación determina el tipo de capacitación y los elementos a utilizar el cual va dirigido a la organización para su entrenamiento y desarrollo para cumplir con los objetivos compuestos.

## **1.2.Aspectos y Características de la Capacitación.**

### **1.2.1. Aprendizaje.-**

Según Robert S. Felman (2007.) dice que “Aunque existen diversos tipos; entenderemos APRENDIZAJE: como un cambio de comportamiento relativamente permanente producido por la experiencia.Lo importante de esta definición es que nos permite diferenciar entre aquellos cambios en el desempeño debidos a: Maduración y Experiencia

El aprendizaje es en sí un proceso de habilidades, destrezas, conocimientos, conductas o valores como resultado del estudio y la experiencia del hombre que se adquieren a través del tiempo y el espacio.La capacitación es el acto intencional de proporcionar los medios para posibilitar el aprendizaje.

## **Factores del aprendizaje**

Según María Cecilia Ainciburu (2008.) dice:

En el proceso de aprendizaje intervienen muchos factores, de los cuales algunos son interpersonales y otros socios ambientales. En el proceso de enseñar-aprender intervienen todos globalmente, con una interconexión dinámica determinadas por modificaciones hormonales y por los conflictos y tensiones que producen las relaciones sociales. Pág. #57.

La frecuencia de los estímulos es otro factor importante en el aprendizaje. Por lo general, los estímulos repetidos tienden a desarrollar patrones estables de reacción, en tanto que los estímulos no frecuentes tienden a ser respondidos con mayor variación.

La intensidad de la recompensa afecta el aprendizaje. Si la recompensa es grande, el aprendizaje tiende a ser rápido; sin embargo, si la recompensa es pequeña, esta no consigue atraer la misma atención del individuo.

El tiempo transcurrido entre el desempeño y la recompensa también afecta el aprendizaje. Una recompensa inmediata parece producir aprendizajes más rápidos que una recompensa retardada.

Otro factor es la dificultad para desaprender varios viejos patrones de comportamiento, que entran en conflictos con los nuevos que deberán sustituirlos. Se necesitan tres condiciones para esta sustitución: operación diferente, tiempo y nuevo ambiente. Estas condiciones deberán estar asociadas a recompensas mayores para llevar a la persona a desaprender cosas viejas y adquirir cosas nuevas.

Es el proceso de cambio relativamente permanente en el comportamiento de una persona generado por la experiencia asimila e interioriza nuevas informaciones (hechos, conceptos, procedimientos, valores) construye nuevos

conocimientos continuos y significativos. A través de estímulos más repetitivos empieza a profundizar el aprendizaje siempre y cuando este proceso sea más rápido que lento esto garantiza más la atención de las personas con temas accesibles que muestren su desempeño los cuales recompensan estos factores a través de los resultados.

El aprendizaje está afectado por el esfuerzo exigido para producir la respuesta. Algunas respuestas son mucho más difíciles y complejas, el proceso de aprendizaje debe comenzar por los aspectos más simples y concretos y, paulatinamente encaminarse, hacia los más complejos y abstractos.

### **Principios del aprendizaje**

El aprendizaje en si no es observable, son sus resultados los que se pueden observar y medir. La mejor forma de comprender el aprendizaje es mediante el uso de una curva de aprendizaje. El aprendizaje muestra etapas de progresión y etapas de estabilización.

Según Ana Isabel Alcalde (2006.) dice:

El análisis de los Estilos de Aprendizaje ofrece indicadores que ayudan a guiar las interacciones de la persona con las realidades existenciales. Facilitan un camino, aunque limitado, de auto y heteroconocimiento. La mayoría de los autores coinciden en que los Estilos de aprendizaje son como la mente procesa la información o como es influida por las percepciones de cada individuo. Pág. #30.

Se utilizan varios principios de aprendizaje para acelerar el proceso:

**Participación:** el aprendizaje suele ser más rápido y más duraderos cuando quien aprende puede participar en forma activa.

**Repetición:** es posible que la repetición deje trazos más o menos permanentes en la memoria.

**Relevancia:** el aprendizaje adquiere relevancia e interés cuando el material que se va a estudiar tiene sentido e importancia para los participantes quienes reciben la capacitación.

**Transferencia:** a mayor concordancia del programa de capacitación con las demandas del puesto, corresponde mayor velocidad en el proceso de dominar el puesto y las tareas.

**Retroalimentación:** proporciona a las personas que aprenden, información mucho más y más sobre su progreso.

### **Otros principios del aprendizaje**

Según el Dr. José Manuel García López (2009):

- i. Se aprende mejor cuando se motiva.
- ii. El premio o la sanción tienen mucha incidencia.
- iii. Las técnicas didácticas son determinantes.
- iv. Sin importar las aptitudes y actitudes del aprendiz.
- v. Se requiere práctica para desarrollar habilidades.
- vi. Verificar los resultados mediante la evaluación
- vii. Se debe hacer hincapié en el aprendizaje y no solo en la enseñanza impartida.
- viii. Adecuación del programa de capacitación a las necesidades de la organización
- ix. Calidad del material de capacitación presentado.
- x. Calidad y preparación de los instructores.
- xi. Calidad de los aprendices.
- xii. Calidad de diseño y elaboración del Programa aprendizaje. Pag #19.

En el análisis de estos principios de aprendizaje ofrece indicadores que ayudan a guiar a las interacciones de las personas con las realidades existentes, como la mente procesa la información o como es influida por las percepciones de cada individuo.

### **1.2.2. Tipos de Errores en los Sistemas de Capacitación**

Muchas organizaciones cuentan con un área encargada de dar capacitación y desarrollo a sus integrantes, pero existen errores graves al manejar los respectivos programas. Existen errores graves de capacitación, clasificados en tres tipos:

**1.- Errores tipo Alfa.** Consiste en no proporcionar capacitación cuando se dan en la organización nuevos ingresos, promociones, transferencias, cambios (equipo, métodos, políticas), metas más ambiciosas y necesidades encubiertas severas. Estos errores son los más graves.

**2.- Errores tipo Beta.** Cuando la capacitación y el desarrollo se realizan sin que exista una justificación sólida.

Se capacita y proporciona desarrollo simplemente por capacitar y desarrollar, con lo cual se desperdician valiosos recursos y se desacredita al sistema de capacitación y a los encargados de este.

**3.- Errores tipo Gamma.** Este tipo de Errores obedecen por lo general al capricho de la moda y a imitar lo que hacen otras organizaciones.

Estos se refieren usualmente a cuestiones directivas o generales y no es nada extraño que las peticiones para asistir a los eventos señalados provengan de los niveles más elevados de la organización.

Considerando con esta tesis ayudar a la asociación a que esta pueda reducir al mínimo los tres tipos de errores de la capacitación, a medida en que se lleve a cabo un trabajo serio y sistemático sobre la determinación de necesidades, reduciendo las fallas y sus costos.

### **1.2.3. Proceso de Capacitación.**

Podemos decir que la capacitación son las actividades de enseñanza-aprendizaje que se proporcionan fuera del sistema escolar establecido. Para estudiar la capacitación de personal con profesionalismo es necesario abarcar un estudio que consiste en visualizar un proceso de cuatro fases que necesita la capacitación.

Según Julio Alberto Cabrera (2006), “Para poder tener un concepto claro sobre la capacitación, es necesario diferenciarlo del entrenamiento y el adiestramiento. El entrenamiento es la preparación que se sigue para desempeñar una función.”pág. #34

Al hablar de capacitación nos referimos al método mediante el cual se busca obtener beneficios. Para poder proporcionar capacitación debe existir una necesidad, una carencia o una mejora. Para implementar un programa de capacitación se necesita de:

**1.- Planeación.** Se determina ¿Qué hacer? Y consta principalmente de tres elementos:

Detección de necesidades de capacitación (DNC).

Establecimiento de objetivos.

Establecimiento de planes y programas.

En la detección de necesidades de capacitación se identificarán las áreas de ineficiencia, se determinará a quien va dirigida y cuando y en qué orden se impartirán los cursos.

En los objetivos se elegirán problemas que sean factibles y cuantificables y de esta manera prever los controles, para cumplir con el programa de capacitación.

En los planes y programas se abarcará el contenido temático de cada curso, los materiales, los instructores y el presupuesto.

**2.- Organización.** Se refiere a disponer de los elementos tecnológicos, humanos y físicos para su realización.

La organización se conforma de:

**Estructuras y sistemas.** Implica espacios físicos, autoridad, responsabilidad y formalidad. Requiere de un sistema de acuerdo a las necesidades de la organización.

**Integración de personas.** Requiere de un sistema de acuerdo a las necesidades de la organización. Integración de personas requiere de personas preparadas, tanto los instructores como los integrantes, que estos deben encontrarse en el mismo nivel de conocimientos.

**Integración de recursos materiales.** Para llevar a cabo los cursos es necesario contar con aulas, mesas, sillas, proyectores, manuales de instrucción y diferentes recursos tecnológicos.

**Entrenamiento de instrumentos internos.** Este es el punto central para llevar a cabo el adiestramiento específico y al mismo tiempo economizar los recursos, empleando solo al personal necesario.

**3.- Ejecución.** Es la realización y la fase donde se llevan a cabo los planes establecidos e implica:

Materiales de apoyo de instrucción.

Contratación de servicios.

Coordinación de la capacitación en curso.

**4.- Evaluación y seguimiento.** La evaluación es la confirmación de lo alcanzado en referencia a lo planeado, esto ayuda a tomar correctivas y está presente en todo el proceso.

El seguimiento es evaluar las actividades que realizan los participantes, tomando en cuenta la capacitación al trabajo, la revisión y superación de errores para aplicar nuevas habilidades, conocimientos y aptitudes adquiridas durante el transcurso del curso.

#### **1.2.4. Determinando la Efectividad de la Capacitación**

Según Julio Alberto Cabrera, (2006) “A menudo vemos en las organizaciones interés por medir la efectividad de las capacitaciones, lo cual es una preocupación genuina de los profesionales que se ven impactadas por los programas de formación” Pág. #37.

En este caso y siguiendo el concepto se entiende por objetivos a los desempeños demostrados, a nivel individual o de la organización. En el primero se mide el grado de cumplimiento del perfil de la competencia en el personal como resultado de la capacitación. En el segundo se mide el impacto que la capacitación ha tenido en los resultados globales de la organización. Para ambos niveles de evaluación, la organización requiere establecer los procedimientos de acuerdo a la filosofía de la ISO9000, versión 2000.

Esto implica que se debe garantizar no solo la calidad del proceso de evaluación en sí misma, sino también la satisfacción del cliente (el candidato en formación y los encargados de la gestión) y la mejora de la formación. Desde la perspectiva de un proceso, la evaluación es el principio y a la vez el fin del evento formativo; es un instrumento que debe guiar el aprendizaje del candidato a través de la transparencia en relación a las evidencias de desempeño y conocimiento esperadas.



### **1.3. Aspectos y Características de la Pequeña y Mediana Empresa.**

#### **1.3.1. El Proceso de Análisis de Necesidades.**

En la práctica, el tema de cuáles necesidades son identificadas está relacionado estrechamente a cómo las necesidades son evaluadas y a las intervenciones que son desarrolladas posteriormente. Es decir, el proceso mediante el cual la evaluación de necesidades se lleva a cabo está vinculado directamente a cuáles necesidades son evaluadas. Un número de propuestas específicas de evaluación de necesidades ha surgido en los últimos años.

Detrás de estas propuestas se hallan cinco ideas clave:

#### **1. Mantenerse cerca de las Pequeñas y medianas empresas.**

Según Cleri Carlos (2007) dice:

Quién realiza las evaluaciones de necesidades puede ser una influencia crucial en las necesidades que son evaluadas. Las perspectivas de las organizaciones para identificar las necesidades de las Pequeñas y medianas empresas involucran usualmente encuestas y cuestionarios, aplicados posiblemente por investigadores jóvenes o bajo la supervisión de una institución académica.

Mientras que éstas pueden aportar valor en cuanto a la generación de datos básicos de las Pequeñas y medianas empresas - tamaño, ubicación, tipo de empresa, tendencias globales, etc. -, brindan mucha menor utilidad en lograr la real comprensión de una empresa. Pág. #43.

Esto requiere evaluaciones de necesidades realizadas por expertos con experiencia en intervenciones en Pequeñas y medianas empresas, que tengan interés en asuntos empresariales o de negocios y que se sientan a gusto en discusiones con los propietarios - gerentes de las Pequeñas y medianas empresas, asociadas.

Idealmente, estas deberían ser las mismas personas que van a trabajar en la intervención. En muchas situaciones, existe una necesidad de interpretar activamente los resultados del ejercicio de evaluación de necesidades.

En forma similar, en muchas áreas, los resultados de las evaluaciones de necesidades tienen que ser vistos en la perspectiva de otras actividades de cooperación.

Algunas “áreas saturadas de cooperación” pueden haber sensibilizado a las Pequeñas y medianas empresas contra nuevas intervenciones, lo cual puede influenciar las respuestas de potenciales clientes de pequeñas y medianas empresas, por ejemplo, al promover en ellos la exageración de una debilidad particular en espera de una intervención especial dirigida a eliminarla.

## **2. Ser participativo.**

Según Cleri Carlos (2007) dice “La participación es aceptada ahora como un principio clave para la práctica apropiada de las intervenciones de desarrollo en general”. Pág. #43.

Involucra a los clientes potenciales y a otras partes relacionadas tanto con la identificación de necesidades como con el diseño de las intervenciones, lo cual hace posible un diseño mejorado y una mayor sentido de responsabilidad a lo largo de todo el proceso de desarrollo. Esto es particularmente importante al considerar la sostenibilidad de las intervenciones.

Las perspectivas más comunes de los donantes en cuanto al diseño de proyectos – las variaciones de la estructura lógica – ponen en mucho más énfasis en el proceso de diseño de la intervención antes que en la estructura final del mismo.

### **3. Aprendizaje sobre la marcha y planeamiento.**

Las intervenciones que buscan operar en función de la demanda no consideran a la evaluación de necesidades como una actividad que se debe realizar únicamente al inicio de la intervención, sin que pueda repetirse en etapas posteriores.

Según Cleri Carlos (2007) dice:

“Por el contrario, ya que las Pequeñas y medianas empresas necesitan revisar la situación de sus clientes en forma regular y aprender gradualmente de ella, las organizaciones deben revisar las necesidades de las Pequeñas y medianas empresas frecuentemente y “aprender mediante la acción.” Pág. # 43.

En la práctica, esto significa que la diferencia entre las evaluaciones de necesidades y las evaluaciones del programa deben ir desapareciendo. Las revisiones frecuentes de desempeño cumplirán una función adicional en la evaluación de las futuras necesidades de los clientes.

### **4. Ser más precisos**

Un problema común con las evaluaciones de necesidades es que ellas acaban siendo exposiciones generalizadas de necesidades. Se dice que las pequeñas y medianas empresas, por ejemplo, necesitan “habilidades en gestión de empresas”, “acceso a mercados” o “asistencia tecnológica”. Este tipo de conclusiones es tan vaga como carente de significado. Las evaluaciones de necesidades deben generar información muy específica acerca de los problemas que enfrentan las Pequeñas y medianas empresas:

- Lo que las Pequeñas y medianas empresas no pueden hacer ahora y que deberían ser capaces de hacer; y
- Lo que les impide actuar como ellas quisieran;

De esta forma, el diseño de las intervenciones podría ser mucho más preciso.

## **5. No sólo lo que ellas necesitan, sino cómo lo necesitan**

Según Cleri Carlos (2007) dice:

Las evaluaciones de necesidades no sólo deben identificar las situaciones de las Pequeñas y medianas empresas sino también brindar una apreciación de la forma de intervención que ellas necesitan. Por ejemplo, muchos programas de capacitación se dirigen a las Pequeñas empresas y se ofrecen durante los días útiles de la semana porque tal horario conviene a la organización. Sin embargo, ¡ese horario puede ser muy inconveniente para los potenciales clientes! El tener en cuenta cuestiones como el cómo, cuándo, dónde y qué tipo de intervenciones quieren las Pequeñas y medianas empresas es también una parte importante del ejercicio de evaluación de necesidades para las organizaciones. Pág. #44.

Muchas técnicas diferentes se usan en la evaluación de necesidades para las intervenciones en las Pequeñas y medianas empresas. Es llamativo que muchas técnicas “convencionales” de planificación de desarrollo, tales como el FODA y el análisis de marco lógico, usadas no sólo en el desarrollo de las Pequeñas y medianas empresas sino también en otros sectores, pongan ahora más que antes un mayor énfasis en la evaluación de necesidades.

### **1.3.2. Problemática de las Pequeñas y Medianas Empresas.**

Entre las principales Problemáticas que posee la primera y mediana empresa están:

- Crédito escaso, de alto costo y plazos muy cortos.
- Desconocimiento de técnicas de gestión: Tecnologías de Organización, Producción, Comercialización y Financiamiento adecuado a la realidad nacional.
- Falta de información del mercado, interno y externo.

- Al plantear las dificultades de las pequeñas y microempresas, encontramos una gran debilidad estructural de la economía del país.
- Las empresas más importantes, no tienen la solidez y capacidad de cubrir la demanda nacional; y menos competir en el Mercado Externo, salvo en ciertos aspectos y condiciones favorables o de equidad.

### **Panorama e Importancia de la Micro y Pequeña Empresa:**

Las experiencias internacionales muestran que en las primeras fases del crecimiento económico las Micros y Pequeñas Empresas cumplen un rol fundamental; pues con su aporte ya sea produciendo y ofertando bienes y servicios, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, constituyen un eslabón determinante en el encadenamiento de la actividad económica y la generación de empleo.

#### **1.3.3. La Pequeña y Mediana Empresa como opción para incrementar el empleo productivo.**

El crecimiento del empleo en el sector público tendría ciertas restricciones determinadas por dos requerimientos del estado moderno: el equilibrio fiscal y la mayor eficiencia en la administración pública. La gran empresa, frente a la creciente apertura de la economía, tiende a adoptar tecnologías modernas para elevar la productividad del trabajo y mejorar su nivel de competitividad, de modo que hay pocas posibilidades de incrementar el empleo en este segmento. La micro empresa y el auto empleo han sido los sectores que en las tres últimas décadas han absorbido el volumen más grande de trabajadores pero continuar incrementando el empleo en estos segmentos se corre el riesgo de profundizar las desigualdades distributivas, dado que la mayor dimensión ocupacional tiende a disminuir su productividad relativa y el ingreso medio de los ahí ocupados. Se aumentaría el volumen de los trabajadores pobres, desprotegidos de la seguridad social y en condiciones de trabajo precario. En ese sentido, son limitadas las posibilidades

para que el gran número de empleos creado en el micro empresa pueda obtener niveles de ingresos satisfactorios para los trabajadores.

Estas posibilidades sólo estarían en el estrato superior de la microempresa que representa alrededor de un quinto de este segmento.

Ante la posibilidad de un aporte poco significativo del sector público y de la gran empresa en la demanda de trabajo y, por otro lado, el riesgo de agravar la desigualdad distributiva expandiendo el auto empleo y la micro empresa, la pequeña y mediana empresa se constituye en una opción clave o importante para incrementar el empleo. La pequeña y mediana empresa logra, con baja inversión, una productividad del trabajo e ingresos superiores al de la microempresa, lo que a su vez le permite una contribución importante en el producto global. Asimismo, demanda mano de obra de mayor calificación y genera empleos de calidad que satisfacen las aspiraciones de muchos trabajadores. La ventana de las pequeñas y medianas empresas con respecto a la gran empresa es su mayor potencialidad de generación de empleo, con ingresos aceptables por la sociedad.

#### **1.3.4. Esquemas de desarrollo de las pequeñas empresas**

Según Dolan Simón (2005), explica que:

La experiencia internacional respecto a esquemas de desarrollo de las pequeñas empresas permite distinguir cuatro modelos:

**EL MODELO JAPONÉS:** En el que la gran empresa es provista de bienes y servicios intermedios a través de la subcontratación de empresas medianas, las que a su vez subcontratan a empresas más pequeñas. Así, hay una integración vertical en el que la gran empresa sirve de locomotora de arrastre.

**EL MODELO ITALIANO:** En el cual pequeñas empresas trabajan bajo esquemas de cooperación para atender demandas en el mercado de bienes finales, constituyendo un modelo de integración horizontal.

**EL MODELO AMERICANO:** Basado en las franquicias y en el que un gran número de pequeñas empresas forman una red, la que es liderada por una casa matriz o empresa líder.

**EL MODELO CANADIENSE:** Sustentado principalmente en el apoyo estatal a las unidades productivas de menor escala. Pág. 86.

Cada uno de estos modelos a través de la historia, en el mundo se han destacado por su estrategia de ir evolucionando en el mercado como elemento básico es ir trabajando en forma de red o asociadas los que nos permite determinar que una pequeña empresa asociada con otra logran mayor productividad y crecimiento dentro de una comunidad y optimizan su desarrollo.

### **1.3.5. El Emprendedor y las pequeñas empresas**

Independientemente de la referencia legal existente, ya que hay diversas formas para definir que a una pequeña empresa, la adopción de una fórmula global para agrupar esas empresas podría crear distorsiones. Lo que es grande para determinado sector de actividad puede no ser para otro. Además pueden existir variaciones regionales.

Por lo tanto se adopta como alternativa el término de empresa de pequeña dimensión. En este grupo se incluyen organizaciones empresariales que, independientemente al número de empleados, facturación o activos fijos, presentan características peculiares. Las principales son:

**Propietario y administración interdependientes:** El dueño y la empresa se confunden. Frecuentemente utilizan una misma cuenta bancaria, se localizan en la misma dirección. No existe una diferencia clara entre los asuntos personales del emprendedor y las actividades empresariales.

**No domina el sector donde opera:** Ocupan un lugar bien definido en el mercado. Por ejemplo: un taller mecánico dedicada a la reparación de aire acondicionado

para vehículos podrá ser el mejor de ese mercado, pero difícilmente dominará el ramo en el mercado.

**Estructura organizacional simple:** Se dedican a la producción de bienes y servicios específicos y operan con pocos empleados. Esta situación permite mantener una organización relativamente simple, con pocos niveles jerárquicos y una gran concentración de autoridad.

Además de estas características es importante destacar otras como:

- ❑ Mayor intensidad de trabajo con relación a las grandes empresas
- ❑ Mejor aprovechamiento de los talentos y energía individual
- ❑ Mayor relación entre empleo ofrecido y capital invertido
- ❑ Los empleados son más independientes
- ❑ Explotan parte del mercado que no es atractivo para las grandes empresas en el Mercado.

### **1.3.6. El Líder dentro de las Pequeñas y medianas empresas**

En una organización el líder puede ser cualquier persona, que gracias a la situación, o designación, ha tomado este rol. En cambio en las Pequeñas y medianas empresas, generalmente el dueño asume en forma natural ser el líder. La tarea del líder es guiar, motivar y dar confianza sobre el hoy y el mañana, evaluando las características competitivas de la empresa, tomando siempre en cuenta el entorno, los competidores y el mercado demanda. Debe definir las metas; alcanzables pero ambiciosas, así como reconocer el esfuerzo de todos en su justa dimensión y hacerlo público.

FriendGraham(2006), dice:

“Recordemos que el compromiso del equipo nace de compartir objetivos, que se logra cuando el personal se siente involucrado. Para lograrlo debemos escuchar al equipo, permitirles tomar decisiones, dar espacios



para su desarrollo, promover su coordinación y, finalmente, limitar su propio espacio a aquellos en donde la colectividad no puede encontrar una solución por sí misma”. Pág. #13.

El compromiso de todo un equipo debe velar por las decisiones que se tomen de una forma consensuada en la cual todas las partes deben estar de acuerdo. El líder guía la organización, pero no debe frenarla ni limitarla en términos de su creatividad o su desarrollo.

Limitarse a sí mismo es una tarea muy difícil para el líder. El máximo responsable de una organización tiende a imponer su punto de vista, su voluntad. Cuando actuamos así, no cumplimos con el papel de liderazgo. Igualmente, cuando decide, no aporta guías o soluciones, tampoco es un líder; es, en el mejor de los casos, un coordinador.

La falta de un líder puede causar dificultades: el personal no tiene confianza en la organización (y por tanto no entrega su máximo esfuerzo) ya que sabe que cuando se requiera el “jefe” no va a reaccionar.

Un buen líder empresarial debe permitir que al grupo expresarse y tomar decisiones, de tal manera que todos en la organización tengan la certeza de que existe claridad en el rumbo y fortaleza en la operación.

Recordar que el principal papel de un líder es tomar decisiones. Es su responsabilidad dar un claro sentido de dirección, así como propiciar que sus colaboradores sean creativos y comprometidos, capaces de proponer y ejecutar soluciones adecuadas.

### **¿Cómo puede una empresa seguir compitiendo de manera eficaz?**

El nuevo entorno requiere cambios en la dirección, la estrategia, la optimización de recursos y el funcionamiento eficaz de las empresas, elementos

que no siempre son fáciles de identificar sin un análisis objetivo y experimentado como el que le puede ofrecer un Consultor de Empresas.

Un Consultor de Empresas puede ayudarlo/asesorarlo a tomar decisiones acertadas, decisiones que le permitan salir de los problemas y dificultades empresariales, de la crisis, y volver a su empresa mucho más competitiva y exitosa.

El servicio para Pequeñas y medianas empresas se enfoca en las siguientes áreas:

### **1. Consultoría en Dirección y Gestión de Empresas:**

Consiste en asesorarle al dueño del negocio, gerente, director o administrador en: Desarrollo de Planes de Comercialización para su producto o servicio; Desarrollo y Ejecución de Planes Estratégicos de Expansión Empresarial; Contratación y Selección del Personal Calificado; Cómo Hacer que el Personal Produzca Más; Cómo Organizar la Empresa (elaborando un Organigrama funcional y Manuales de Funciones); Ayudarle al dueño del negocio, gerente o administrador en el control, supervisión, coordinación y planificación de actividades de los departamentos de ventas, marketing, servicio al cliente, promoción, publicidad, relaciones públicas, finanzas, y legales, etc.

### **2. Consultoría para Empresas en Crisis:**

Consiste en asesorar al dueño del negocio, gerente, director o administrador en cómo salir de los problemas financieros, crisis económicas y deudas en el menos tiempo posible y con los recursos disponibles. Ayudar en: Cómo Manejar el Buen Crédito y la Solvencia; Cómo Hacer una Planificación Financiera para alcanzar la Solvencia; Negociaciones con Clientes Importantes; Negociación con Acreedores; Cómo Volverse Estable Financieramente.

### **3. Consultoría en Desarrollo de Proyectos de Franquicia:**

Consiste en asesorarle al empresario en todo el proceso de convertir su negocio o empresa en una cadena de franquicias para que las pueda comercializar a nivel nacional e internacional. Se le asesora en todo lo referente a: Registro de Marcas; Calculo de Canon de Entrada, Capital Inicial y Regalías; Contrato de Franquicias; Manuales de Operación; Apertura de Franquicia Piloto; Programas de Entrenamiento; Asistencia Técnica/Comercial.

### **4. Test de Evaluación del Potencial y Desempeño del Personal:**

Disponer de una serie de Test para valorar la personalidad, la inteligencia, el estado emocional, la actitud y aptitud laboral, y el desempeño de los miembros del personal, ejecutivos y directivos de una organización.

#### **1.4. Concepto de las Asociaciones.**

##### **1.4.1. ¿Qué Son Las Asociaciones?**

Según Miguel Gil del campo(2005) Explica que:

Se puede definir a la asociación como la agrupación constituida mediante acuerdo de tres o más personas que se unen para alcanzar un fin común a las mismas. Esa agrupación, que conformada cuando cumple los requisitos de la legislación vigente, adquiere personalidad jurídica propia. Pág. #3.

También se puede definir a las asociaciones diciendo que son agrupaciones de personas físicas o jurídicas legalmente constituidas, que se comprometen a poner en común conocimientos, medios y actividades para conseguir unas finalidades lícitas, comunes de interés general o particular.

La Asociación de Propietarios de comedores de 15 de Julio, se creó en 1977 bajo la dirección del PMRC. (Programa de manejo de recursos costeros) quien con la intención de ordenar a los servidores turísticos de Playas creando estatutos y de parte reconocimiento del gobierno lo que llevo a constituir a la organización. Hoy en día la extensión de esta asociación se encuentra ubicado en la sur de Playas desde la hostería “Gaviota” hasta el km 2.1/2 vía a Posorja.

Son micro emprendedores que quieren y necesitan crecer, ampliar su horizonte, ya que aún están naciendo del criterio y las habilidades de sus fundadores, generalmente, carecen de otros recursos de distinto tipo (material, humano y de información). Ejemplo: falta de servicios básicos, (luz, agua, alcantarillado), falta de vías de acceso de los cuales las autoridades no responden, a más de esto se unen proyectos inconclusos.

La asociación que emerge de la comunidad de Playas en torno a la solución de necesidades de ámbito territorial en el que surge, la defensa de los intereses de una asociación y la identificación con significantes sociales, valores etc, Responde a tres razones principales:

- a) Influencia con su acción y su proyecto en aspectos de la realidad de su entorno. Grupos que interaccionan con otros tendiendo a variar su condición y a transformarse a sí mismos y al entorno donde se ubican.
- b) Respuesta a la necesidad de comunicación, de desarrollo cultural, de ocupación, de promoción social etc.
- c) Para la venta de un servicio con costos habitualmente por debajo de los de mercado.

En nuestra realidad, las asociaciones son indispensables para ejercer un control sobre la acción de gobierno municipal, de la gestión de las administraciones, para educar a las comunidades en la participación y la solidaridad, para generar vida colectiva, sentimiento de pertenencia e implicación

en los proyectos de los barrios/poblaciones, para que los barrios comprendan el valor de la solidaridad como valor de lo social, para conseguir que lo público sea cada vez más de todos los ciudadanos.

El artículo 441 de la Ley de Compañías, reformado por el artículo 15 de la Ley No. 58, publicada en el R.O. No. 594 de 30 de diciembre de 1986, manifiesta que, corresponde a la Superintendencia de Compañías el control total de las asociaciones que ejerzan sus actividades en el Ecuador y que formen entre sí o con sociedades nacionales vigiladas por la entidad las sucursales de compañías u otras empresas extranjeras organizadas como personas jurídicas; Que, para el control referido, es necesario determinar los lineamientos con arreglo a los cuales debe efectuar la institución el registro de dichas asociaciones.

En resumen podemos afirmar que las asociaciones como espacio social de participación, son además, un recurso polivalente para aquellos colectivos que se encuentran en riesgo de exclusión social. Además, tienen una finalidad funcional e instrumental (dar información, apoyo individual y familiar, formación, canalizar los intereses colectivos, manifestar sus necesidades, financiación, etcétera. Las asociaciones son un referente importante en la vida cotidiana y de relaciones, para las personas que de otra manera no tendrían voz, ni posibilidad de participación social.

#### **1.4.2. Los Estatutos.**

Los Estatutos son las reglas fundamentales del funcionamiento de una Asociación, pese a no poseer el carácter de norma jurídica, son vinculantes para los socios, pues se someten a ellos de forma voluntaria al ingresar en ella.

Marcan los lineamientos de la organización y las normas a la cual deben acoplarse los miembros de la asociación como es el caso la Asociación de Propietarios de comedores 15 de Julio.

Dentro de los Estatutos podríamos distinguir entre los contenidos establecidos por los socios y los contenidos obligatorios.

Los Estatutos podrán ser desarrollados por un reglamento de régimen interno para regular todos aquellos aspectos del funcionamiento de la Asociación que no hayan quedado claros en aquellos. Los estatutos de la Asociación de Propietarios de comedores 15 de julio, se encuentra en el Anexo No.3 (Pág. 115)

#### **1.4.3. Órganos de una Asociación.**

Los órganos de una Asociación deben ser, al menos, la Asamblea General, Junta Directiva, Presidente, Secretario y Tesorero. Sobre las funciones que desarrollan en base a los logros y objetivos que desean alcanzar la asociación.

Por lo demás, los órganos sociales que actúen en nombre de la asociación obligan a ésta pero no se comprometen personalmente, salvo que actúen con desviación de poder o de facultades; en cambio en casos de culpa o negligencia responderá la propia Asociación.

#### **1.4.4. El Papel del Movimiento Asociativo: Los Grupos de Autoayuda.**

Según Antonio GarcíaCastevllí (2005) dice:

Por lo general, el concepto de asociación se utiliza para mencionar a una entidad sin ánimo de lucro y gestionada de manera democrática por sus socios. Dichas asociaciones pueden desarrollar actividades comerciales si el beneficio se destina a la obra social..Pág. #22.

Constituyen un nicho de interacciones, posibilitando a las familias y los demás individuos unas relaciones emocionales, que se convierten en un recurso cotidiano en el tiempo. Son la red a la que se puede recurrir en caso de necesidad y con quien no se tiene contacto hasta que no se presenta la necesidad.

Las Asociaciones cubren diversos fines, son un recurso polivalente con una finalidad funcional e instrumental: información, formación, y apoyo terapéutico, etc. Lo que las caracterizan es que proporcionan a los asociados una experiencia de sintonía, compenetración y acogida a otras personas afectadas por una problemática común y están dentro del marco social.

Frente a las demandas y expectativas no satisfechas los individuos tienden a unirse para solucionar sus problemas; es la participación social activa de las personas a través de la sociedad civil. La relación dentro de la asociación con otras personas con una problemática semejante proporciona a los asociados cierta tranquilidad, al sentirse protegidos y apoyados, llegando incluso a distanciarse de las preocupaciones cotidianas y de las relaciones viciadas que puedan tener en su entorno familiar.

Las asociaciones 15 de Julio se plantean en si como un instrumento necesario para compartir la defensa de los intereses de su colectivo. Son una respuesta parcial, limitada pero efectiva a problemas vitales de carácter afectivo, que las formas de ayudas organizadas e institucionales no pueden atender.

## **CAPÍTULO II**

### **CARACTERÍSTICAS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.**

##### **2.1.1. Diseño De La Investigación.**

Tomando en cuenta el objetivo general y específicos del estudio del proyecto se procedió a obtener información necesaria para llevar a cabo la investigación. Se decidió realizar un estudio del método exploratorio y descriptivo.

Según Osmar Horacio Saldaño (2009), explica que según la profundidad u objetivo “la investigación es exploratoria cuando un tema o problema no ha sido abordado o al menos es muy poco estudiado. Tiene carácter provisional en cuanto se realiza para obtener un conocimiento”. Pág. # 21.

Se establece explorar el tema de investigación para obtener los datos relevantes y a través de las observaciones se consigue la información de la asociación enfocada.

La investigación descriptiva de acuerdo con Osmar Horacio Saldaño (2009), explica según la profundidad u objetivo “Tiene como objetivo central la descripción de los fenómenos, de situaciones o eventos, es decir describe los hechos como son observados.”. Pág. #21.

La investigación descriptiva especifica cada uno de los detalles y características que se propone obtener de la investigación de las personas o de un



fenómeno con el fin de obtener información necesaria para el tema de estudio, en este caso la Asociación de propietarios de comedores 15 de Julio.

En base al estudio descriptivo se busca recolectar información detallada del análisis. Este trabajo se constituye como un estudio exploratorio y descriptivo dándole un enfoque cualitativo que trata de crear un plan de capacitación y desarrollo a los propietarios de la asociación de comedores 15 de Julio ya que no cuentan con bases necesarias.

Con el fin de recopilar información relacionada con el tema del proyecto, se recurrió a una investigación del tipo documental como: libros, artículos de revistas, algo de internet, entre otros, que se especializan en temas relacionados con la capacitación y el desarrollo de asociaciones y entrenamiento empresarial.

En el diseño de investigación que se utilizarán para la ejecución del proyecto de capacitación para la asociación de propietarios de comedores 15 de Julio, se cuenta con el paradigma cuantitativo; los cuales permitirán describir e interpretar críticamente los resultados obtenidos en el proceso de la investigación.

Este paradigma se caracteriza por ser:

- Vivenciales, están basados en percepciones y sensaciones de la realidad del sector de la comunidad de la asociación.
- Emplean técnicas cuantitativas.
- Utilizan la creatividad para procesar la información y obtener conclusiones
- Sus resultados son transferibles.
- Son dialécticos y de validez consensual.

Se aplicará el paradigma cuantitativo porque el problema requiere de una investigación externa y objetiva; razón por la cual se hará uso de la estadística descriptiva para recoger, clasificar, analizar e interpretar los datos recogidos en el

proceso de la investigación. De esta manera se obtendrá una visión más clara de la realidad.

### **2.1.2 Modalidad de la Investigación.**

La elaboración de esta propuesta de investigación se desarrolla bajo un modelo operativo viable, para la solución de problemas, requerimientos y necesidades de los microempresarios de la Asociación de propietarios de comedores 15 de Julio para referirse al desarrollo de planes, estrategias, del cual se apoyara en la información documental y de campo en el cual están sujetas ambas modalidades, sujetas a la investigación.

La estructura es de tipo proyecto factible, ya que consta con las etapas de diagnóstico, planteamiento y fundamentación teórica de la propuesta, procedimiento metodológico, actividades y recursos necesarios para su ejecución; análisis y conclusiones sobre la viabilidad y realización del Proyecto; y en caso de su desarrollo, la ejecución de la propuesta y evaluación tanto del proceso como de sus resultados.

### **2.1.3. Tipo de Investigación.**

Se utilizarán varios tipos de investigación:

#### **Investigación Documental (Bibliográfica).-**

En la abundante literatura que existe sobre esta técnica de investigación documental, destacan las siguientes definiciones: Según Baena (2005) “la investigación documental es una técnica que consiste en la selección y recopilación de información por medio de la lectura y crítica de documentos y materiales bibliográficos, de bibliotecas, hemerotecas, centros de documentación e información. “Pág. #72.

Según Montemayor Hernández María (2006) dice que “Generalmente a la investigación documental se le identifica con el manejo de mensajes registrados en la forma de manuscritos e impresos por lo que se le asocia normalmente con la investigación archivística y bibliográfica” Pág. #12

Las anteriores definiciones coinciden en que la investigación documental es una técnica que permite obtener documentos nuevos en los que es posible describir, explicar, analizar, comparar, criticar entre otras actividades intelectuales, un tema o asunto mediante el análisis de fuentes de la información.

El desarrollo de este proceso de investigación documental completo para el proyecto de capacitación da como producto diferentes tipos de trabajos documentales entre los que se encuentran compilaciones, ensayos, críticas valorativas, estudios comparativos, memorias, monografías entre otros con el propósito de diferenciarlos se procederá a dar una breve explicación de cada uno de ellos.

La compilación: Integra y relaciona materiales dispersos elaborados por diversos autores, sobre una temática determinada para el proyecto de investigación, obteniendo como producto una investigación general del tema en cuestión.

Ensayos: Son estudios de tipo argumentativo en los que se presentan opiniones, teorías, hipótesis, etc., mediante una actividad analítica y crítica. El ensayo que se enfoca a cuestiones científicas requiere de un proceso que expresa conclusiones que son determinadas por las pruebas, es decir, las pruebas son condiciones necesarias para llegar a concluir algo.

Crítica Valorativa: tiene como característica esencial el señalar cualidades y defectos de obras de tipo artístico, científico o filosófico.

Estudios Comparativos: se utiliza para evaluar las semejanzas y diferencias de pensamientos de autores y teorías.

Memorias: Son documentos que presentan una síntesis de las actividades efectuadas en un periodo.

Monografía: Es el estudio exhaustivo de un tema específico.

Una investigación documental consta de las siguientes etapas:

I Planeación

II Colección de Información

III Organización, Análisis e Interpretación

IV Presentación de Resultados

La recolección de la información permite una adecuada organización de los datos colectados, para la realización del tema de investigación.

### **Investigación de Campo.**

Se asienta en una investigación de campo de tipo descriptiva, la cual permitió comprobar la necesidad de Diseñar un Plan de Capacitación para optimizar la participación, la integración, la convivencia, y el afianzamiento del facilitador, y así desarrollar el comportamiento productivo de los participantes de la Asociación de propietarios de comedores 15 de Julio.

Para ello se efectuó una investigación de trabajo de campo, tipo descriptivo, con el propósito de establecer la necesidad de efectuar el plan de capacitación, reforzando de esta manera lo que es proyecto factible para su realización y desarrollo de la propuesta.

#### 2.1.4. Población y Muestra.

##### **Población.**

La población en su ascensión sociológica, se define como conjunto de los individuos o cosas sometido a una evaluación estadística mediante muestreo. En cualquier investigación, el primer problema que aparece, relacionado con este punto, es la frecuente imposibilidad de recoger datos de todos los sujetos o elementos que interesen a la misma.

También se toma la palabra Universo como sinónimo de población, aquí consideramos que el universo designa a todos los sujetos o medidas de cierto tipo, la parte del universo a la que el investigador tiene acceso se denomina población.

Se utilizó la población de 75 propietarios o sea el 100% de los trabajadores de la Asociación de 15 de Julio, quienes laboran en 75 puestos distintos.

**Cuadro # 1.**

<b>Tamaño de la población de la Investigación</b>	
Microempresarios o Propietarios de la Asociación de comedores 15 de Julio.	<b>75</b>
<b>Fuente: Trabajo de Campo</b>	
<b>Autor: Gabriel Bohórquez</b>	

#### 2.1.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

El instrumento de medición que se utiliza fue de cuestionarios elaborados de manera específico para los propósitos de estudio.

Para recopilar la información necesaria se utilizaran algunas técnicas. Entre las más usuales están:

1.- **Entrevista:** consistirá en recabar información variada a través del diálogo directo entre el investigador y los colaboradores.

Para la elaboración de una entrevista, se evalúa la conveniencia de utilizar grabadora al momento de la entrevista, divulgar los objetivos de la entrevista, propiciar un ambiente sin tensión y resistencia entre los colaboradores, tener específica la información que requiere obtener, evitar recabar información innecesaria, diseñar cuidadosamente las preguntas para obtener la información específica. Para ello se pueden utilizar el siguiente tipo:

**Entrevista abierta:** las preguntas son generales, por lo que el colaborador puede proporcionar la respuesta más amplia y variada. La investigación incluye todas aquellas preguntas que le permitan precisar la información de mayor interés para el objetivo de la investigación. Durante su ejecución, se aclara las dudas sobre las preguntas para asegurar la obtención de las respuestas correctas dadas por los entrevistados.

Esta entrevista se integra por un cuestionario de preguntas cuyo contenido se orienta hacia la obtención de información sobre los integrantes que conforman el organismo de la Asociación de propietarios de comedores 15 de Julio, para conocer:

Funciones del puesto.

Finalidad de su función dentro de la asociación.

Dificultades para llevar a cabo su función.

Capacitación previa para desarrollar su trabajo.

Satisfacción personal con el desempeño de su trabajo.

Suficiencia y satisfacción con la asociación.

3.- **Encuesta:** utilizada para obtener información a través de cuestionarios, sobre hechos concretos u opiniones de los propietarios sobre la capacitación. Su aplicación puede hacerse en grupo o en forma individual.

Para la elaboración de la encuesta, se divulgará los objetivos para propiciar un ambiente sin tensión y resistencia entre los colaboradores, tener específica la información que requiere obtener, evitar recabar información innecesaria, diseñar cuidadosamente las preguntas para obtener la información específica y con la amplitud necesaria.

Para ello se utilizará los tipos siguientes:

### **Preguntas cerradas:**

Para conocer apreciaciones subjetivas, limitando las respuestas de los colaboradores, con expresiones como por ejemplo: no, sí, bueno, poco, etc. para cuando se va a tabular la respuesta, resumir datos, entre otras.

### **2.1.6. Procedimiento de la Investigación.**

A continuación explicaremos el procedimiento mediante el cual realizaremos la investigación:

- Revisión bibliográfica para la elaboración del marco teórico.
- Elaboración de fichas bibliográficas y nemotécnicas.
- Aplicación de encuestas a los propietarios de comedores que labora en la Asociación.
- Aplicación de la observación para medir el desenvolvimiento y la conducta de los propietarios de la asociación.
- Análisis e interpretación estadística de los resultados.
- Elaboración de gráficos.
- Obtención de las conclusiones y recomendaciones.

### **2.1.7. Operacionalidad de las Variables**

Variable Dependiente

Variable Independiente







## **Validez y Confiabilidad de la Investigación**

La total validación de detectar un fraude o una falla del entrevistador en seguir las instrucciones claves.

Los cuestionarios observados y utilizados a lo largo del texto casi siempre tienen un lugar para anotar el nombre, domicilio y número de teléfono del entrevistado, esta información muy rara vez se utiliza en el análisis de los datos; Se recopila para proporcionar una base de datos para la validación. Nuestra encuesta no consta particularmente de este formato, es básicamente del tipo anónimo con el fin de no incomodar al encuestado, pues de esta manera no sentirá que se ejerce presión sobre sí y permita estar más en confianza para obtención de los datos por parte del encuestador. Además de que los individuos del medio no tienen por costumbre proporcionar datos para encuestas. La obtención de los datos es lo largo de los distintos puestos de la asociación de propietarios de comedores 15 de Julio ubicada en la zona sur de Playas desde la hostería Gaviota hasta el Km 2.1/2 vía Posorja (Barco Varado).

El encuestado se ve con mayor libertad de responder incluso de adicionar o sugerir al encuestador. El encuestado puede referirse a las preguntas referidas en el cuestionario estos datos adicionales son de mayor ayuda como apoyo para el tema de investigación pues nos proporcionar un esquema de dudas para proceder a su análisis, e identificación de situaciones que tal vez necesitan la profundización de su estudio.

Obtenida la resolución de los datos a través de los cuestionarios descritos, comienza un procedimiento esencial en toda la investigación, que comprende a la clasificación o agrupación de los datos referentes a cada variable objetivo presentado en el estudio de la investigación y su presentación conjunta.

El investigador profesional sigue 4 pasos para el análisis de datos:

1. Validación y Edición
2. Codificación
3. Introducción de datos
4. Tabulación y análisis estadísticos (Análisis de los resultados)

Todos estos pasos cuenta dentro del proceso investigativo del proyecto de tesis, los cuales fueron aplicados de manera ordenada nos dan resultados relativos en cada una de las problemáticas mencionadas con anterioridad.

Los datos obtenidos en esta investigación nos van a ayudar a obtener resultados y a fundamentar respuestas a futuro los cuales nos ayudaran y dar soluciones a cada una de los problemas encontrados como prueba piloto para posteriores investigaciones similares.

### **Procesamiento y análisis**

El proceso de investigación de este trabajo de investigación se seleccionó el método deductivo, el cual es definido como "el método de razonamiento a través del cual se obtienen conclusiones partiendo de lo general, aceptado como válido, hacia aplicaciones particulares".

La Obtención de la información que sustenta este trabajo de investigación, se asistió a bibliotecas y se realizó una investigación bibliográfica exhaustiva y a través del Internet a fin de recabar información significativa sobre el tema planteado. A demás de libros y tomos y cursos de capacitación recopilados a través de dos diarios de información, como son el Universo y el Comercio.

Obtenida la información en documentos tales como: diseño de gráficas, diseño de encuestas y entrevista, se procedió al respectivo análisis de la misma y a discriminar la información que realmente pudiera aportar datos significativos al desarrollo de este estudio.

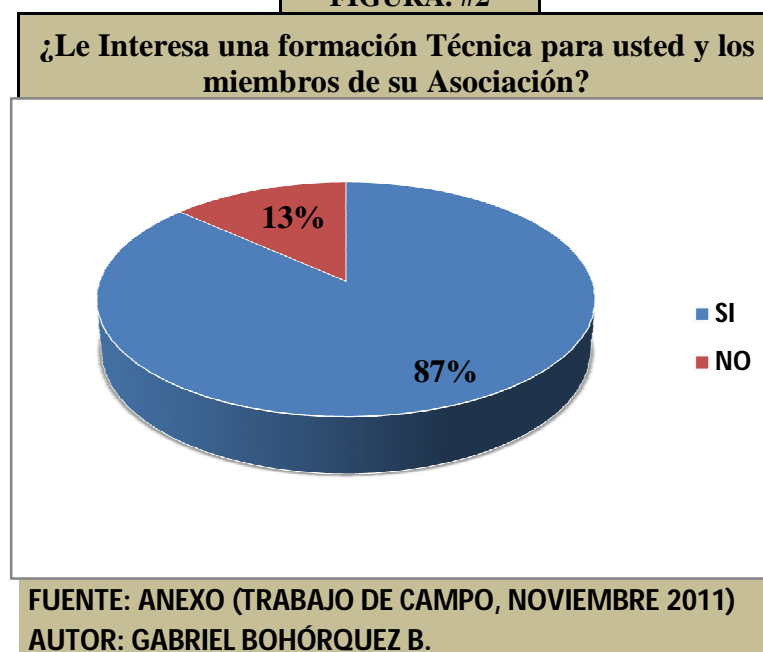
## 2.2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

¿LE INTERESA UNA FORMACIÓN TÉCNICA PARA USTED Y LOS MIEMBROS DE SU ASOCIACIÓN?

CUADRO N°. 4  
INTERES DE FORMACIÓN TECNICA

¿Le Interesa una formación Técnica para usted y los miembros de su Asociación?			
ITEM	ASPECTOS	F	%
1	SI	52	87
	NO	8	13
	<b>TOTAL</b>	60	100

FIGURA. #2



### Comentario:

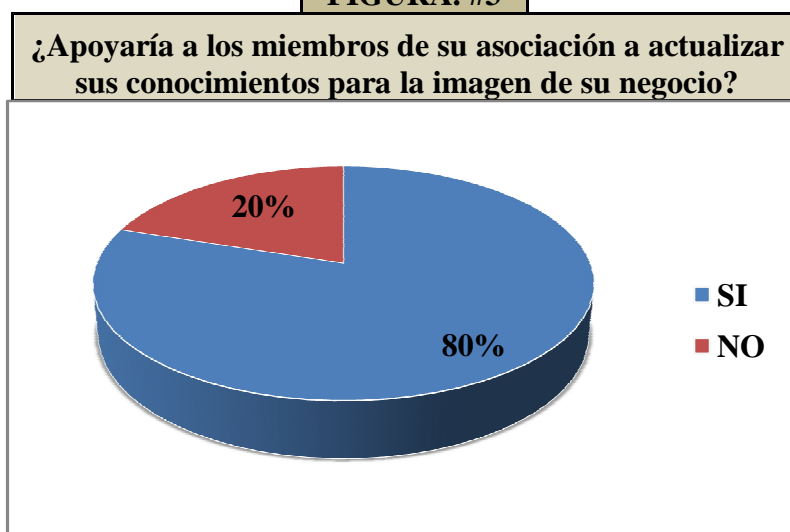
Según las encuestas aplicadas a los miembros de la asociación nos declara que el 87% de los encuestados contestó que si le interesaría una formación técnica mientras que el otro 13% contestó que no está interesado. Lo que identifica como una necesidad real para un mejor desenvolvimiento en sus actividades diarias.

¿APOYARÍA A LOS MIEMBROS DE SU ASOCIACIÓN A ACTUALIZAR SUS CONOCIMIENTOS PARA MEJORAR LA IMAGEN DE SU NEGOCIO?

**CUADRO N° 5**  
**ACEPTACIÓN DE ACTUALIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS A LOS MIEMBROS DE LA ASOCIACIÓN**

¿Apoyaría a los miembros de su asociación a actualizar sus conocimientos para la imagen de su negocio?			
ITEM	ASPECTOS	F	%
2	SI	48	80
	NO	12	20
	TOTAL	60	100

**FIGURA. #3**



FUENTE: ANEXO (TRABAJO DE CAMPO, NOVIEMBRE 2011)

AUTOR: GABRIEL BOHÓRQUEZ B.

**Comentario:**

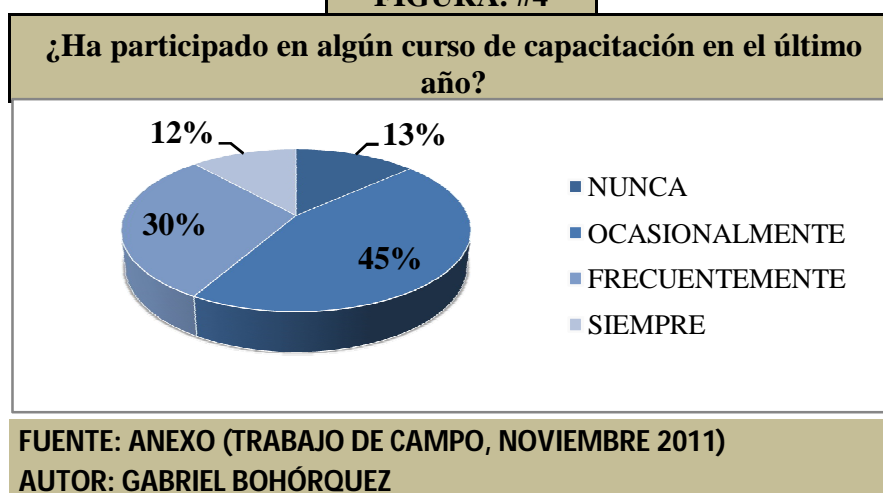
Todos los encuestados de la asociación manifiestan que el 80% de los interesados apoyaría a sus miembros de su asociación a actualizar sus conocimientos mientras tanto el 20% declaró que no está interesado en que sus miembros realicen una actualización de conocimientos. Estos resultados consideran que los miembros de la asociación están dispuestos a recibir una formación, lo que implica que desean actualizarse y que están dispuestos a recibir un programa de capacitación.

¿HA PARTICIPADO EN ALGÚN CURSO DE CAPACITACIÓN EN EL ÚLTIMO AÑO?

**CUADRO N°. 6**  
**GRADO DE PARTICIPACIÓN EN CURSOS DE CAPACITACIÓN**

¿Ha participado en algún curso de capacitación en el último año?			
ITEM	ASPECTOS	F	%
3	NUNCA	8	13
	OCASIONALMENTE	27	45
	FRECUENTEMENTE	18	30
	SIEMPRE	7	12
	<b>TOTAL</b>	60	100

**FIGURA. #4**



**Comentario:**

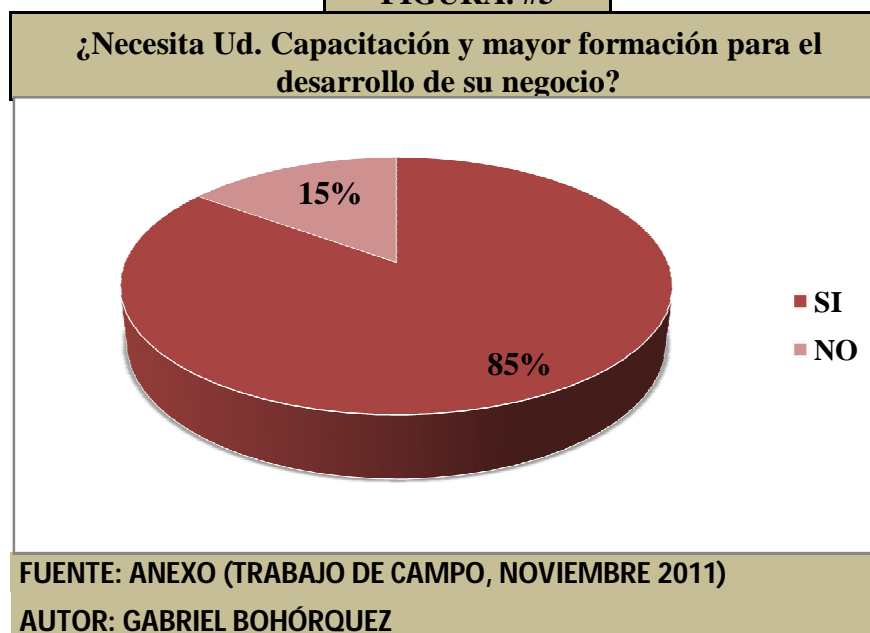
En tanto las encuestas realizadas a los propietarios de comedores dieron como resultado que el 45% de los encuestados a participado ocasionalmente a algún curso de capacitación en este último año, un 30% manifestó que solo lo han hecho ocasionalmente, un 13% contestó que nunca lo han hecho y el otro 12% dijo que siempre. Este grado de frecuencia con que han asistido a una capacitación en el último año se debe a que asistieron a una invitación a la asociación por parte de la Universidad Católica de Guayaquil y se trataron temas como manipulación de alimentos, higiene entre otros, no se contó con la participación de todos los miembros hasta el término de la capacitación.

¿NECESITA UD. CAPACITACIÓN Y MAYOR FORMACIÓN PARA EL DESARROLLO DE SU NEGOCIO?

**CUADRO N°. 7  
NECESIDAD DE CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN**

¿Necesita Ud. Capacitación y mayor formación para el desarrollo de su negocio?			
ITEM	ASPECTOS	F	%
4	SI	51	85
	NO	9	15
	<b>TOTAL</b>	60	100

**FIGURA. #5**



**Comentario:**

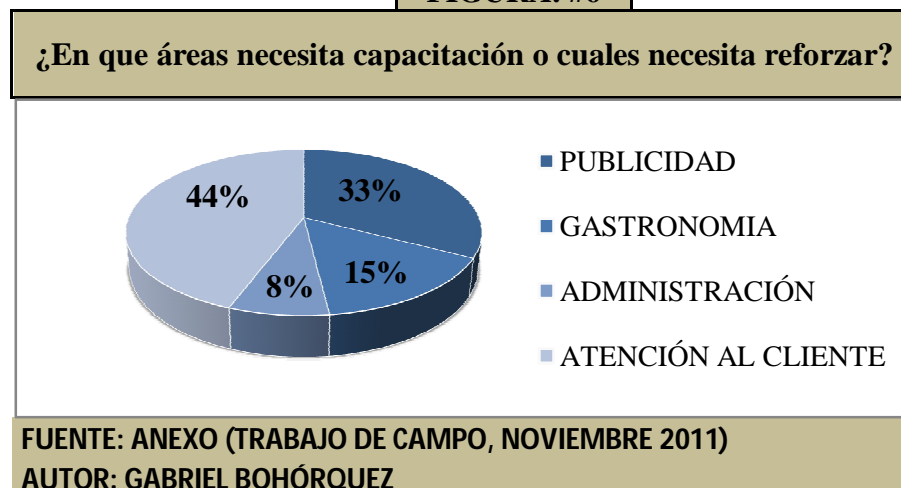
Hoy en día a los propietarios de comedores nos dieron a conocer por medio de la realización de estas encuestas de que el 85% de ellos si necesitarían de capacitación para el desarrollo de su negocio mientras que el otro 15% dijo que no lo necesitaba. Es evidente que muchos de los socios si consideraron la necesidad de una capacitación ya que creen ellos que ayudará a mejorar la calidad del servicio de sus negocios.

¿EN QUE AREAS NECESITA CAPACITACIÓN O CUALES NECESITA REFORZAR?

**CUADRO N° 8**  
**AREAS DE CAPACITACIÓN A REFORZAR**

¿En que áreas necesita capacitación o cuales necesita reforzar?			
ITEM	ASPECTOS	F	%
5	PUBLICIDAD	17	33
	GASTRONOMIA	8	15
	ADMINISTRACIÓN	4	8
	ATENCIÓN AL CLIENTE	23	44
	<b>TOTAL</b>	52	100

**FIGURA. #6**



**Comentario:**

En los actuales momentos los propietarios de los comedores contestaron que además de recibir capacitación por otras instituciones necesitarían reforzar otros temas: Un 44% que requeriría reforzar sobre atención al cliente, un 33% declaró que deberían tratar temas de publicidad, 15% dijo que era preferible gastronomía y un 8% lo que es administración. Las áreas de administración y gastronomía arrojan un reducido porcentaje debido a que los miembros encuestados se centraron en áreas de atención al cliente y publicidad por considerarse de prioridad al conocimiento técnico.

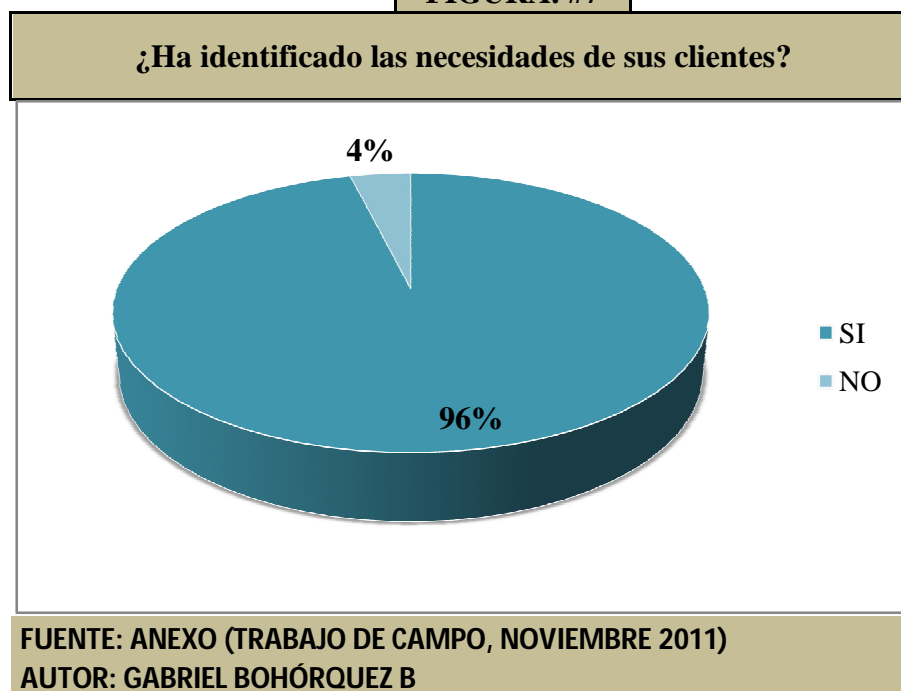


¿HA IDENTIFICADO LAS NECESIDADES DE SUS CLIENTES?

**CUADRO N° 9  
IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES**

¿Ha identificado las necesidades de sus clientes?			
ITEM	ASPECTOS	F	%
6	SI	50	96
	NO	2	4
	<b>TOTAL</b>	52	100

**FIGURA. #7**



**Comentario:**

Después de realizar las respectivas encuestas a los propietarios de la asociación podemos darnos cuenta que un 96% identifica las necesidades de sus clientes y tan solo un 4% no lo hace. Con lo que conlleva a preocuparse por cada detalle que sea del agrado del cliente y se sientan cómodos por el servicio brindado.

¿ESCUCHA DE SUS CLIENTES Y ACEPTA SUGERENCIAS PARA OPTIMIZAR SU NEGOCIO?

**CUADRO N° 10**  
**ACEPTACIÓN DE SUGERENCIAS DE LOS CLIENTES.**

<b>¿Escucha de sus clientes y acepta sugerencias para optimizar su negocio?</b>			
<b>ITEM</b>	<b>ASPECTOS</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
<b>7</b>	SI	46	88
	NO	6	12
	<b>TOTAL</b>	52	100

**FIGURA. #8**



**Comentario:**

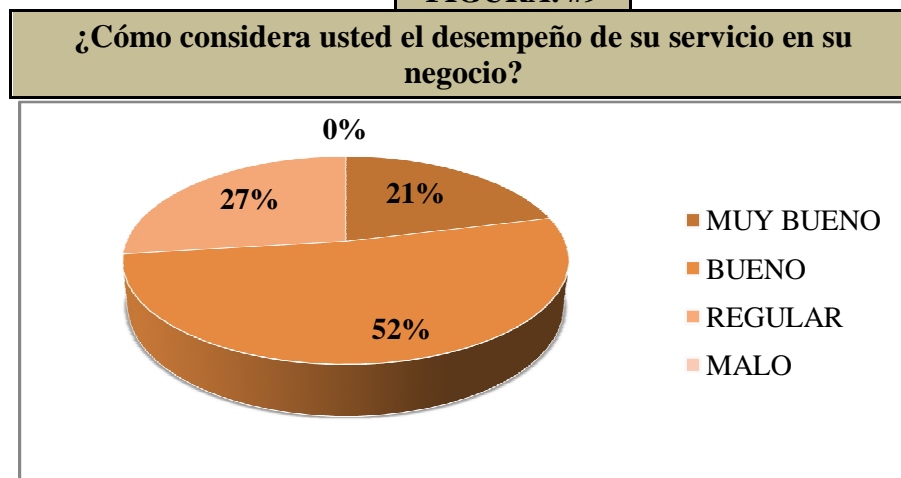
Las cifras obtenidas de las encuestas nos da como resultado que el 88% de los encuestados acepta sugerencias de sus clientes para optimizar sus negocios, otro 12% dijo que no. Esta gran parte de sugerencias aceptadas por parte de los propietarios a más de servicio brindado es por la falta de servicios básicos que la mayoría de los propietarios no cuentan o por lo que la alcaldía de turno no se preocupa de estos elementos básicos.

¿COMÓ CONSIDERA USTED EL DESEMPEÑO DE SU SERVICIO EN SU NEGOCIO?

**CUADRO N°. 11**  
**DESEMPEÑO DEL SERVICIO DEL NEGOCIO**

¿Cómo considera usted el desempeño de su servicio en su negocio?			
ITEM	ASPECTOS	F	%
8	MUY BUENO	11	21
	BUENO	27	52
	REGULAR	14	27
	MALO	0	0
	<b>TOTAL</b>	52	100

**FIGURA. #9**



FUENTE: ANEXO (TRABAJO DE CAMPO, NOVIEMBRE 2011)  
AUTOR: GABRIEL BOHÓRQUEZ B

**Comentario:**

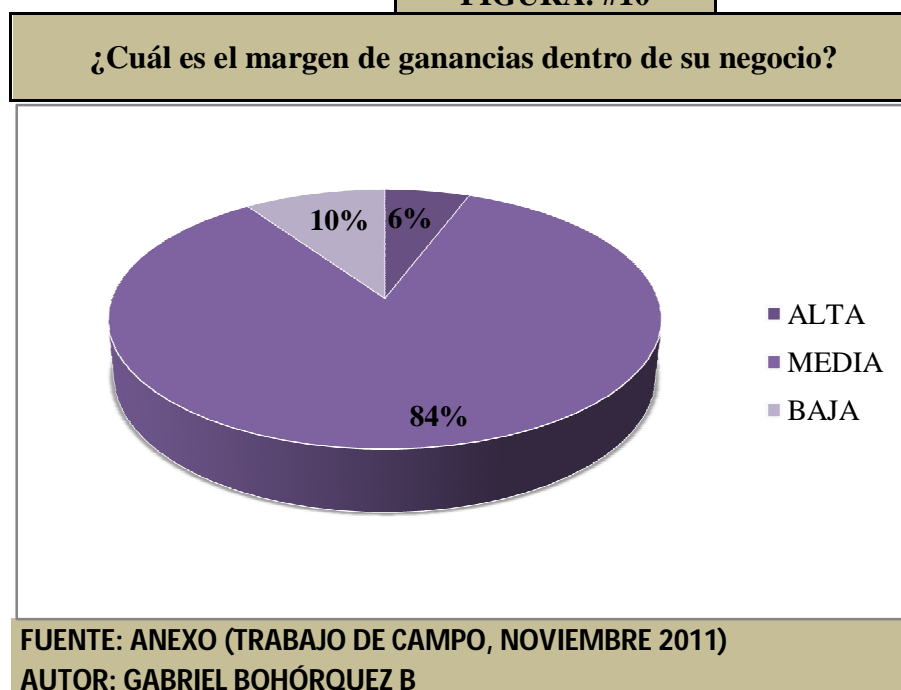
Los propietarios de comedores respondieron que el servicio del desempeño de su negocio es buena debido al agrado y satisfacción por parte del cliente que siempre regresa, un 27% contestó que regular; un 21% que si es muy bueno el servicio. Gran parte de los propietarios contestaron positivamente el servicio de sus negocios sin embargo creen que debería de mejorar para el próximo retorno del turista.

¿CUÁL ES EL MARGEN DE GANANCIAS DENTRO DE SU NEGOCIO?

**CUADRO N°. 12**  
**MARGEN DE GANANCIAS DEL NEGOCIO.**

¿Cuál es el margen de ganancias dentro de su negocio?			
ITEM	ASPECTOS	F	%
9	ALTA	3	6
	MEDIA	44	84
	BAJA	5	10
	<b>TOTAL</b>	52	100

**FIGURA. #10**



**Comentario:**

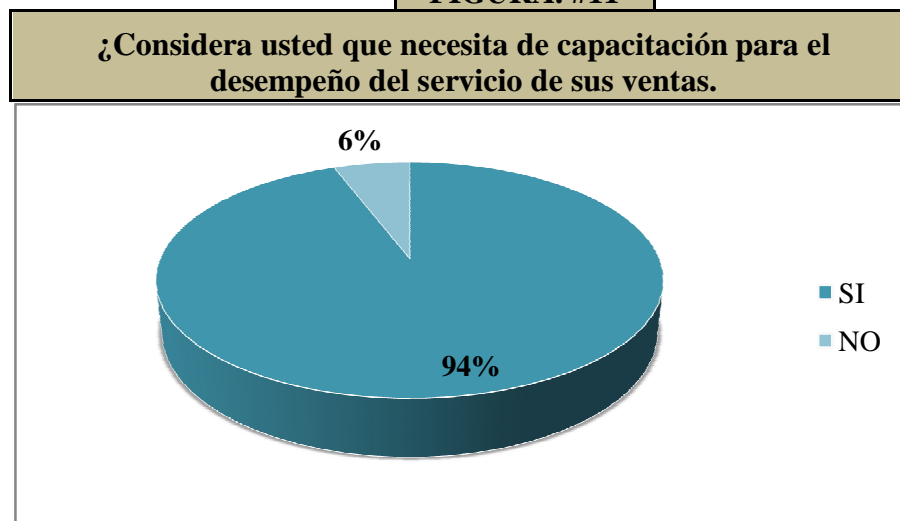
Dentro de las encuestas aplicadas a los propietarios dieron a conocer que el 84% de las ganancias son medias, otro 10% consideran que son altas y la última 6% menciona que son bajas. Esto se debe a la ubicación de comedores que se encuentran organizadas a lo largo de la playa, ya que se encuentran ubicadas estratégicamente en el centro y son las que reciben mayor número de turistas.

¿CONSIDERA USTED QUE NECESITA DE CAPACITACIÓN PARA EL DESEMPEÑO DEL SERVICIO DE SUS VENTAS?

**CUADRO N°. 13**  
**NECESIDAD DE CAPACITACIÓN PARA EL SERVICIO DE VENTAS.**

¿Considera usted que necesita de capacitación para el desempeño del servicio de sus ventas.			
ITEM	ASPECTOS	F	%
10	SI	49	94
	NO	3	6
	<b>TOTAL</b>	52	100

**FIGURA. #11**



FUENTE: ANEXO (TRABAJO DE CAMPO, NOVIEMBRE 2011)

AUTOR: GABRIEL BOHÓRQUEZ B

**Comentario:**

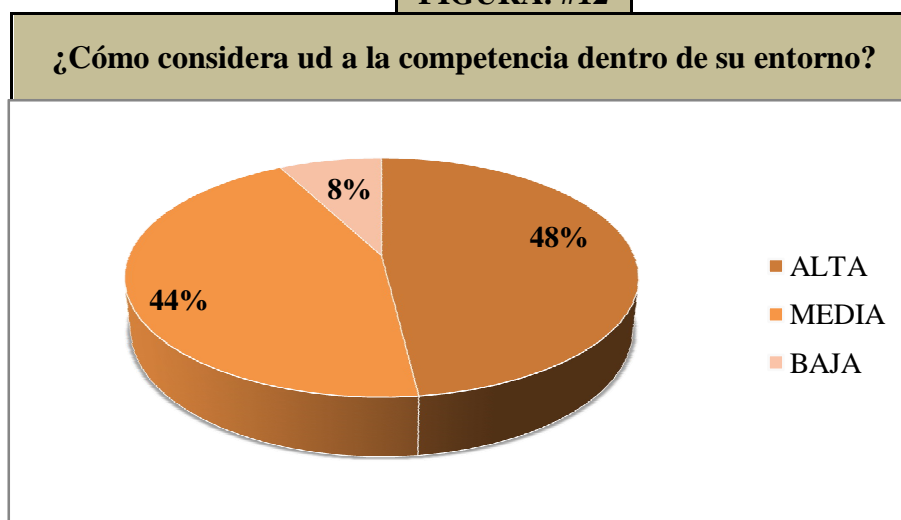
En el trabajo de campo aplicado a los propietarios dieron a conocer que un 94% de los encuestados declaró que si necesitan de capacitación para el mejor desempeño del servicio de sus ventas; otra minoría un 6% respondió que no necesita capacitación. La mayoría de los propietarios si están interesados en recibir capacitación con temas de importancia para mejorar los servicios de sus negocios.

¿CÓMO CONSIDERA UD A LA COMPETENCIA DENTRO DE SU ENTORNO?

**CUADRO N°. 14**  
**COMPETENCIA DENTRO DEL ENTORNO**

¿Cómo considera Ud. a la competencia dentro de su entorno?			
ITEM	ASPECTOS	F	%
11	ALTA	25	48
	MEDIA	23	44
	BAJA	4	8
	<b>TOTAL</b>	52	100

**FIGURA. #12**



FUENTE: ANEXO (TRABAJO DE CAMPO, NOVIEMBRE 2011)

AUTOR: GABRIEL BOHÓRQUEZ B

**Comentario:**

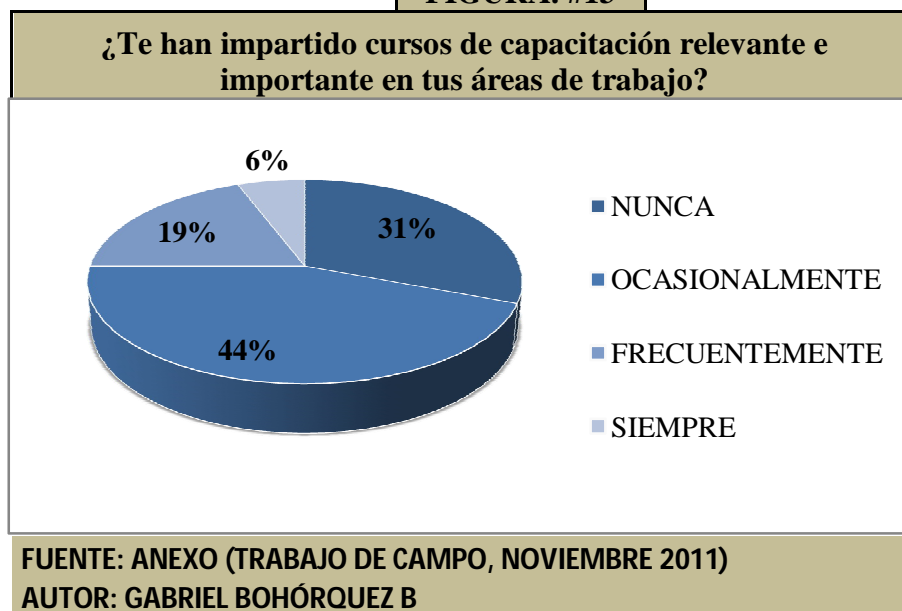
Con la ayuda de las encuestas aplicadas se averigua el grado de competencia dentro de su entorno, por lo cual contestaron que el 48% de los encuestados su nivel de competencia es alta, otro 44% que es de nivel medio y un 8% baja. Esto es resultado por la falta de requerimiento de insumos que a los clientes solicitan y no hay para satisfacerlos, a más de estos también influye la presencia de los comerciantes informales.

¿TE HAN IMPARTIDO CURSOS DE CAPACITACIÓN RELEVANTES E IMPORTANTES EN TUS AREAS DE TRABAJO?

**CUADRO N°. 15**  
**FRECUENCIA DE CURSOS DE CAPACITACIÓN IMPORTANTES**

¿Te han impartido cursos de capacitación relevante e importante en tus áreas de trabajo?			
ITEM	ASPECTOS	F	%
12	NUNCA	16	31
	OCASIONALMENTE	23	44
	FRECIENTEMENTE	10	19
	SIEMPRE	3	6
	<b>TOTAL</b>	52	100

**FIGURA. #13**



**Comentario:**

Según las encuestas aplicadas a los propietarios de la asociación podemos constatar que un 44% ocasionalmente le han impartido capacitación relevantes a sus áreas de trabajo; un 31% que nunca, un 19 % ocasionalmente y tan solo un 6% que siempre. Esto se realiza internamente a través de invitación a la asociación o externamente fuera de la asociación, por cuenta propia.

¿EXISTEN DIAS ESPECIALES PARA UN CURSO DE CAPACITACIÓN QUE SE AJUSTE A TU HORARIO DE TRABAJO?

**CUADRO N°. 16**  
**CURSO DE CAPACITACIÓN AJUSTADO A HORARIO DE TRABAJO**

¿Existen días especiales para un curso capacitación que se ajuste a tu horario de trabajo?			
ITEM	ASPECTOS	F	%
13	SI	46	88
	NO	6	12
	<b>TOTAL</b>	52	100

**FIGURA. # 14**



**FUENTE: ANEXO (TRABAJO DE CAMPO, NOVIEMBRE 2011)**  
**AUTOR: GABRIEL BOHÓRQUEZ B**

**Comentario:**

Según las encuestas aplicadas a los propietarios de comedores podemos determinar que un 88% de los encuestados manifestaron que si existen días que se ajustan a sus horarios de trabajo preferentemente que sea en días particulares y en horas de la tarde ya que los fines de semana ellos laboran, otro 12% declaró que no se ajusta a sus horarios de trabajo.



## **Conclusión de Trabajo de Campo**

Dentro de la realización de las encuestas a los miembros de la Asociación de propietarios de comedores de 15 de Julio podemos determinar que el 85% de los encuestados o en otras palabras la mayoría de los miembros les interesaría recibir capacitación ya que como muchos respondieron esto beneficiaría la imagen y la calidad de servicio del negocio. Si se sentirían motivados con la realización de una nueva capacitación ya que la última capacitación que recibieron de parte de la Universidad Católica de Guayaquil fue de mucho agrado para ellos ya que hubo incorporaciones, pero no todos llegaron al final por disponibilidad de tiempo. Pero viendo la posibilidad de otra capacitación ellos les interesarían ya que podrían reforzar temas como atención al cliente, publicidad, gastronomía según los resultados que arrojaron las encuestas ya que ellos mantienen identificadas las necesidades de sus clientes para brindar un mejor servicio y aumentar el desarrollo de su negocio así como también de estar a la par con sus competidores.

Por otra parte ante la posibilidad de llegar a dictar un curso de capacitación, la disponibilidad de tiempo sería de lunes a viernes preferentemente en horas de la tarde de 15H00 a 18h00, los fines de semana trabajan en los comedores. Por lo que los cursos de capacitación se dictarían en horarios y días donde no interfiriera con los participantes.

## **CAPÍTULO III**

### **PROPUESTA DE PLAN DE CAPACITACIÓN PARA LA ASOCIACIÓN DE PROPIETARIOS DE COMEDORES 15 DE JULIO DEL CANTÓN GENERAL VILLAMIL PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS**

#### **3.1. Servicios de la Capacitación.**

##### **Objetivo General.**

Diseñar un plan de capacitación, mediante el diagnóstico y gestión para el desarrollo de la Asociación de propietarios de comedores 15 de Julio del cantón General Villamil Playas, Provincia del Guayas.

##### **Objetivos Específicos.**

- Aplicar herramientas administrativas modernas con la debida capacitación en el servicio de alimentación.
- Proveer un plan de capacitación para que la Asociación pueda preparar a sus integrantes para la ejecución de tareas dentro de sus actividades en su empresa.
- Implementar un programa de capacitación para que la asociación genere oportunidades para el continuo desarrollo de sus integrantes, así como también para promociones internas.
- Suministrar dentro del programa un proceso de cambio para la asociación y así este pueda promover el cambio de actitud en la personas, con el único fin de crear un clima laboral más satisfactorio entre sus integrantes.

### **Ejes de la Capacitación:**

- Relaciones Humanas
- Autoestima.
- Manejo de emociones.
- Auto motivación.
- Comunicación asertiva.
- Liderazgo.
- Trabajo en equipo.
- Manejo de conflictos.

### **Actividades del Plan**

El plan de formación/capacitación contiene actividades a tres niveles:

#### **Actividades de la Capacitación**

Las actividades de capacitación propiamente dichas se realizarán, básicamente, mediante la organización talleres teóricos y prácticos, eventos orientados a recrear los conocimientos, habilidades y destrezas específicas relacionados con cada uno de los ejes definidos en este plan. A estos ejes se integraran contenidos relativos a las actividades de capacitación y estarán dirigidas principalmente a los miembros activos de la Asociación de Propietarios de comedores 15 de Julio existentes en el cantón.

#### **Actividades de comunicación y difusión**

El formato que se establecerá para el material producido dentro de esta actividad garantizara la promoción de los ejes.

El objetivo de estas actividades es el de difundir y retroalimentar a la Asociación para facilitar la organización y ejecución del evento de la

capacitación. Por lo tanto, se pondrá especial énfasis en generar un alto nivel de interés por parte de los miembros que conforman esta Asociación y su participación en las actividades de formación, capacitación que se establezcan.

La comunicación y difusión requieren de material impreso y audiovisual el mismo que debe ser reproducido de la manera más sencilla para garantizar su calidad, apego a los objetivos del proyecto pero sobre todo que sea fácil de asimilar, adicionalmente se requiere de equipos de comunicación en las áreas de intervención los cuales también requerirán de capacitación para optimizar el objetivo planteado.

Los equipos de comunicación estarán integrados por representantes principales de la Asociación, que se constituirán en consejo editorial que tendrá bajo su responsabilidad el producto comunicacional que sea definido.

La capacitación a los equipos de comunicación debe centrarse en el concepto de la comunicación como proceso hacia la autogestión comunitaria.

### **Actividades de Sistematización y Retroalimentación**

Estas actividades se orientarán a la evaluación, formulación de correctivos y desarrollo de las potencialidades de la población atendida.

Ejes fundamentales de estas actividades deben ser el logro de acuerdos a futuro entre organizaciones y grupos de la comunidad así como con instituciones presentes en el cantón.

Los resultados de las actividades de sistematización y retroalimentación serán un insumo fundamental para futuros procesos de promoción, concertación e incorporación de otros actores del desarrollo.

## **Plan de Evaluación y Monitoreo**

Volcaremos la experiencia de este proyecto en un informe final, para lo que solicitaremos de cada voluntario un informe parcial. Este informe será elaborado una vez finalizado cada taller. El informe final contendrá el relato de algunas experiencias de los asociados que hayan participado de la capacitación y hayan podido aplicarla para el fortalecimiento y desarrollo de su emprendimiento.

## **Recursos para la ejecución**

**Infraestructura física Lugar:** El Local y el mobiliario lo facilitará la Municipalidad de Playas y el apoyo del Señor Francisco Yagual (Presidente de la Asociación.)

**Infraestructura técnica:** Equipos de apoyo para las actividades de capacitación de cada modulo: retroproyector, pizarras, Papelógrafos, Laptop y diapositivas.

**Equipo humano:** Capacitadores, facilitadores y formados capaces de emprender el proceso de acuerdo a los enunciados pedagógicos, metodológicos, estratégicos y políticos del Plan de capacitación. Se propone docentes de UPSE cantón Playas.

Participantes de la Asociación de propietarios de comedores de 15 de Julio abiertos e interesados en la ejecución del plan.

**Sustento político:** Instituciones, Municipio de Playas en convenio con la Universidad Estatal Península de Santa Elena Campus-Playas y la Asociación de Propietarios de Comedores de 15 de Julio y bases comprometidas con la ejecución del plan.

## **Metodología**

- Aprender haciendo, charlas de profesionales del medio y talleres de recreación colectiva.
- El desarrollo de los talleres permitirá obtener cambios en la medida que se realiza la capacitación.
- Los talleres se desarrollaran en secciones de trabajo de acuerdo a la temática y requerimientos planteados.
- Al final de la capacitación se otorgará un certificado a los participantes que concluyan el seminario en el tiempo y normas establecidas.

El programa incluye cuatro áreas de capacitación:

- Habilidades básicas,
- Fundamentación teórica
- Habilidades didácticas
- Desarrollo de materiales didácticos
- La capacitación se realizará de manera presencial, en donde se entregarán materiales para su ejecución.

## **Evaluación:**

### **Aspectos A Evaluar**

- Satisfacción del usuario
- Desarrollo de conocimiento y habilidades
- Aplicación

### **Herramientas A Utilizar**

- Encuestas de opinión
- Exámenes de conocimientos y habilidades.
- Supervisión

**El Taller** inicia con un Módulo “Base conceptual”, que incluye elementos de teoría del aprendizaje, comunicación, participación y manejo del tiempo que sustentan la propuesta pedagógica.

El taller de capacitación, presenta algunos tipos de eventos con características relevantes; tanto teóricas como prácticas las mismas que contribuirán a que se complete todos los pasos estructurados previamente.

La Organización de un taller de capacitación está dedicada a la descripción de las diferentes tareas que es necesario realizar y decisiones que se deben tomar para que el taller se pueda llevar a cabo.

La ejecución del taller desarrolla paso a paso lo que ocurre en el proceso de capacitación y orienta sobre cómo manejar y sortear las contingencias y los requerimientos del día a día del evento y las tareas que quedan por hacer una vez haya concluido el mismo.

En la capacitación analizamos detalladamente quiénes lo conforman, qué habilidades deben tener y las responsabilidades que deben asumir para posibilitar la capacitación.

Después le ofrecemos “La Caja de herramientas” al servicio de la capacitación. Concluye con un capítulo de “Problemas”, que desarrolla una descripción amplia de los principales obstáculos que se puedan presentar en las diferentes etapas de la capacitación (antes, durante y después), proponiendo soluciones.

Por otra parte, incluimos una parte final de “Recomendaciones...” en el que le presentamos algunas sugerencias sobre cómo proceder al momento de tomar decisiones o actuar en los diferentes procesos del taller.

### **3.2. Identificación de los Principales Problemas.**

Ante la situación actual por la que atraviesan los pequeños microempresarios se debe a factores de la falta de asesoramiento y carencia de capacitación en la actividad que ha de desarrollar el propietario.

Además no existe un control adecuado interno que conlleve a una buena planificación de las actividades que se den en el negocio que impidan el mejoramiento y obtengan el beneficio del propietario del negocio así como también de políticas de personal que lleven a la productividad y organización del negocio.

En muy pocas ocasiones los propietarios de los comedores de la asociación 15 de Julio están en condiciones de desempeñar satisfactoriamente su trabajo al realizar su actividad de servicio de alimentos.

Debido a la falta de entrenamiento en las áreas de sugerencias (el recurso humano, relaciones públicas, ventas, mantenimiento) la calidad en el servicio se ve afectada ya que conforme va ocurriendo problemas los resuelven al momento viéndose en peligro la imagen del negocio.

El propósito de esta investigación ante la identificación del problema de carencia de capacitación es que al crear la propuesta del plan de capacitación para la asociación 15 de Julio, para que la pequeña empresa pueda implementarlo y de esta forma aumente el potencial y la capacidad de productividad de los propietarios y empleados de la Asociación de Propietarios 15 de Julio, ya que no cuentan con un plan de capacitación y desarrollo.

Fomentar que los propietarios de la Asociación no solo se sienta como un valor económico dentro de la empresa, sino también identifique oportunidades dentro de la misma, alguna de ellas son intelectuales, académicas y porque no tecnológicas.



Por lo tanto se debe cambiar la mentalidad de los propietarios para que, a partir de su crecimiento personal también se dé un crecimiento empresarial y también ayudaría también al crecimiento del cantón de General Villamil en la provincia del Guayas.

### **Estructura Programática del Plan.**

El Plan contiene 9 Módulos que permiten dar uniformidad a los temas para facilitar la ejecución de los talleres.

Los talleres son indispensables para establecer y dar continuidad al desarrollo auto gestionado. Sus objetivos y estructura son los siguientes:

### **3.3. Módulo 1.- Desarrollo de Planes de Comunicación Integral**

#### **Objetivo.**

Conocer las formas de integración social y la manera que ocurre la pertenencia al grupo.

LA COMUNICACION, consta de 3 partes, con los siguientes contenidos:

#### **CONTENIDO:**

##### **Tema I: La Comunicación**

- Introducción a la comunicación.
- Comunicación popular.
- Técnicas de comunicación.

##### **Tema II: Medios Impresos y Audiovisuales**

- La comunicación: base de las relaciones entre las personas

- Comunicación eficaz
- Implementación y manejo técnico.
- Definición y alcance del medio audiovisual.

### **Tema III: El Centro de Comunicación y Capacitación**

- Gerencia del centro.
- Mercadotecnia y relaciones públicas.
- Implementación y manejo técnico – caso práctico

#### **Duración**

La capacitación tendrá una duración de 9 horas en una semana, repartidas 3 horas al día, los días martes, miércoles y jueves a partir de 15:00 p.m. a 18:00 p.m.

#### **Materiales.**

Salón para llevar a cabo la capacitación, Mesas de trabajo, Papelógrafos, Pizarrón, laptop, Hojas Impresas.

### **3.4. Módulo 2.- Liderazgo**

#### **Objetivo**

Identificar el estilo de liderazgo que ejerce con su equipo de trabajo y las consecuencias que dicho estilo tiene sobre la calidad, los resultados y el ambiente laboral de su área de trabajo.

#### **Metodología.**

Revisar su propio estilo de trabajo, a la luz de un modelo de liderazgo efectivo, conocer, reflexionar y descubrir nuevos hábitos de trabajo que pueden serle útiles para iniciar un proceso de desarrollo de un equipo de trabajo de alto desempeño.

## **CONTENIDO**

### **Tema I: Introducción Liderazgo**

- La comunicación interpersonal: hablar, oír y escuchar, la importancia de los equipos
- Interacción humana en el trabajo
- Motivación de logro en el trabajo y sus consecuencias.
- El jefe ideal Liderazgo, circunstancia y efectividad.
- Detección de necesidades de formación en mi equipo de trabajo
- Integración y proceso de desarrollo de un equipo eficaz
- Compromisos personales y organizacionales Conclusión

### **Tema II: Equipos y Liderazgo.**

- La importancia de los equipos
- Equipos de trabajo auto dirigidos
- Un modelo de eficacia colectiva
- Los cuatro procesos
- Liderazgo eficaz
- Perspectiva de transformación del Liderazgo.
- Perspectiva de contingencia del Liderazgo.

### **Duración**

La capacitación tendrá una duración de 9 horas en una semana, repartidas 3 horas al día, en los días Martes, Miércoles y Jueves que será a continuación de la primera semana de participación del modulo de comunicación Integral de 15:00 p.ma 18:00p.m

### **.Materiales.**

Salón para dictar el curso de capacitación, Mesas de trabajo, Papelógrafos, Pizarrón, laptop y hojas impresas.

### **3.5. Módulo 3.- Desarrollo Empresarial.**

#### **Objetivo.**

Desarrollar las habilidades de emprendimiento que a través del programa de capacitación permitan al pequeño empresario generar ideas creativas e innovadoras para poner en acción una o varias oportunidades de negocio.

Consta de 2 Partes, con los siguientes contenidos:

#### **CONTENIDO:**

##### **Tema I: El Deseo de ser Empresario.**

- Valores y Ética del Empresario.
- Demostración diaria como empresario.
- Características de los empresarios.
- Adaptación al fracaso

##### **Tema II: El Inventario Físico:**

- Recursos Físicos
- Métodos
- Personal de Apoyo
- Contactos personales
- Tiempo disponible
- Cuadro resumen

#### **Duración**

La capacitación tendrá una duración de 6 horas en una semana, repartidas 2 horas al día Martes, Miércoles y Jueves que será a continuación de la Tercera semana de participación del Módulo de Liderazgo a partir de 15:00 p.m. a 17:00 p.m.

**Materiales.**

Salón adecuado para dictar el curso de capacitación, mesas de trabajo, Papelógrafos, Pizarrón, laptop y hojas impresas.

**3.6. Módulo 4.- Organización****Objetivo:**

Dotar a los y las participantes de todas las herramientas y técnicas necesarias para una efectiva planificación, organización ejecución y evaluación de cualquier tipo de eventos u exposición.

**Metodología:**

Para lograr las metas propuestas en este Taller desarrollaremos una metodología activa, creativa, participativa con Practicas permanentes, tanto individuales como en grupos.

**CONTENIDOS:****Tema I. La Organización de la empresa.**

- Concepto de organización.
- El organigrama. Clases de organigramas.
- Departamentalización.
- Tipos de estructura organizativa.
  - a. Estructura jerárquica o lineal.
  - b. Estructura funcional.
  - c. Estructura mixta o jerárquica-funcional (en línea y staff).
  - d. Estructura por comité.
  - e. Estructura matricial.
  - f. Estructura por divisiones.

## **Tema II.- Organización formal e informal.**

## **Tema III.- Gerencia de Organizaciones Gremiales.**

- Definición de problemas
- Políticas internas
- Estrategias, Objetivos y metas
- Plan de actividades para el gremio o asociación
- Elaboración de un presupuesto.
- Estudio de casos.

## **Tema IV. - Organización y Administración de empresas turísticas**

- La administración de la empresa turística
- Dirección estratégica la empresa turística
- Planificación y control en la empresa turística
- Dirección de la empresa turística
- Fundamentos de organización de empresas turísticas
- El diseño organizativo en la empresa turística

## **Tema 5: Distintas formas de organización empresarial.**

### **Ejemplo práctico**

#### **Duración**

La capacitación tendrá una duración de 12 horas entre 2 semanas, repartidas 2 horas al día, los días martes, miércoles y jueves que será a continuación de la cuarta semana de participación del Módulo de desarrollo empresarial a partir de 15:00 p.m. a 17:00 p.m.

#### **Materiales.**

Salón con material adecuado para dictar el seminario taller, Mesas de trabajo, Pizarrón, laptop y hojas impresas.

### **3.7. Módulo 5 - Dirección.**

#### **Objetivo.**

Aplicar la dirección de los pequeños negocios mediante la integración de objetivos y funciones que permitan ilustrar sobre el adecuado funcionamiento y seguimiento que se requiera en los negocios.

#### **Metodología.**

Un elevado nivel de comunicación con los participantes y habilidad para crear un ambiente propicio para alcanzar los objetivos de eficacia del negocio de los propietarios.

#### **CONTENIDO:**

- La Dirección como elemento dinámico de las empresas.
- Causas de Triunfo/Fracaso de las empresas.
- Funciones de la dirección
- Adecuación de las pequeñas empresas
- Continuidad y dirección de las Mypes.

#### **Duración**

La capacitación tendrá una duración de 6 horas en una semana, repartidas 2 horas al día, los días martes, miércoles y jueves que será a continuación de la primera semana de participación del Módulo de Organización partir de 15:00 a 17:00 p.m.

#### **Materiales.**

Salón adecuado para dictar el seminario taller, Mesa de trabajo, Papelógrafos, Pizarrón, laptop y demás hojas impresas.

### **3.8. Módulo 6 - Control del Pequeño Negocio.**

#### **Objetivos.**

Detallar el funcionamiento de un pequeño negocio: sus actividades y sus principales aspectos que se deben controlar.

Describir la importancia y las características de los indicadores de control empresarial, como la base conceptual para la implementación de los mismos.

Describir los principales indicadores comerciales que un pequeño negocio debe usar como modelo para todos los controles sobre el área comercial.

Analizar los indicadores operacionales y la productividad que permiten optimizar la eficiencia de tal manera que los costos y los gastos sean la base del cumplimiento de los resultados financieros.

Cuantificar el progreso realizado por los propietarios en cuanto a los objetivos marcados

#### **CONTENIDO**

- Funciones y objetivos del negocio.
- Proceso de implementación de los indicadores empresariales
- Importancia de los indicadores comerciales
- Importancia de los indicadores financieros.
- Importancia de los indicadores de productividad.

#### **Duración**

La capacitación tendrá una duración de 6 horas en una semana, repartidas 2 horas



al día, los días Martes, Miércoles y Jueves que será a continuación de la semana de participación del Módulo de Dirección a partir de 15:00 p.m. a 17:00 p.m.

### **Materiales.**

Salón con sillas Mesa de trabajo, Pizarrón, laptop y hojas impresas.

### **3.9. Módulo 7 - Dirección Comercial.**

#### **Objetivo**

Integrar conocimientos y técnicas para la dirección comercial y Desarrollar habilidades directivas para crear y dirigir equipos de venta que generen valor agregado.

#### **Metodología**

Desarrollar una metodología activa y participativa, basada en el "Método de Estudio de Casos" que alterna las exposiciones de conceptos, técnicas de análisis, con el desarrollo de casos prácticos que reflejan situaciones empresariales reales.

Incluir la realización amplia de la capacidad de aprendizaje de los participantes mediante actividades diseñadas a la vez que fortalece su liderazgo y capacidad de creación de equipos, comunicación interpersonal y creatividad en la toma de decisiones.

### **CONTENIDO**

#### **Tema 1: La Función Comercial dentro de la Asociación**

- Análisis del Sistema Comercial.
- Mercado y Entorno

- Demanda
- Segmentación del Mercado
- Comportamiento del Consumidor
- Comportamiento de compra de las Organizaciones
- Sistema de Información e Investigación Comercial
- Casos prácticos.

**Tema 2: El Sistema Comercial: Elementos Variables del Sistema y Relaciones.**

- Elementos.
- Negocio / competencia.
- Suministradores.
- Intermediarios.
- Mercado.
- Entorno.

**Variables.**

**Controlables.**

- Producto.
- Distribución.
- Precio.
- Promoción.

**No Controlables.**

- Mercado.
- Competencia.
- Entorno.
- Meta.
- Objetivos. De imagen, rentabilidad, penetración de mercado etc.
- Caso practico

### **Duración**

La capacitación tendrá una duración de 9 horas en una semana, repartidas 3 horas al día, los días martes, miércoles y jueves que será a continuación de la semana de participación del Módulo de control a partir de 15:00 p.m. a 18:00 p.m.

### **Materiales.**

Salón adecuado para el curso de capacitación, Mesa de trabajo, Papelógrafos, Pizarrón, laptop y hojas impresas.

## **3.10. Modulo 8.- Calidad de servicio.**

### **Objetivo.**

Sensibilizar a los participantes para impulsar calidad y calidez en el servicio que ofrecen, fortaleciendo su comportamiento y actitudes positivas.

Fomentar una cultura de la capacitación, cuya finalidad sea la formación, actualización y mejoramiento del servicio, logrando con ello, prestadores de servicios turísticos con el nivel de competencia laboral que el cantón requiere.

### **Tema 1: Modelo de la calidad de servicio**

Los procesos y la calidad del servicio  
Atención Personalizada Al Cliente  
Cómo medir la satisfacción del cliente  
El trabajo en equipo y el servicio  
Estándares e Indicadores de servicio  
Inteligencia Emocional para personal de servicio

### **Tema 2: Mejora continua del servicio**

Mejora de procesos de servicio  
Mejoramiento de la calidad del servicio

Recuperación de clientes disgustados

Todos tenemos un cliente: Alianzas internas para servir al cliente

Diseño de Procesos de Comunicación con el Cliente.

Establecimiento de Normas y Estándares de servicio.

Costos de calidad de servicio: El Valor de la mejora Continua

### **Duración**

La capacitación tendrá una duración de 6 horas en una semana, repartidas 2 horas al día, los días martes, miércoles y jueves que será a continuación de la semana de participación Dirección comercial Integral a partir de 15:00 p.m. a 17:00 p.m.

### **Materiales.**

Salón adecuado para el curso, Mesa de trabajo, Papelógrafos, Pizarrón, laptop y hojas impresas

## **3.11. Módulo 9.- Ventas.**

### **Objetivo.**

Elevar la autoestima, la actitud positiva y, fundamentalmente, la productividad de cada uno de los colaboradores con el fin de que puedan alcanzar sus metas personales y a su vez, el negocio pueda llegar a aquellos objetivos y anhelos esperados.

Establecer un sistema de recompensa y motivación de tal manera que todos los colaboradores puedan alcanzar sus metas personales.

Generar mayores volúmenes de ventas, debe ser implementado de forma oportuna y precisa entre los pequeños negocios para ello se expondrá dosis de iniciativa y creatividad, que consiga motivadoras recompensas para todos los participantes y a la vez el logro de sus objetivos de incrementar sus ventas.

Detallar el proceso de una venta en un negocio y la importancia que tiene el vendedor dentro de este proceso.

## **CONTENIDO.**

### **Tema 1: Introducción a las ventas**

- ¿Qué es vender?
- El cliente.
- El comportamiento del consumidor

### **Tema 2: Características del vendedor**

- Psicología del vendedor

### **Tema 3: Persuasión**

- Negociación
- Gestión del tiempo

### **Tema 4: Técnicas de venta**

- Preparación de la entrevista de ventas
- La entrevista de ventas
- Seguimiento y control de clientes
- Actitudes negativas en la venta ¿Cómo superarlas?
- Aspecto físico y emocional del vendedor.
- Fundamentos de la motivación en ventas.

### **Duración**

La capacitación tendrá una duración de 12 horas en dos semanas, que serán repartidas 2 horas al día, los días martes, miércoles y jueves que será a continuación de la semana de participación de calidad del servicio a partir de 15:00 p.m. a 17:00 p.m.

### **Materiales.**

Salón adecuado para el curso, Mesa de trabajo, Papelógrafos, Pizarrón, laptop y hojas impresas.

### **3.12. Módulo 10 - Gestión del Servicio de Ventas.**

#### **Objetivos.**

Este último modulo tiene un fin, que permitirá conocer metodologías más efectivas de ventas, que se complementa con las técnicas adecuadas para:

- Mejorar las habilidades comerciales de los vendedores.
- Mejorar las cualidades para una adecuada atención al cliente.

La conjunción de estos factores mejorara eficazmente el nivel de ventas de su negocio.

#### **CONTENIDO.**

##### **Tema 1: El Proceso de Ventas de una Empresa**

- El cliente se siente atraído a ingresar al local comercial.
- El cliente ingresa al local y percibe el aspecto físico y emocional del vendedor.
- Manejo de Objeciones
- Cierre de la venta.
- Sentimiento posterior generado en el cliente.
- Estrategias y tácticas para la venta.
- Estrategias de atención al cliente.
- Estrategias de Publicidad de bajo presupuesto.

##### **Tema 2: - Gestión de Empresas Turísticas**

- Gestión de Recursos Humanos en el Sector Turístico

- Gestión Medioambiental en la Empresa Turística
- Gestión de la Pyme Turística.
- Caso Práctico al Servicio del Cliente.

### **Duración**

La capacitación tendrá una duración de 8 horas en una semana, repartidas 2 horas al día, los días Martes, Miércoles y Jueves que será a continuación de la semana de participación del Módulo de ventas a partir de 15:00 p.m. a 17:00 p.m.

### **Materiales.**

Salón adecuado, Mesa de trabajo, Papelógrafos, Pizarrón, laptop y hojas impresas.

### **Método de trabajo y enfoque Didáctico**

El curso-taller se desarrolla con un modelo de educación de adultos, en el que los participantes construyen su aprendizaje a partir de su experiencia y la participación en el curso. Este método implica que la mayor parte del tiempo, se hacen actividades en forma individual, en parejas y en grupos pequeños para que los facilitadores integren su aprendizaje a partir de su participación en el curso: "aprender haciendo," es el enfoque del taller.

En el curso se utilizan exposiciones teóricas breves, cuestionarios de auto-diagnóstico, ejercicios prácticos y casos que implican rol, entre otros recursos didácticos. Un punto relevante que hay que señalar es que, como consecuencia del método de trabajo, los participantes logran altos niveles de auto-conocimiento, motivación, confianza y compromiso interpersonal.

**CRITERIO DE EVALUACIÓN:** el 20% son trabajos en grupo y el otro 80% Examen de Evaluación de conocimientos, realizar una exposición, elaborar un material didáctico, fundamentar su quehacer educativo en un modelo de sistematización de la enseñanza.

### 3.13. Presupuesto, Costo y Financiamiento.

#### Gastos fijos para un día de capacitación

Algunos de los gastos son cantidades pre -determinadas, por ej. el costo del equipamiento y de folletos será el mismo. El listado siguiente proporciona un ejemplo de los gastos fijos para un día de capacitación.

<b>Cuadro # 17</b>		
<b>Costo Unitario para un día de capacitación</b>		
<b>Costo Unitario</b>		
<b>Ítem</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo</b>
<b>1</b>	Local	Autogestionado
<b>2</b>	Equipamiento	\$5,00
<b>3</b>	Gastos de los capacitadores	\$5,00
<b>4</b>	Papelería	\$7,00
<b>5</b>	Folletos y hojas Informativas	\$5,00
<b>6</b>	Imprevistos	\$10,00
<b>Total</b>		<b>\$32,00</b>
<b>Fuente: (Trabajo de campo)</b>		
<b>Autor: Gabriel Bohórquez</b>		

Se necesita tener en cuenta estos costos estimativos para establecer un presupuesto general. Si bien la organización ofrecerá una capacitación, necesitará asegurarse de contar con un presupuesto, si se ofrece capacitación para 75 participantes de la Asociación, en un horario acumulado de 83 Horas el presupuesto total es de \$ 655, que se repartiría de la siguiente manera:



**Cuadro # 4**

<b>Presupuesto total de la Capacitación</b>		
<b>Costo Total</b>		
<b>Ítem</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo</b>
<b>1</b>	Local	Autogestionado
<b>2</b>	Equipamiento	\$185,00
<b>3</b>	Gastos de los capacitadores	\$415,00
<b>4</b>	Papelería	\$40,00
<b>5</b>	Folletos y hojas Informativas	\$30,00
<b>6</b>	Imprevistos	\$25,00
<b>Total</b>		<b>\$695,00</b>
<b>Fuente: (Trabajo de campo)</b>		
<b>Autor: Gabriel Bohórquez</b>		

Este presupuesto será financiado así: el 55% por parte del Municipio y la Cámara de Turismo de Playas (en convenios por el desarrollo del turismo del cantón Playas) y el otro 45% de capital propio y de la Asociación de propietario de trabajadores de comedores 15 de Julio.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.**

### **Conclusiones**

Las conclusiones a las que he llegado en la presente investigación son:

- 1.- La Asociación de propietarios de comedores de 15 de Julio en sus años de actividad no se ha preocupado en participar en capacitaciones, talleres y seminarios para todos sus miembros, debido a que no ha existido una comunicación activa integral dentro de sus miembros.
- 2.-La temática propuesta en el plan del proyecto, responde a las necesidades detectadas en la fase de diagnóstico y satisface los requerimientos previstos por los miembros.
- 3.- Cerca del 100% de los encuestados considero que la capacitación es necesaria, esto nos demuestra que en el medio se tienen necesidades de capacitación.
- 4.- Las principales razones por las que no se participe en actividades de capacitación son: el horario el mismo que no se ajusta a sus necesidades, los lugares de capacitación.
- 5.- En conclusiones generales podemos afirmar que la Asociación de Propietarios de comedores de 15 de Julio requiere un plan de capacitación para el desarrollo de emprendimiento y de calidad de servicio, para mejorar, su imagen en el medio y aumentar su rentabilidad.

## **Recomendaciones.**

Las recomendaciones es a las que hemos llegado en la presente investigación son:

- 1.-** Los miembros de la Asociación de Propietarios de comedores de 15 de Julio participen más de estas charlas talleres y seminarios para un mejor desempeño y desarrollo en sus actividades
- 2.-** Garantizar que todos los participantes del plan de capacitación reciban una completa y adecuada formación que permita desenvolverse sin dificultades en los entornos donde se desenvuelven.
- 3.-** Involucrar a la capacitación a todos los socios se convierte en estos momentos en una herramienta crucial para el éxito en los pequeños negocios, lealtad hacia la asociación.
- 4.-** Establecer horarios accesibles para los participantes para que todos se involucren y participen de los cursos-talleres y seminarios para el desarrollo de la asociación.
- 5.-** Implementar en forma imperiosa un plan de capacitación para el desarrollo de emprendimiento y de la calidad de servicio, para la asociación de propietarios de comedores de 15 de Julio para motivar e incentivar y capacitar a sus miembros, la cual le permita mejorar su imagen que brinda al cliente con una buena imagen y posición en el entorno.
- 6.-** Ejecutar en forma inmediata el plan de capacitación propuesto en este trabajo de investigación.

## BIBLIOGRAFÍA

- ALBORES PABLO (2005). Formación en nuevas tecnologías dirigida a directivos de Pymes: Conocimiento básicos que debe adquirir un directivo para aplicarlos eficazmente en su empresa, Primera Edición, Edit. Ideas Propias, Madrid – España, 180p.
- AINCIBURU MARÍA CECILIA (2008). Aspectos del aprendizaje de vocabulario, México 184 p
- ALCALDE ANA ISABEL (2006), Transformando la escuela; Las comunidades de aprendizajes, Primera Edición, Editorial Laboratorio Educativo, caracas Venezuela.103 p
- AMORÓS EDUARDO, Y OTROS (2007). Toma decisiones para negocios: Casos Prácticos, Primera edición, Edit. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo – Perú, 190p, (Volumen 2).
- AVILA BARAY HÉCTOR LUIS (2006).Introducción a la Metodología de la Investigación, Primera edición, Edit. Eumed.net, Cuauhtémoc, Chihuahua – México, 174p
- BERNAL TORRES, CESAR A (2006): Metodología de la Investigación.

- Para Administración, economía, humanidades y ciencias sociales, segunda edición, Edit. Pearson, México, 304 p.
- CABRERA ALBERTO JULIO (2006). Capacitación y desarrollo de personal, Cuarta edición, Editorial Limusa s.a. Mexico D.F. 246 p.
- CARBALLO ROBERT (2007). En la espiral de la innovación, Primera Edición, Edit. Díaz de Santos, Madrid – España, 192p.
- CLERI CARLOS (2007). El libro de las Pymes, Primera Edición, Edit. Granicas, Madrid – España, 448p.
- FEDELMAN ROBERT S (2007). Psicología con aplicación en habla hispana, Cuarta Edición, 301 p.
- DOLAN SIMÓN (2005), Las Pymes ante el desafío del siglo XXI.Los Nuevos mercados globales. Segunda Edición, Editorial Co Polanco, México, 448 p
- FRANCÉS ANTONIO (2006). Estrategia y Planes para la empresa: Con el Cuadro de Mando Integral, Primera Edición, Edit. Pearson Education, Naucalpan de Juárez – Estado de México, 507p.
- FRIEND GRAHAM, Y OTROS (2006).Cómo diseñar un plan de negocios,

Primera edición, Edit. Cuatro Media,  
Buenos Aires – Argentina, 312p,  
(Finanzas; 1)

GARCÍA CASTELLVI ANTONIO (2005), Valoración de Empresas, Primera edición, Editorial ProfitEditoril S.L. Barcelona 221 p

GARCÍA LÓPEZ JOSÉ MANUEL (2009). Administración de personal, Decima Edición, Editorial Pearson Educación, México. 700 p

GIL DEL CAMPO MIGUEL (2005), Fiscalidad de Funciones, Asociaciones y del Mecanazgo, Primera Edición mexico D.F. Grupo Noriega Editores, 977 p

LONGENECKER JUSTIN C. (2007). Administración de pequeñas empresas:enfoque emprendedor, Decima tercera edición, Edit. CengageLearning Editores, Madrid – España, 683p.

MARIÑO WILSON (2008) 100 Estrategias de Publicidad– Colección: Negocios de bajo presupuesto, Primera Edición, Editorial en Aguilar (sello editorial grupo Santillana) Quito – Ecuador, 127 p.

MARIÑO WILSON (2008) 100 Formas de Motivar a tus

vendedores – Colección: Negocios de bajo presupuesto, Primera Edición, Editorial en Aguilar (sello editorial grupo Santillana) Quito – Ecuador, 125 p.

MARIÑO WILSON (2008)

100 Negocios Familiares de baja inversión – Colección: Negocios de bajo presupuesto, Primera Edición, Edit en Aguilar (sello editorial grupo Santillana) Quito – Ecuador, 148 p.

MARIÑO WILSON (2008)

100 Tácticas de ventas para pequeñas empresas–Colección: Negocios de bajo presupuesto, Primera Edición, Edit. en Aguilar (sello editorial grupo Santillana) Quito–Ecuador, 125 p.

MARIÑO WILSON (2008)

100 Técnicas para que tu pequeño negocio crezca – Colección: Negocios de bajo presupuesto, Primera Edición, Editorial en Aguilar (sello editorial grupo Santillana) Quito – Ecuador. 125 p.

MARIÑO Wilson (2010)

100 Formas de cuidar el dinero de la pequeña empresa – Colección: Negocios de bajo presupuesto, Primera Edición, Editorial en Aguilar (sello editorial grupo Santillana) Quito – Ecuador, 140 p.

- MARIÑO WILSON (2010) 100 indicadores para controlar tu pequeño negocio – Colección: Negocios de bajo presupuesto, Primera Edición, Editorial en Aguilar (sello editorial grupo Santillana) Quito – Ecuador, 142 p.
- MEMBRADO MARTÍNEZ JOAQUÍN (2007). Metodologías avanzadas para la planificación y mejora: Planificación Estratégica, BSC/ autoevaluación EFQM/ Seis Sigma/...un sencillo enfoque integrado para las PYMES con sentido común, Primera Edición, Edit. Díaz de Santos, Madrid – España, 174p.
- MÉNDEZ ÁLVAREZ, CARLOS (2008): Metodología, Diseño y desarrollo del proceso de investigación, con énfasis en ciencias empresariales, cuarta edición, Edit. Limusa, México, 256 pág.,
- MIELGO LÓPEZ NURIA Y OTROS (2007). Como gestionar la innovación en las Pymes Primera Edición, Edit. Netbiblo, La Coruña - España, 223p.
- MONGE GONZÁLEZ RICARDO, Y OTROS (2005). TICs en las Pymes de Centroamérica: Impacto de la adopción de la tecnología de la información y la comunicación en el desempeño de las empresas, Primera



edición, Edit. IDRC, Cartago – Costa Rica, 267p.

MONTEMAYOR HERNÁNDEZ MARÍN (2006) Guía para la Investigación documental. Primera Edición, editorial Trillas 112 p

MUÑOZ CAMPOS, ROBERTO (2005). La investigación científica, paso a paso, quinta edición, Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL), Guayaquil-Ecuador. 250 p.

NAVARRO PETER (2005) Liderazgo y recursos humanos, Curso de MBA, Tercera Edición, editorial byThe McGraw-Hill Companies, Inc. Volumen 8, Nueva York – Estados Unidos, 110 p.

OMAR HORACIO SALDAÑO (2009). Metodología de la Investigación, Segunda Edición. Editorial Grupo Cye 165 p.

REY DAMELE MARCOS (2007). Plan de negocios creación de Impremex Argentina S.A, Primera edición, Edit. Universidad Católica de Córdoba, Córdoba–Argentina, 160p.

SEOANE BALAO, ELOY (2005). Estrategia para la implantación de nuevas tecnologías en Pymes: Obtenga el máximo rendimiento aplicando las TIC's en el Ámbito Empresarial, Primera Edición, Edit.

Ideas Propias, Madrid – España,  
334p.

SILÍCEO AGUILAR ALFONSO (2006) Planeación de vida y carrera, cuarta  
Edición, editorial Limusa, México.  
166 p

STEFAN ZEHLE, (2008). Como diseñar un plan de negocios,  
Primera edición, Editorial el comercio  
Buenos Aires, Argentina, 209 p

SERRA BELENGER, JUAN A. (2007) Gestión de calidad en las Pymes  
Agroalimentarias, Primera Edición,  
Edit. Universidad Politécnica de  
Valencia, Valencia – España, 458p.

RIGOBERTO RIVERA JOSÉ (2008), Estrategia de capacitación  
intercambio y difusión, Primera  
Edición, 166 p

TENNENT JOHN, Y OTROS (2008). Cómo delinear un modelo de  
negocios, Primera edición, Edit.  
Cuatro Media, Buenos Aires –  
Argentina, 320p, (Finanzas; 2)

VILLEGASAYALA SABINO (2006) Evaluación de la Administración de  
Recursos Humanos Segunda Edición  
-tara topo San Martín 265 p.

WILLIAM B. JR. Y HEINTH DAVIN (2005). Administración de recurso  
humano, Tercera edición, Editorial  
Mac Granw Hill- Canadá 428 p.

## WEB GRAFÍA

<http://74.125.93.132/search?q=cache:3EEUVD95m80J:www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/5633/3/CAPITULO%25201.doc+pymes+definicion&cd=5&hl=es&ct=clnk&gl=ec>

[http://74.125.93.132/search?q=cache:jHWt5JTjWsJ:www.geocities.com/mariajos egonzalezgervasoni/PYMES/Concepto\\_caracteriz.doc+peque%C3%B1as+y+medianas+empresas+concepto&cd=9&hl=es&ct=clnk&gl=ec](http://74.125.93.132/search?q=cache:jHWt5JTjWsJ:www.geocities.com/mariajos egonzalezgervasoni/PYMES/Concepto_caracteriz.doc+peque%C3%B1as+y+medianas+empresas+concepto&cd=9&hl=es&ct=clnk&gl=ec)

[http://docs.google.com/gview?a=v&q=cache:fc2Why31ov8J:www.injef.com/php/index2.php%3Foption%3Dcontent%26do\\_pdf%3D1%26id%3D575+peque%C3%B1as+y+medianas+empresas+concepto&hl=es&gl=ec](http://docs.google.com/gview?a=v&q=cache:fc2Why31ov8J:www.injef.com/php/index2.php%3Foption%3Dcontent%26do_pdf%3D1%26id%3D575+peque%C3%B1as+y+medianas+empresas+concepto&hl=es&gl=ec)

[www.biblioteca.uson.mx/digital/.../docs%5C17722%5CCapitulo2.pdf](http://www.biblioteca.uson.mx/digital/.../docs%5C17722%5CCapitulo2.pdf)

[http://www.wikilearning.com/monografia/el\\_empresario\\_pymeslas\\_pymes/139-1](http://www.wikilearning.com/monografia/el_empresario_pymeslas_pymes/139-1)

[www.asesoriapymes.com](http://www.asesoriapymes.com)

[www.prompyme.gob.pe/normas\\_legales.hph](http://www.prompyme.gob.pe/normas_legales.hph)

[www.gestiopolis.com/canales2/economia/pymmex.htm](http://www.gestiopolis.com/canales2/economia/pymmex.htm)

[www.pymesfuturo.com/index.php](http://www.pymesfuturo.com/index.php)

[www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/pymessilvia.htm](http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/pymessilvia.htm)

[www.eluniverso.com.ec](http://www.eluniverso.com.ec)

# **ANEXOS**

## **ANEXO 1**

### **Entrevista.**

#### **Entrevista al Presidente de la Asociación de propietarios de comedores 15 de Julio**

**Entrevistado: Sr Francisco Yagual Lázaro**

##### **1.- ¿Cuál es la finalidad del cargo que desempeña?**

El cargo que desempeño dentro de esta asociación es de Presidente de los comedores Típicos 15 de Julio como lo dice en el acuerdo Ministerial me he mantenido como presidente durante los últimos 10 años por elección popular, la finalidad de ser parte activa dentro de este núcleo es que debido a mi experiencia y conocimiento de esta área, los represento judicialmente en eventos y reuniones que realiza el municipio, con las demás asociaciones participo y busco el beneficio común de nuestra asociación.

##### **2.- ¿Qué dificultad encuentra para llevar a cabo sus funciones?**

El principal inconveniente es que no somos atendidos por las autoridades de paso, tenemos muchas necesidades y no contamos con el apoyo de los organismos públicos.

##### **3.- ¿Existe buena relación entre los miembros de la asociación?**

Si existe buena relación entre los compañeros, lo único que a veces no son participes de todas las convocatorias, si lo hacemos no es para un beneficio propio si no para la asociación progrese

**4.- ¿Ha participado de algún tipo de formación o capacitación?**

Si hemos tenido capacitación anteriormente cuando lo realizaba el PMRC (Programa de Manejo de Recursos Costeros) y también años atrás cuando lo realizaba el POP hay todos participábamos los compañeros que podían ir.

**5.- ¿Puede Identificar un problema y tomar la decisión de resolverlo?**

Puedo identificar y resolver los problemas de mi asociación y resolverlos pero los principales problemas que enfrentamos son los que necesitamos el apoyo de las autoridades de turno, nosotros presentamos propuestas pero es la tarea de ellas de atender nuestras peticiones.

**6.- ¿Usted y los demás miembros de su asociación han tenido cursos de capacitación ¿Cuál fue su experiencia relevante?**

Las experiencias han sido buena sobre todo la última capacitación en la que participamos con algunos de nuestros compañeros en la misma tuvimos prácticas y nos otorgaron un certificado de participación.

**7.- ¿Cuáles fueron los aspectos negativos de esta experiencia?**

No existen aspectos negativos.

**8.- ¿Estaría UD. y la asociación dispuesto a recibir un curso de capacitación por parte de una Institución?**

De mi parte estaría dispuesto aprender, estoy seguro que como en las encuestas mis demás compañeros quieren participar, nosotros estaríamos presentes cuando se dé la capacitación pero que sean en días en lo que no estemos ocupados por que también laboramos en las cabañas los fines de semana y feriados, seria formidable que el horario se los días lunes y jueves que estaríamos disponibles los socios.

## **Entrevista.**

### **Entrevista ala Vicepresidenta de la Asociación de propietarios de comedores 15 de Julio**

#### **Entrevista: Sra. Juliana Yagual**

##### **1.- ¿Cuál es la función del cargo que desempeña?**

Mi principal función es de ser la Vicepresidenta de la asociación, segunda en la directiva después de Francisco Yagual, en compañía de él manejamos lo concerniente a los fines de la asociación: convocatorias y diversas reuniones que tenemos con el municipio

##### **2.- ¿Qué dificultad existen en sus funciones?**

Ninguna, a través de la una correcta comunicación nos manejamos con el presidente para evitar problemas en el gremio.

##### **3.- ¿Existe buena relación entre los miembros de la asociación?**

Si existen buenas relaciones entre todos nuestros compañeros y compañeras a veces que discutimos en plena asamblea porque no todos están de acuerdo con las decisiones que se toman, analizadas volvemos a retomar nuestras buenas relaciones grupales.

##### **4.- ¿Ha participado de algún tipo de formación o capacitación?**

Si hemos participado en los talleres que dictaban el POP y el PMRC sobre programas de buenas prácticas.

**5.- ¿Puede Identificar un problema y tomar la decisión para resolverlo?**

Nosotros como asociación podemos identificar los problemas pero no siempre se pueden solucionar ya que esto es por parte de los gobiernos seccionales que no toman atención sobre necesidades como seguridad y alcantarillado, realizan obras y muchas veces las dejan inconclusas.

**6.- ¿Si Usted y los demás miembros de su asociación han tenido cursos de capacitación ¿Cuál fue su experiencia relevante?**

La última participación de capacitación fue buena,inclusive hubo practicas muchos compañeros se incorporaron y les otorgaron certificados.

**7.- ¿Cuáles fueron los aspectos negativos de esta experiencia?**

Ninguna, la capacitación última fue dictada por la Universidad Católica de Guayaquil.

**8.- ¿Estaría UD. y la asociación dispuesto a recibir un curso de capacitación por parte de una Institución?**

Si estaría dispuesto y toda la asociación también aunque algunos digan que ya no necesitan si es de mucha utilidad para uno mismo en los momentos de temporada y feriados.



## **Entrevista.**

### **Entrevista al Secretario de la Asociación de propietarios de comedores 15 de Julio**

#### **Entrevista: Sr. Santos Crespín Crespín**

##### **1.- ¿Qué cargo desempeña en la asociación?**

Soy el secretario de la asociación mi finalidad es que todo quede por escrito en el libro de actas de reuniones, y también envié las respectivas convocatorias.

##### **2.- ¿Qué dificultad encuentra para llevar a cabo sus funciones?**

Dificultad ninguna tengo como función y con el presidente Francisco y los demás miembros que se cumplan los puntos acordados en las asambleas anteriores y que se tome por escrito las resoluciones de estas.

##### **3.- ¿Existe buena relación entre los miembros de la asociación?**

Si existe buena relación entre nuestros compañeros para con la directiva y el resto de los demás socios.

##### **4.- ¿Ha participado de algún tipo de formación o capacitación?**

Si ahora último hace unos 8 meses que la universidad católica de Guayaquil ofreció curso de buenas prácticas en el plantel de Robert Stabile tuvimos certificados fue buena la acogida.

**5.- ¿Puede Identificar un problema y tomar la decisión de resolverlo?**

Si tenemos problemas necesidades propiamente dicho y nos preocupa que los organismos públicos no hagan caso de nosotros, también muchas veces no hay compromiso de los compañeros en las convocatorias a veces no todos asisten.

**6.- ¿Si Usted y los demás miembros de su asociación han tenido cursos de capacitación ¿Cuál fue su experiencia relevante?**

Como lo dije en la anterior respuesta fue buena la acogida tuvimos practicas hubo certificados firmados por la misma universidad.

**7.- ¿Cuáles fueron los aspectos negativos de esta experiencia?**

No hubo experiencia negativa único los compañeros que no estuvieron todos tal vez por falta de tiempo pero llegamos al final pocos.

**8.- ¿Estaría UD. y la asociación dispuesto a recibir un curso de capacitación por parte de una Institución?**

Por supuesto ahora que menciona si necesitamos capacitación sobre todo nos gustaría como optimizar la atención al cliente , es lo que más necesitamos para dar un mejor servicio a los turistas que vienen de otros puntos del país.

## **Entrevista.**

### **Entrevista al Tesorero de la Asociación de propietarios de comedores 15 de Julio**

**Entrevistado: Sr Nelly Cruz Orrala**

#### **1.- ¿Cuál es el cargo que desempeña?**

Soy el tesorero de la asociación de comedores de 15 de Julio.

#### **2.- ¿Qué dificultad Encuentra para llevar a cabo sus funciones?**

Ninguna nosotros en la asociación trabajamos por igual con un solo objetivo en común, el bienestar de todos los socios.

#### **3.- ¿Existe buena relación entre los miembros de la asociación?**

Si tenemos buena relación entre todos los socios especialmente entre nosotros la directiva.

#### **4.- ¿Ha participado de algún tipo de formación o capacitación?**

Si hemos tenido capacitación yo y algunos compañeros nos dieron certificados por haber participado en una capacitación que se dio ahora ultimo ya meses en el colegio que queda por la empresa eléctrica el Robert por parte de la Ciudad de Guayaquil.

#### **5.- ¿Puede Identificar un problema y tomar la decisión de resolverlo?**

Problemas existen varios, pero el mayor de ellos le concierne a la entidad Municipal.

**6.- ¿Si Usted y los demás miembros de su asociación han tenido cursos de capacitación ¿Cuál fue su experiencia relevante?**

La capacitación que tuvimos con la Universidad ahora con la Universidad fue de mucha acogida y positivismo para mí y algunos compañeros espero que vuelva a repetirse.

**7.- ¿Cuáles fueron los aspectos negativos de esta experiencia?**

Ninguno, al contrario resulto interesante por los temas que se dieron a conocer.

**8.- ¿Estaría UD. y la asociación dispuesto a recibir un curso de capacitación por parte de una institución?**

Yo y todos los miembros de mi negocio encantados, creo que todos deberíamos participarya que se presenta esta oportunidad, nosotros lo mencionaremos en las próximas reuniones que asistamos.

**ANEXO 2**

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA-ELENA  
CAMPUS - PLAYAS**



**DETERMINAR LAS NECESIDADES DE LA CAPACITACIÓN DE LA ASOCIACIÓN DE PROPIETARIOS DE COMEDORES 15 DE JULIO.**

LUGAR: \_\_\_\_\_ N°: \_\_\_\_\_

ENCUESTADOR: \_\_\_\_\_

FECHA: \_\_\_\_\_

¿LE INTERESA UNA FORMACIÓN TÉCNICA PARA USTED Y LOS MIEMBROS DE SU ASOCIACIÓN?

- A. SI ( )
- B. NO ( )

¿APOYARÍA A LOS MIEMBROS DE SU ASOCIACIÓN A ACTUALIZAR SUS CONOCIMIENTOS PARA LA IMAGEN DE SU NEGOCIO?

- A. SI ( )
- B. NO ( )

**LEA CADA UNA DE LAS OPCIONES Y MARQUE SEGÚN CORRESPONDA.**

1.- ¿HA PARTICIPADO EN ALGÚN CURSO DE CAPACITACIÓN EN EL ÚLTIMO AÑO?

- A. NUNCA ( )
- B. OCACIONALMENTE ( )
- C. FRECUENTEMENTE ( )
- D. SIEMPRE ( )

2.- ¿NECESITA UD.CAPACITACIÓN Y MAYOR FORMACIÓN PARA EL DESARROLLO DE SU NEGOCIO?

- A. SI ( )
- B. NO ( )

3.- ¿EN QUE AREAS NECESITA CAPACITACIÓN O CUALES NECESITA REFORZAR?

- A. PUBLICIDAD ( )
- B. GASTRONOMIA ( )
- C. ADMINISTRACIÓN ( )
- D.- ATENCIÓN AL CLIENTE ( )

4.- ¿HA IDENTIFICADO LAS NECESIDADES DE SUS CLIENTES?

- A. SI ( )
- B. NO ( )

5.- ¿ESCUCHA DE SUS CLIENTES Y ACEPTA SUGERENCIAS PARA OPTIMIZAR SU NEGOCIO?

- A. SI ( )
- B. NO ( )

6.- ¿COMÓ CONSIDERA USTED EL DESEMPEÑO DE SU SERVICIO EN SU NEGOCIO?

- A. MUY BUENO ( )
- B. BUENO ( )
- C. REGULAR ( )
- D. MALO ( )

7.- ¿CUÁL ES EL MARGEN DE GANANCIAS DENTRO DE SU NEGOCIO?

- A.- ALTA ( )
- B.- MEDIA ( )

C.- BAJA ( )

8.- ¿CONSIDERA USTED QUE NECESITA DE CAPACITACIÓN PARA EL DESEMPEÑO DEL SERVICIO DE SUS VENTAS?

A. SI ( )

B. NO ( )

C. TAL VEZ ( )

9.- ¿CÓMO CONSIDERA UD A LA COMPETENCIA DENTRO DE SU ENTORNO?

A. ALTA ( )

B. MEDIA ( )

C. BAJA ( )

10.- ¿TE HAN IMPARTIDO CURSOS DE CAPACITACIÓN RELEVANTES E IMPORTANTES EN TUS AREAS DE TRABAJO?

A. NUNCA ( )

B. OCACIONALMENTE ( )

C. FRECUENTEMENTE ( )

D. SIEMPRE ( )

11.- ¿EXISTEN DIAS ESPECIALES PARA UN CURSO DE CAPACITACIÓN QUE SE AJUSTE A TU HORARIO DE TRABAJO?

A. SI ( )

B. NO ( )

¿Qué DIAS?

---

---

**Gracias**

## **ANEXO 3**

### **ASOCIACIÓN DE PROPIETARIOS DE COMEDORES “15 DE JULIO”**

#### **ESTATUTOS**

#### **CAPÍTULO I**

##### **DENOMINACIÓN Y DOMICILIO**

**ART. 1.-** Con domicilio en el Cantón Playas, Provincia del Guayas, se constituye la Asociación de Propietarios de Comedores “15 de Julio” como una Corporación de derecho Privado regulada por disposiciones del título XXIX libro primero del código civil.

#### **CAPÍTULO II**

##### **CONSTITUCIÓN Y DURACIÓN**

**ART. 2.-** La Asociación de Propietarios de Comedores “15 de Julio” Constituido por comerciantes que viven en el Cantón Playas, que participen en la Asamblea General Constitutiva y suscriban el acta correspondiente, así mismo los que desearan participar voluntariamente en las actividades de la Asociación y se Asocien al mismo posteriormente.

**ART. 3.-** Su duración será indefinida pero se disolverá y liquidara por voluntad mayoritaria de sus socios expresados en Asamblea General o por mandato legal.

#### **CAPÍTULO III**

##### **OBJETIVOS Y FINES**

**ART. 4.-** Los objetivos y fines de la Asociación de Propietarios de Comedores “15 de Julio” son los siguientes:



- a) Constituye legalmente y ser reconocidos a nivel local y nacional.
- b) Capacitar y fortalecer institucionalmente.
- c) Lograr una adecuada comercialización de los alimentos.
- d) Mejorar la calidad de vida de los asociados.
- e) Coordinar acciones y promover acuerdos entre autoridades, usuarios y organizaciones afines a la actividad turística.
- f) Respetar las reglas y los reglamentos como la de los presentes estatutos
- g) Respetar las vedas de camarón, langosta, cangrejos.
- h) Organizar taller o actividades de capacitación para adquirir técnicas de higiene y salud para la preparación de alimentos.
- i) Mejorar la infraestructura acorde al desarrollo turístico
- j) Usar y proteger los recursos naturales.
- k) Contribuir al desarrollo turístico de Playas.

**ART. 5.-** La Asociación de Propietarios de Comedores “15 de Julio”. Para lograr todos los objetivos determinados en el Art. 4 del presente Estatuto se cogerá a todos los medios legales permitidos por la Constitución y leyes vigentes de la República del Ecuador.

**ART. 6.-** La Asociación de Propietarios de Comedores “15 de Julio”, no podrá intervenir en actos políticos, raciales, laborales, sindicatos ni religiosos.

#### **CAPÍTULO IV DE LOS SOCIOS**

**ART 7.-** Son socios de la Asociación de Propietarios de Comedores “15 de Julio”.

- a) Las personas mayores de 18 años edad que vivan y laboren en el sector y que hayan suscrito el acta de constitución de la Asociación de Propietarios de Comedores “15 de Julio”.

- b) Las personas mayores de 18 años de edad que viven en la comunidad y que con posterioridad a la constitución solicitaren por escrito el deseo de pertenecer a la Asociación de Propietarios de Comedores “15 de Julio.”

**ART. 8.-** Son deberes de los socios.

- a) Cumplir y hacer cumplir el presente Estatuto y demás resoluciones determinadas por la Asamblea General del Directorio.
- b) Coadyuvar en forma efectiva para el cumplimiento de los objetivos y fines de la Asociación
- c) Asistir a las asambleas Generales Ordinarias y extraordinarias que fueren convocados por el directorio.
- d) Cumplir con las comisiones que les encomendaren
- e) Pagar completamente las cuotas ordinarias y extraordinarias dispuestas por la Asamblea General.
- f) Guardar respeto y consideración entre los socios de la Asociación de Propietarios de Comedores “15 de Julio”.
- g) Participar en forma directa en todos los actos sociales, culturales, deportivos y otros, que la Asociación de Propietarios de Comedores Típicos realice.
- h) Presentar a consideración del directorio o de la Asamblea General todo tipo de proyectos que permita el cumplimiento de los objetivos y finalidades de la Asociación de Propietarios de Comedores “15 de Julio”.
- i) Defender con lealtad a la organización así como la unidad de los socios.
- j) Guardar absoluto reserva de los estatutos tratados dentro de la Asamblea general, para no perjudicar los intereses de la Asociación.
- k) Los demás que determinen el estatuto y el reglamento Interno.

**ART. 9.-** Son derechos de los socios:

- a) Tener voz y voto en todas las Asambleas, así como de elegir y ser elegidos y ser elegidos para cualquier cargo Directivo o Comisión de la Asociación.

- b) Solicitar a los socios de la Directiva cualquier información que considere conveniente sobre los asuntos relacionados con la marcha administrativa y financiera de la Asociación.
- c) Denunciar ante la Asamblea General o Directorio los hechos graves que atentan contra la buena marcha de la Asociación.
- d) Gozar de todos los beneficios que establezca en provecho e sus socios
- e) Las demás que determine el Estatuto y Reglamento interno.

**ART. 10.-** La calidad de socios se pierde por:

- a) Retiro Voluntario
- b) Cuando deje de realizar la actividad para la cual se creó la asociación
- c) Muerte
- d) Resolución de Asamblea General, conforme a los casos establecidos en el artículo 12.

**ART. 11.-** El ingreso y salida de uno o más socios por cualquier circunstancia debe ser comunicado a la subsecretaría del litoral para su registro previa resolución.

**ART. 12.-** El socio que no cumplieren las disposiciones del presente Estatuto o a las resoluciones de los órganos directivos se harán acreedores según la gravedad de la falta a las siguientes sanciones:

- a) Amonestación verbal
- b) Amonestación Escrita
- c) Multa
- d) Suspensión temporal
- e) Expulsión

**ART. 13.-** El socio puede ser amonestado en forma verbal o escrita verbal o escrita por el directorio a la Asamblea General cuando no concurran a las sesiones que han sido convocadas previamente, y no justifiquen su inasistencia.

**ART. 14.-** El socio puede ser sancionado con multa cuando injustificadamente ha dejado de asistir a dos sesiones que previamente ha sido convocada.

**ART. 15.-** El socio puede ser suspendido temporalmente cuando reincidan en las infracciones de los Art. 13 y 14 o que no se encuentren al día de sus obligaciones contemplados en el Estatuto o Reglamento Interno.

**ART. 16.-** El socio puede ser expulsado por resolución de Asamblea General de acuerdo a los siguientes casos:

- a) Por fraude o desfalco cometido por la Asociación sin perjuicio de la acción penal correspondiente.
- b) Por reincidencia en escándalo, agresión o falla grave a sus compañeros dentro del seno de la Asociación.
- c) Cuando por sentencia ejecutoria dictada por los tribunales penales de la República del Ecuador el socio haya sido condenado a pena preventiva de su libertad.

**ART. 17.-** Para que la Expulsión surta efecto legal será necesario abrir un expediente en el que consten todas las agravantes y del mismo modo todas las atenuantes que pudieran presentar el o los implicados, en todo caso, esta sanción no podrá ejecutarse sin haberse dado la oportunidad a la defensa de el o los implicados que figuran como socios.

**ART. 18.-** Toda sanción será susceptible de apelación ante la asamblea general la misma que en última instancia será la que ratifique o rectifique la sanción, para ello se requiere de un dictamen legal por parte del Directorio y adoptada por lo menos de las dos terceras partes de sus socios.

**ART. 19.-** El socio afectado podrá apelar la resolución que le afectaren en caso de ser absuelto recobrar sus derechos.

**ART. 20.-** Se consideran infracciones del Directorio:

- a) Desarrollar actividades dentro y fuera de la Institución que afecte el prestigio de ella.
- b) Infringir el estatuto y el reglamento interno vigente.
- c) Negligencia en el cumplimiento de sus funciones.
- d) Inasistencia sin justificación a Asamblea Ordinaria y Extraordinaria que le fueren convocadas.

**ART. 21.-** se consideran infracciones de los socios:

- a) Infringir el estatuto y el reglamento.
- b) Irrespeto a los miembros del Directorio de la Asociación
- c) Negligencia o deficiencia en el cumplimiento de sus deberes.
- d) Desarrollar dentro y fuera de la Asociación actividades que afecten el prestigio de él.
- e) Incumplimiento a las resoluciones del directorio.
- f) Usar el nombre de la Asociación para fines ajenas a los objetivos que persigue la asociación.
- g) Las demás que contemplen el Estatuto y el reglamento

## **CAPITULO VI ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN**

**ART. 22.-** La dirección Administrativa y de vigilancia estará a cargo de los siguientes Órganos Administrativos:

- a) La Asamblea General
- b) El Directorio
- c) Las Comisiones Especiales que se designaren si el caso lo amerita.

**De La Asamblea General.**

**ART. 23.-** La Asamblea Generales la máxima autoridad de la Asociación de Propietarios de Comedores “15 de Julio” y la integran todos los socios en goce de

sus derechos y sus decisiones serán tomadas por mayoría de votos, y estará precedida por el Presidente quien tendrá voto.

**ART. 24.-** La Asamblea General será Ordinario y Extraordinario. Las asambleas Ordinarias se efectuaran cada 30 días (Una vez al mes) y las Asambleas Extraordinarias se efectuaran cada vez que el caso lo requiera a criterio del Presidente, a pedido del Directorio o del 25% más uno de sus socios la misma que será convocada con 18 horas de anticipación, puntualizándose los puntos a tratarse en dicha sesión.

**ART. 25.-** Las Asambleas Ordinarias y Extraordinarias serán presididas por el Presidente o quien haga sus veces y con el Secretario, firmaran las actas correspondientes como también los documentos emanados por esta.

**ART. 26.-** En la citación que se haga para la Asamblea General Ordinaria además de señalar el orden del día, la hora, el lugar y la fecha de reunión se deberá indicar que de no haber el quórum para la hora señalada, los socios que darán citados para una segunda vez una hora después de la primera citación realizándose la misma con el número de socios que haya concurrido.

**ART. 27.-** Las resoluciones acordadas en Asamblea General Ordinaria y Extraordinarias, así como los del Directorio deberán ser acatadas por todos sus socios.

**ART. 28.-** Son atribuciones de la Asamblea:

- a) Elegir cada año el directorio
- b) Aprobar todos los proyectos relacionados con las actividades de la Asociación.
- c) Autorizar la adquisición y gravamen de los bienes de la Asociación de Propietarios de Comedores “15 de Julio”.

- d) Determinar las cuotas de ingreso Ordinarias y Extraordinarias que se estimen convenientes.
- e) Resolver sobre las reformas que se quieren hacer al estatuto y someterlo a la aprobación legal al ministerio de bienestar social.
- f) Interpretar en primera y última instancia el Estatuto y reglamento internos en caso de duda.
- g) Resolver cualquier asunto que afecte a la Asociación y que no sea competencia de otro organismo o autoridad de acuerdo a la ley y al Estatuto.
- h) Tomar las decisiones necesarias para el cumplimiento de los fines de la asociación.
- i) Aprobar el ingreso de los socios
- j) Realizar o verificar la expulsión de un socio o socios que resultaren culpables de malversación de fondos u otro acto que implique tomar la decisión d expulsión.
- k) Llenar las vacantes del Directorio en caso que faltare uno o más socios.
- l) Cumplir con todas las demás actividades que permita a la Asociación de Propietarios de Comedores “15 de Julio” el cumplimiento de sus objetivos y fines, siempre que no violen disposiciones legales.

#### **Del Directorio.**

**ART. 29.-** El Directorio de la Asociación de Propietarios de Comedores “15 de Julio” estará conformado por los siguientes socios: Un presidente, un Vicepresidente, Un secretario, un Tesorero, tres vocales principales.

**ART. 30.-** El Directorio de la Asociación durara un año en sus funciones pudiendo reelegidos sus socios total o parcialmente para un nuevo periodo terminado el cual deberá transcurrir un año para una nueva elección.

**ART. 31.-** El Directorio sesionara por lo menos una vez cada 15 días y sus resoluciones serán tomadas por mayoría de votos dirimente. Las sesiones serán

convocadas por el Presidente o quien haga las veces y por el secretario, las mismas que deberán ser convocadas con 48 horas de anticipación.

**ART. 32.-** Los miembros del Directorio no tendrán parentesco entre si comprendido hasta el 4to. Grado de consanguinidad y 2do. Grado de afinidad.

**ART. 33.-** Lo dirigentes de la asociación que cumplan funciones ingentes a su calidad a los socios que cumplan comisiones de la organización, no gozaran de remuneraciones alguna, ni estarán amparadas por el código de trabajo ni ley de seguro social.

**ART. 34.-** Son atribuciones de la Directiva.

- a) Cumplir y hacer cumplir el Estatuto, el reglamento Interno.
- b) Organizar la Administración de la Asociación.
- c) Elaborar el plan de trabajo y el presupuesto sobre las actividades a cumplir en el periodo de su administración y ponerle a consideración en Asamblea General para su aprobación.
- d) Estudiar y formular los proyectos de informes del Estatuto y reglamentos conforme a las necesidades de la Asociación de Propietarios de Comedores “15 de Julio”.
- e) Fiscalizar los fondos e inversiones de los empleados de la Asociación que manejen fondos para asuntos administrativos.
- f) Integrar las comisiones que estimen convenientes para cumplir con los objetivos de la Asociación.
- g) Presentar el informe de la Asociación sobre las labores desempeñadas cada dos meses en Asamblea General por medio del Presidente.
- h) Ejercer las demás atribuciones que señale el Estatuto.

**ART. 35.-** Los miembros del Directorio cesaran en sus funciones y sus cargos podrán ser declarados vacantes por la Asamblea General en los siguientes casos.



- a) Cuando legalmente sean reemplazados por elección popular y posesión de los nuevos dignatarios para el periodo el cual fueron elegidos.
- b) Sera declarado vacante el cargo cuando el socio sin causa justificada faltare en tres sesiones alternas y dos sesiones consecutivas.
- c) Por manifestar inoperancia para el cargo cuando el socio sin causa justificada faltare en tres sesiones alternas y dos sesiones consecutivas.
- d) Por deslealtad reiterada al trabajo que ejecutare la Directiva y por indisciplina.

### **Del Presidente.**

**ART. 36.-** Son obligaciones del Presidente:

- a) El presidente es el representante judicial y extrajudicial de la Asociación y por lo tanto responderá de la buena marcha de la Organización.
- b) Presidir las reuniones y demás actos sociales de la Asociación.
- c) Convocar a sesiones de Asamblea General y del Directorio.
- d) Vigilar el cumplimiento del Estatuto y Reglamento acorde a la ley, así como hacer cumplir las resoluciones de la Asamblea General y del Directorio.
- e) Presentar el informe general para la aprobación del Directorio y de la Asamblea General, lo mismo que el estado financiero y balance económico conjuntamente con el tesorero.
- f) Firmar conjuntamente con el secretario las notas de Asamblea ordinaria, Extraordinarias y del Directorio.
- g) Vigilar se haga efectiva las sanciones que establezcan el Estatuto y el Reglamento.
- h) Ejercer las demás atribuciones que señale el Estatuto y el Reglamento.

### **De los Vocales.**

**ART. 40.-** Los vocales principales serán los integrantes natos de las diversas comisiones de conformidad con las necesidades de la organización se crearan. Por otra parte deberán reemplazar al presidente en caso de no poderle el

vicepresidente, y así sucesivamente de acuerdo al orden de elección de dignidades del Directorio.

## **CAPITULO VII DEL PATRIMONIO.**

**ART. 41.-** El patrimonio de la Asociación estará constituido por sus bienes y fondos.

**ART. 42.-** Son bienes de la Asociación.

- a) Las cuotas ordinarias y extraordinarias de los socios.
- b) Los legados y donaciones que reciba de personas e instituciones públicas y privadas, previo beneficio de inventario.

**ART. 43.-** Son fondos de la Asociación:

- a) Los bienes que obtenga por la legalización de diversas actividades acordes con su naturaleza.
- b) Las contribuciones de los socios por concepto de cuotas, multas y donaciones.
- c) Cualquier otro recurso que le corresponda o pueda crearse a su favor directa o indirectamente, previo beneficio de inventario.

## **CAPITULO VIII DE LAS ELECCIONES.**

**ART. 44.-** Faltando cuatro semanas como mínimo para cumplir el periodo de la Directiva saliente, el Presidente convocara a una Asamblea General para elegir el Tribunal Electoral.

**ART. 45.-** Las elecciones serán convocadas por el Tribunal Electoral.

**ART.46.-** El Tribunal Electoral lo conformaran cuatro socios con voz y voto.

**ART. 47.-** El Tribunal Electoral en su primera sesión elegirá entre sus socios que la integren el presidente y Secretario del mismo.

**ART. 48.-** El reglamento de elecciones deberá ser elaborado por los miembros del Tribunal Electoral y dado a conocer a los socios por lo menos con ocho días de anticipación.

## **CAPITULO IX DISPOSICIONES GENERALES**

**ART. 49.-** El presente Estatuto se pondrá en vigencia y se aplicara sus disposiciones luego de que sea aprobado por el Ministerio de Bienestar Social.

**ART. 50.-** Cualquier reforma al presente Estatuto podrá hacerlo la Asamblea General después de un año de su aprobación legal.

**ART. 51.-** El Reglamento Interno para su aplicación debe ser aprobado por la Asamblea General de Socios y registrado en la Subsecretaria del Litoral para resolución.

## **CAPÍTULO X DISOLUCION Y LIQUIDACION**

**ART. 52.-** La Asociación de Propietarios de Comedores “15 de Julio”, del Cantón Playas, Provincia del Guayas se disolverá cuando deje de cumplir con las finalidades para las que se constituyó, por resolución mayoritaria de sus socios expresada en Asamblea General, efectuada en tres fechas diferentes por bajar sus socios a un número menor del 50% y de acuerdo a las disposiciones de la ley vigente en la República del Ecuador; una vez disuelta los bienes de la Asociación de Propietarios de Comedores “15 de Julio” pasaran donde termine la última Asamblea.

## **LISTA DE SOCIOS FUNDADORES**

### **NOMBRES**

Ávila Marina Esther  
Banchón Yagual Virginia Dely  
Bohórquez Yagual Primitiva M.  
Carranza delgado Washington V.  
Crespín Crespín Alberta Dionisia  
Crespín Crespín Daniel Bolívar  
Crespín Crespín Efigenia  
Crespín Crespín Eusebio Fausto  
Crespín Crespín Paulina  
Crespín Crespín Santos Macario  
Crespín Flores Colombia G.  
Crespín Flores Justina Lidia  
Crespín Flores Patricia Elizabeth  
Crespín Mejía Petra Benita  
Crespín vera Virgilio Martin  
Yagual María Concepción  
Crespín Yagual Virginia  
Cruz Barrera Félix Aurelio  
Cruz Flores José Doroico  
Cruz Orrala Nelly Carmito  
Del Pezo Rodríguez Elvira Luz  
Escalante Yagual Jacinta M.  
Escalante Yagual Rita Fanny  
Flores Gutiérrez Tomás K.  
Flores Yagual Matilde  
García Sicouret Carmen Mercedes  
García Yagual Ángela Nieve.

## ANEXO 4

### FOTOGRAFIAS

#### Entrevista Con El Presidente De La Asociación

Foto #1



Foto #2



Fuente: Trabajo de Investigación

Elaborado por: Gabriel Bohórquez

#### Entrevista con el Secretario de la Asociación

Foto #3



Foto #4



Fuente: Trabajo de Investigación

Elaborado por: Gabriel Bohórquez

## Entrevista con la Vicepresidenta de la Asociación

Foto #5



Fuente: Trabajo de Investigación

Elaborado por: Gabriel Bohórquez

Foto #6

Algunos Comedores o cabañas de la Asociación



Fuente: Trabajo de Investigación

Elaborado por: Gabriel Bohórquez

Foto #7

