



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**“PLAN ASOCIATIVO APLICADO A LAS MODISTAS
DE LA CABECERA PARROQUIAL DE CHANDUY,
CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE
SANTA ELENA, AÑO 2013”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: ANITA MARÍA RODRÍGUEZ FLORES

TUTOR: ING. SOFÍA LOVATO TORRES MBA.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

La Libertad, abril del 2013

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación: “PLAN ASOCIATIVO APLICADO A LAS MODISTAS DE LA CABECERA PARROQUIAL DE CHANDUY, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”, elaborado por la Srta. Anita María Rodríguez Flores, egresada de la Carrera de Ingeniería en Desarrollo Empresarial, Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

Atentamente.

.....

Ing. Sofía Lovato Torres. MBA.

TUTOR

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi familia, especialmente a mis padres, quienes me enseñaron a luchar para alcanzar mis metas, aportando lo mejor de ellos, para que yo sea una persona de bien, responsable y empeñosa, especialmente por sus sabios consejos.

Mi triunfo es el de ustedes por acompañarme en cada momento, en cada acción que he emprendido, y ser siempre mi más ferviente inspiración. A mis hermanos quienes con su apoyo y comprensión, me han motivado a continuar mi carrera profesional.

ANITA

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la fortaleza necesaria para cada momento y concederme sabiduría, bendiciéndome con la posibilidad de alcanzar las metas trazadas en mi vida.

Quiero darles las gracias a todos los profesores que hicieron de mí una buena estudiante, y a quienes me orientaron durante toda mi formación académica para llegar a ser una profesional.

ANITA

TRIBUNAL DE GRADO

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

Econ. Félix Tigrero González, MSc.
**DIRECTOR DE ESCUELA
INGENIERÍA COMERCIAL**

Ing. Jessica Linzán Rodríguez MSc.
PROFESOR DEL ÁREA

Ing. Sofía Lovato Torres MBA.
TUTOR

Abg. Milton Zambrano Coronado MSc.
SECRETARIO GENERAL – PROCURADOR

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**PLAN ASOCIATIVO APLICADO A LAS MODISTAS DE
LA CABECERA PARROQUIAL DE CHANDUY,
CANTÓN SANTA ELENA,
PROVINCIA DE SANTA ELENA**

Autor: Anita María Rodríguez Flores.

Tutor: Ing. Sofía Lovato Torres MBA.

RESUMEN

El presente trabajo es realizado en la cabecera parroquial de Chanduy, cantón y provincia de Santa Elena, en base a argumentos obtenidos acerca de la actividad de corte y confección a la que se dedica cierta parte de la población femenina de la localidad. Determinándose que dicha labor realizada de manera artesanal puede llegar a formalizarse e industrializarse, dado que las damas que ejercen el oficio poseen conocimientos del proceso y técnicas de confección; habilidades que empleadas adecuadamente generarían un mejoramiento competente en el campo de la modistería. Es por ello que se manifiesta la creación de un plan de asociatividad dirigido a este segmento de la población, para que las modistas cuenten con la motivación, bases y estructuras apropiadas para llevar a cabo la implementación de esta propuesta. La misma que consta de cuatro capítulos acoplados al desarrollo de la planificación asociativa. El enfoque central se da en las necesidades, causas y posibles resoluciones que se tienen sobre la problemática. Principalmente se hace referencia a la teoría, conceptos, términos y definiciones de la asociatividad, los elementos intervinientes, así también al marco situacional del proyecto. Luego se desarrolla el proceso metodológico, en el que se muestra la investigación, métodos y técnicas utilizados. El contenido de datos y cifras determinantes al momento de realizar el estudio, mediante la encuesta y la entrevista, con la que se logra la obtención de la información. Finalmente se establece la propuesta para enfrentar la situación actual, enfocándose en los conocimientos requeridos para desarrollar una asociatividad, los fundamentos para su realización, estrategias a implementar, funciones de las participantes, y puntos primordiales necesarios para la ejecución.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN	vii
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE CUADROS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS	xv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	5
MARCO TEÓRICO	5
1.1. Antecedentes del tema	5
1.1.1. Contexto general de la asociatividad	6
1.1.2. Contexto de la asociatividad en Ecuador	8
1.1.3. Contexto del sector textil en general	11
1.1.4. Contexto del sector textil en Ecuador	15
1.2. Marco conceptual	18
1.2.1. Plan asociativo.	18
1.2.1.1. La planificación	18
1.2.2. Asociatividad	21
1.2.2.1. Asociatividad empresarial	27
1.2.2.2. Tipos de redes asociativas	34
1.2.3. Contexto de competencia	38

1.2.3.2. Tipos de competencias	39
1.2.3.2. Evaluación de competencias	42
1.3. Fundamentación legal.	46
1.4. Marco situacional	48
CAPÍTULO II	54
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	54
2.1. Diseño de la investigación.	54
2.2. Modalidad de la investigación.	54
2.3. Tipos de investigación.....	55
2.3.1. Investigación bibliográfica.....	55
2.3.2. Investigación participativa.	55
2.3.3. Investigación de campo.....	56
2.4. Métodos de investigación.....	56
2.4.1. Métodos cuantitativo y cualitativo.....	56
2.4.2. Método deductivo.....	57
2.4.3. Método inductivo.	57
2.4.4. Método analítico - sintético.....	58
2.5. Técnicas de investigación.	58
2.5.1. La fuente primaria.	59
2.5.2. La fuente secundaria.	61
2.6. Instrumentos de la investigación.....	62
2.7. Población y muestra.	64
2.8. Procedimientos de la investigación.....	70
CAPÍTULO III	73
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	73
3.1. Análisis de resultados de la observación.....	73
3.2. Análisis de resultados de las entrevistas.	74

3.3. Análisis de resultados de las encuestas.	84
3.4. Conclusiones y recomendaciones.	99
CAPÍTULO IV	101
PLAN ASOCIATIVO APLICADO A LAS MODISTAS DE LA CABECERA PARROQUIAL DE CHANDUY, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013	101
4.1. Antecedentes.	101
4.2. Justificación.....	101
4.3. Metodología.	102
4.4. Objetivos.	104
4.4.1. Objetivo general.	104
4.4.2. Objetivos específicos.	104
4.5. Marco de origen	105
4.5.1. Entorno de chanduy.....	105
4.5.2. Diagnóstico y análisis sectorial.....	107
4.5.3. Marco de análisis.....	107
4.5.4. Ejes del proyecto.	108
4.5.5. Plan de acción.	109
4.6. Competencias laborales.....	111
4.6.1. Proceso evaluativo.	112
4.6.2. Técnicas de evaluación.	118
4.7. Descripción de la asociatividad.....	124
4.7.1. Ubicación y tamaño.....	124
4.7.2. Misión.	125
4.7.3. Visión.	125
4.7.4. Principios y valores.	125
4.7.5. Lineamientos.	127
4.7.6. Políticas.	127
4.7.7. Objetivos.	128

4.7.7.1. Objetivo general	128
4.7.7.2. Objetivos específicos	128
4.8. Análisis situacional F.O.D.A.	129
4.9. Términos y definiciones.....	132
4.9.1. Maestras modistas.	133
4.9.2. Herramientas de trabajo.	134
4.9.3. Máquinas de coser.....	136
4.10. Actores del modelo.	139
4.10.1. Sensibilización entre los actores.	140
4.11. Estructura organizacional.....	144
4.11.1. Análisis de puestos.....	143
4.12 Diagrama de flujo.....	151
4.13. Modelo de Michael Porter.....	153
4.14. Estrategias de mercadeo.	155
4.14.1. Función del marketing.....	155
4.14.1.1. Objetivos de la mercadotecnia	156
4.14.1.2. Estrategia para el mercado	157
4.15. Impacto ambiental.....	164
4.15.1. Sistema de evaluación de impacto ambiental.....	164
4.15.1.1. Etapa 1. Identificación y clasificación.	164
4.15.1.2. Etapa 2. Preparación de análisis.....	166
4.15.1.3. Etapa 3. Clasificación y decisión.	167
4.15.1.4. Etapa 4. Seguimiento y control.	167
4.16. Presupuesto.	167
CONCLUSIONES	178
RECOMENDACIONES	179
BIBLIOGRAFÍA	180
ANEXOS	183

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
Cuadro # 1. Operacionalización de variables.....	3
Cuadro # 2. Participación textilera en las provincias.....	16
Cuadro # 3. Características de las competencias laborales	43
Cuadro # 4. PEA por ramas de actividad económica.....	51
Cuadro # 5. Poblados de la parroquia Chanduy.....	53
Cuadro # 6. Población de la parroquia Chanduy.....	67
Cuadro # 7. Tasa de crecimiento de la parroquia.....	68
Cuadro # 8. Clasificación de género de la población.....	68
Cuadro # 9. Población de la cabecera parroquial de Chanduy.....	69
Cuadro # 10. Clasificación por edad de la población femenina.....	69
Cuadro # 11. Aplicación de la fórmula de muestreo.....	68
Cuadro # 12. Conocimientos sobre confección.....	84
Cuadro # 13. Relevancia de la moda.....	85
Cuadro # 14. Motivación para elaborar una prenda de vestir	86
Cuadro # 15. Costura, oficio o actividad temporal	87
Cuadro # 16. Dedicación al oficio.....	88
Cuadro # 17. Frecuencia con que ejerce la actividad.....	89
Cuadro # 18. Aspectos a considerar en la confección.....	90
Cuadro # 19. Proveedores de materia prima	91
Cuadro # 20. Trabajo individual o colectivo.....	92
Cuadro # 21. Disposición para trabajar en equipo	93
Cuadro # 22. Conocimientos de asociatividad.....	94
Cuadro # 23. Competencia laboral.....	95
Cuadro # 24. Asociación de modistas	96
Cuadro # 25. Beneficios para las participantes	97
Cuadro # 26. Vinculación con la colectividad	98
Cuadro # 27. Evaluación de competencias	117
Cuadro # 28. Ficha: ejercicios de ejecución laboral	120

Cuadro # 29. Ficha: discusión de grupo.....	123
Cuadro # 30. Matriz F.O.D.A	129
Cuadro # 31. F.O.D.A. Estratégico	130
Cuadro # 32. Simbología del diagrama de flujo	151
Cuadro # 33. Producción de prendas de vestir.....	168
Cuadro # 34. Recursos bienes y económicos de las participantes.	169
Cuadro # 35. Sueldos de personal.....	169
Cuadro # 36. Maquinaria y equipo.....	170
Cuadro # 37. Materia prima.	170
Cuadro # 38. Proyección de ventas	170
Cuadro # 39. Costos directos	171
Cuadro # 40. Suministros y Materiales	171
Cuadro # 41. Activos fijos	172
Cuadro # 42. Gastos Administrativos	172
Cuadro # 43. Gastos Operacionales	173
Cuadro # 44. Gastos Generales	173
Cuadro # 45. Financiamiento.....	174
Cuadro # 46. Amortización.....	174
Cuadro # 47. Estado de Resultados.....	175
Cuadro # 48. Flujo de Efectivo.....	176
Cuadro # 49. Valor Actual Neto.....	177
Cuadro # 50. Tasa Interna de Retorno.....	177
Cuadro # 51. Recuperación de la Inversión	177

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico # 1. ¿Quiénes pueden asociarse?.....	24
Gráfico # 2. Pirámide de Miller	44
Gráfico # 3. Ubicación de Chanduy respecto a la provincia.....	49
Gráfico # 4. Ubicación de Chanduy respecto a la parroquia.....	50
Gráfico # 5. Conocimientos sobre confección	84
Gráfico # 6. Relevancia de la moda	85
Gráfico # 7. Motivación para elaborar una prenda de vestir.....	86
Gráfico # 8. Costura, oficio o actividad temporal.....	87
Gráfico # 9. Dedicación al oficio	88
Gráfico # 10. Frecuencia con que ejerce la actividad	89
Gráfico # 11. Aspectos a considerar en la confección	90
Gráfico # 12. Proveedores de materia prima.....	91
Gráfico # 13. Trabajo individual o colectivo	92
Gráfico # 14. Disposición para trabajar en equipo.....	93
Gráfico # 15. Conocimientos de asociatividad	94
Gráfico # 16. Competencia laboral	95
Gráfico # 17. Asociación de modistas.....	96
Gráfico # 18. Beneficios para las participantes.....	97
Gráfico # 19. Vinculación con la colectividad.....	98
Gráfico # 20. Entorno de Chanduy	103
Gráfico # 21. Organigrama	144
Gráfico # 22. Flujograma	152
Gráfico # 23. Las cinco fuerzas competitivas	154

ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
Anexo # 1. Árbol de problemas.	183
Anexo # 2. Árbol de objetivos.	184
Anexo # 3. Plan de acción.....	185
Anexo # 4. Entrevista.....	188
Anexo # 5. Encuesta.....	191
Anexo # 6 . Requisitos para aprobación de personalidad jurídica.	194
Anexo # 7. Requisitos para la aprobación de estatutos.....	195
Anexo # 8. Requisitos para registro de socios y cambios de directiva.	197
Anexo # 9. Requisitos para aprobación de reformas y estatutos.....	198
Anexo # 10. Requisitos para la acreditación.....	199
Anexo # 11. Requisitos para aplicar a Setec.	200
Anexo # 12. Registro en Incop.....	201
Anexo # 13. Constitución de la república.	202
Anexo # 14. Ley orgánica de la economía popular y solidaria.....	205
Anexo # 15. Código orgánico de la producción, comercio e inversión.	208
Anexo # 16. Codificación de la ley de organización y de comunas.	210
Anexo # 17. Estatutos de la asociación artesanal.....	212
Anexo # 18. Reglamento interno	220
Anexo # 19. Actas de constitución.....	225
Anexo # 20. Convocatoria.....	226
Anexo # 21. Acta de asamblea general.	227
Anexo # 22. Certificado de comodato.....	233
Anexo # 23. Proformas de maquinaria.....	234
Anexo # 24. Ilustración de maquinaria.	235
Anexo # 25. Fotografías de las damas participantes.....	241

INTRODUCCIÓN

En la sociedad actual, la mayor parte de personas que se dedican a actividades comerciales pertenecen a organizaciones o grupos, con o sin personería jurídica, las mismas que enfrentan un gran desafío al integrarse a un mundo cada vez más globalizado y competitivo, donde la individualidad en ciertos casos no posee la misma relevancia que un grupo organizado. Debido a las necesidades propias del individuo por agruparse para lograr confianza mutua, ideas productivas, poder de negociación, generación de emprendimientos e ingresos, y ser competitivos en el campo laboral, se fomenta la asociatividad como un acto voluntario con objetivos comunes entre sus socios, compañeros o comuneros.

Estos actores hoy en día tienen que estar a la par con la globalización, necesitando alcanzar niveles de asociatividad aceptables requeridos para sus actividades, pensando de manera colectiva y actuando en su propio medio, aliándose con instituciones del sector público o privado, local, provincial, nacional e internacional, y centros de educación superior, que conlleven a la búsqueda conjunta de engrandecimiento y participación activa en el desarrollo competente.

La asociatividad, es una herramienta que bien implementada y empleada conduce a mejorar las capacidades competitivas y la consolidación de grupos empresariales exitosos capaces de enfrentar los retos de la economía actual. Por tanto, una de las maneras de iniciar esta actividad empresarial se basa en tener una idea, en este caso una idea de asociatividad. Luego se deberá contar con los elementos y factores necesarios para comenzar con ello, aunque la base principal está en pensar que necesitan o desean los habitantes, y como se lo puede llegar a realizar.

Considerando así la situación actual del medio, en este caso enfocándose en la parroquia Chanduy del cantón Santa Elena, se ha tomado en cuenta a las mujeres de la localidad, las cuales manifiestan su necesidad por agruparse en el campo

laboral y poder formalizar una asociación dedicada a la modistería, ya que ellas poseen conocimientos y habilidades competentes en el campo de corte y confección, dado que en el sector hay quienes realizan esta labor de manera independiente, o en otros casos quienes saben el oficio pero no lo practican adecuadamente al no tener las fuentes de trabajo apropiadas.

Se debe comprender y tener claro que desarrollar una asociación requiere de un proceso comprendido en etapas que deben planificarse y ser trabajadas constantemente, a fin de obtener los resultados deseados.

El primer capítulo, define los conceptos y teorías analizadas de acuerdo a los autores consultados, permitiendo la obtención de criterios concisos en los temas relevantes para la realización de la investigación.

El segundo capítulo, muestra los enfoques metodológicos utilizados en la investigación, la manera en que se ha recabado la información de la población objeto de estudio, y el marco muestral en el que se apoya la realidad de los datos.

El tercer capítulo, da a conocer las opiniones manifestadas por las participantes, el análisis de los resultados, tanto de encuestas como entrevistas y las proyecciones en cifras exactas de factores primordiales en el tema.

El cuarto capítulo, concreta la propuesta de asociación en relación a los antecedentes dados, brindando así una perspectiva clara de lo que se desea desarrollar y a quienes hay que involucrar, muestra aspectos específicos de actividades a tomar en cuenta en el proceso del plan asociativo.

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Cuadro # 1

HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
La propuesta de un plan de asociatividad permite la elaboración de un modelo asociativo para mejorar las competencias laborales en las modistas de la cabecera parroquial de Chanduy, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena.	V. I. Plan de asociatividad.	Es un mecanismo de cooperación entre pequeñas y medianas empresas, o incluso para quienes no pertenezcan a ninguna red. En donde cada participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto para la búsqueda de un objetivo común.	Mecanismo de cooperación Responsabilidad independiente Objetivo común Ámbito de acción Disponibilidad	Participación Autonomía Fines específicos Trabajo en equipo Flexibilidad	¿La participación voluntaria, aumenta la cooperación en la asociación? ¿La autonomía conlleva a responsabilizarse en el trabajo al tomar decisiones que le competen? ¿Tener un objetivo común conlleva a la consecución de metas específicas? ¿Las modistas de Chanduy estarían dispuestas a trabajar de manera mancomunada? ¿La flexibilidad de afiliación aumentaría la disponibilidad de unirse a la asociación?	Entrevistas Encuestas

HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
La propuesta de un plan de asociatividad permite la elaboración de un modelo asociativo para mejorar las competencias laborales en las modistas de la cabecera parroquial de Chanduy, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena.	V. D. Conocimientos, destrezas y habilidades de corte y confección en las modistas de la cabecera parroquial de Chanduy.	Son el conjunto de habilidades, actitudes y conocimientos necesarios para desarrollar una tarea de manera eficaz, que aplicadas en situaciones del ámbito productivo, se traducen en resultados efectivos que contribuyen al logro de los objetivos de la asociación.	Conocimiento Competencia Actuación Práctica Evaluación	Aprendizaje Habilidades Innovación Organización Medición	¿El aprendizaje es fundamental para fortalecer el conocimiento de las participantes? ¿Qué habilidades considera importantes para el desarrollo de las competencias? ¿La innovación mejoraría su actuación en la asociación? ¿La organización en el trabajo le permite tener buenas prácticas laborales? ¿La medición del desempeño evalúa el desarrollo profesional?	Entrevistas Encuestas

Fuente: Anteproyecto del tema.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes del tema.

En los países en vías de desarrollo se ha incrementado la necesidad de formular y diseñar estrategias de apoyo para que las empresas aumenten su competitividad, especialmente las pymes que han sido muy impactadas por la liberalización económica y la apertura de fronteras. Uno de los problemas inherentes que poseen es su tamaño, lo cual constituye una barrera en lo que se refiere a entrenamiento y capacitación, inteligencia de mercado, logística e investigación y desarrollo. Individualmente no tienen la masa crítica para alcanzar economías de escala. Sin embargo la importancia de las pymes para la generación de empleo es significativa, y su potencial puede ser prometedor, dado que el mayor esfuerzo emprendedor proviene de este sector; de allí es relevante que los gobiernos desarrollen políticas de apoyo y actúen como entes reguladores de asociatividad.

La literatura actual sobre competitividad demuestra que una de las formas para aumentar la productividad de las empresas, es desarrollando la asociatividad entre las mismas para formar lo que se conoce como aglomeraciones. Es por esta razón que las empresas tienen que asociarse para que, juntos puedan obtener el nivel de desarrollo y competitividad que se requiere a nivel regional y global.

Alfred Marshall, en su obra “Principios de Economía” 1890, habla de asociatividad de las pequeñas empresas, que trae consigo externalidades positivas que a la vez significaban aumentos de competitividad. Michael Porter en su libro “La Ventaja Competitiva de las Naciones”, desarrolló el tema de aglomeración aún más, viendo las ventajas competitivas de ciertas regiones donde pequeñas y medianas empresas formaban aglomeraciones que eran altamente competitivas a

nivel mundial. Este concepto lo amplía en “Clusters y la Nuevas Economías de Competencia” 1998, donde Porter especifica las ventajas de clasificar la economía mediante aglomeraciones y no mediante sectores o industrias, porque al observar el panorama entero de una aglomeración, las políticas gubernamentales pueden ser mejor dirigidas. También deja en claro que el papel del gobierno debería ser reforzar una aglomeración existente, en vez de crear una desde el comienzo.

A raíz de la teoría Porteriana sobre la importancia del desarrollo de las aglomeraciones para el alcance de la competitividad, un gran número de instituciones y autores se han dedicado al estudio de estos conceptos y han diseñado marcos conceptuales para entender las dimensiones de las relaciones que forman parte del cluster, sus interacciones, factores y condiciones para su éxito.

1.1.1. Contexto general de la asociatividad.

En los esfuerzos políticos progresistas por reducir las brechas entre los sistemas corporativos globales y sus encadenamientos productivos, respecto de la economía doméstica y local, aparece como una doctrina alternativa la estrategia asociativa de base social. Que significa poder articular capacidad asociativa para actuar sobre la oferta y la demanda. En cuanto a la oferta, la idea es consolidar paquetes de negocios compatibles para optimizar una gestión de comercialización conjunta que permita la colocación de esos productos en determinados mercados meta. De esto hay muy buenos ejemplos a través de ONG europeas que canalizan apoyo para organizar proyectos de base comunitaria o proyectos articulados desde la base local en lugares como La Paz o Ambato, agrupando talleres familiares bajo diseño europeo, con exportaciones mensuales que se focalizan en boutiques de buen nivel y de sesgo ecologista, con sello verde.

Aparece en lo asociativo, la organización activa de los consumidores que jaquean las máquinas de marketing oficiales, para construir opciones relativamente independientes. Allí aparecen como alternativas, el comercio justo, los clubes de

trueque, donde se realizan ventas de garaje de carácter comunitario, y una red que se va tejiendo gradualmente. También aparecen las experiencias de consumidores que se agrupan para contrarrestar el poder de los monopolios, el peso oligopólico de firmas que se coluden para perjudicar a los consumidores. Comprar juntos en bodegas mayoristas significa saltar los canales de comercialización habituales, logrando economías que se comparten entre los miembros de un club.

Las experiencias asociativas son el terror de los monopolios, su publicidad engañosa busca borrarlos. Sin embargo, es en períodos de crisis cuando se puede incentivar la creatividad social, ejercer dentro de las reglas de una sociedad de mercado, la soberanía del consumidor organizado, de las cooperativas o empresas que complementan esfuerzos y competencias. Hay que entregar poder a las comunidades organizadas, ejerciendo la soberanía para acciones pacíficas activas.

Los proyectos asociativos, tales como cooperativas, o consorcios, son en general, formas de cooperar en función de un objetivo e interés común. El ejercicio de la asociatividad en redes globales podría ayudar a que proyectos productivos latinoamericanos pudieran tener espacios con empatía en mercados de Europa, gracias a la decisión de colaboración de organizaciones sociales que pueden actuar bajo el principio de reciprocidad, adquiriendo productos, servicios, asistencia técnica o tecnologías, de manera más económica, esquivando las ofertas de productores multinacionales.

Una alianza, asociación, cooperativa es una espectacular demostración de ejemplo de la importancia y significado que tiene la asociatividad. La historia está plagada de intentos de formación de asociaciones que normalmente fracasaron, sin embargo los emprendimientos tienen como sustancia básica un estado de necesidad y es por eso que las crisis pueden convertirse en oportunidad para salir de la dependencia que implica ser asalariado a la aventura de alcanzar una relativa libertad como empresario independiente, con trabajo, esfuerzo y una actitud que rompa los individualismos por la vía colaboración y reciprocidad.

1.1.2. Contexto de la asociatividad en Ecuador.

En Ecuador, desde 1995, la discusión sobre la competitividad y los clusters entró a ser parte de la Agenda Económica y a partir de 1998 han existido varias iniciativas cuyos objetivos han variado desde introducir conceptos hasta tratar de impulsar iniciativas concretas de asociatividad.

Siendo este un tema novedoso, ha existido un uso muy permisivo de los términos cluster, cadena de valor y encadenamientos productivos, lo que ha contribuido a crear una confusión sobre el alcance de los mismos y su implicación para el alcance de la competitividad. Quizás se introdujeron estos conceptos y en particular el término “cluster” sin aclarar los pasos intermedios, factores y procesos que se requieren para llegar hasta este tipo de formaciones industriales.

Conviene hacer una aclaración de estos varios conceptos y las denominaciones que localmente se les ha atribuido. Así por ejemplo, la existencia de una cadena de producción asimila a los diferentes participantes de la industria sin mayores interacciones y niveles de asociatividad; a los encadenamientos productivos se los ha denominado también cadenas de valor, cuando ya existen ciertos niveles de asociatividad, aun cuando este concepto en la teoría Porteriana se aplica sólo al nivel de firma. Finalmente al concepto de cluster se lo conoce también bajo la denominación de cadenas de valor competitivas.

Al analizar la asociatividad en el Ecuador en función de los indicadores del Foro Económico Mundial, se puede decir que en los últimos años, se lo ha ubicado para esta medición en los últimos puestos de la muestra. Esto da una idea al menos de la “percepción empresarial” en cuanto a los niveles de interacción y asociatividad de las firmas ecuatorianas. El capital social empresarial en país es débil y obedece a que la producción se encuentra aún en la primera de las fases que describe Porter en su modelo, esto es en la competencia basada en la explotación de los factores de producción, en recursos naturales y hasta hace poco, mano de obra barata.

Sin embargo, la dolarización y globalización ha forzado a las empresas ecuatorianas a enfrentar grandes retos, y a comprender que es necesario que se invierta en tecnología y que sólo a base de innovación y generación de valor, es que las empresas podrán competir eficiente tanto regional como mundialmente. Estas condiciones han creado un ambiente mucho más fértil para la asociatividad.

A continuación se resume lo más relevante de cada iniciativa:

- Compromiso y participación al más alto nivel político.
- Estructura y método de trabajo claro que genere coherencia y sinergias.
- Autoridad, apoyo y recursos.
- Programas concretos con amplia participación y resultados.
- Compromiso y apropiación de los múltiples actores.
- Implementación nacional y regional.

De la literatura sobre asociatividad, se analizan condiciones de asociatividad en Ecuador, proponiendo un modelo que permita a empresas y unidades productivas familiares pasar del estado actual individualista a uno de redes de asociatividad y productividad como previo a la formación de encadenamientos productivos.

Entonces los esfuerzos para asociatividad deben tener ciertos criterios para que el éxito sea más fácil de conseguir:

- Economías de escala ahorran costos a las empresas.
- No hay espacio para comportamientos predatorios entre las empresas.
- Las empresas se sienten seguras y confiables acerca en sus actividades.

Obstáculos para el desarrollo asociativo en Ecuador.

El nivel de asociatividad en Ecuador es bajo por varias razones: la cultura empresarial de imitación, falta de confianza, peligro que ciertos participantes disfruten del beneficio de la aglomeración sin contribuir a ella, y el esquema de competir solo en base a precios.

- Desinformación.

La falta de información no solo es obstáculo para la asociatividad por el efecto de incertidumbre en los negocios, sino también para crear ventajas competitivas sostenibles. Hay que diferenciar entre información genérica que beneficia a todos los participantes e información específica y particular que permite a una firma crear un producto de características específicas generalmente basada en tecnología. Por ejemplo en Ecuador, en su mayoría las empresas no tienen conciencia de la diferencia entre ambas, atesorando la primera con la creencia de que esto le dará una ventaja competitiva que contribuye a grandes externalidades para todo el sector, se considera: información de precios, mercado, financiamiento, ventas, costos de producción, etc.

- Desconfianza.

La desconfianza ha sido la causa mayor para que las empresas no se asocien en el Ecuador. La rivalidad entre las firmas ha sido intensa y algunas veces inclusive desleal. De allí que se ha alcanzado niveles primarios de asociatividad a través de la conformación de redes empresariales, estando muy lejos de alcanzar encadenamientos productivos y aglomeraciones. Además la falta de información aumenta la desconfianza, se debería compartir la poca información existente, para que la desconfianza baje, aumente la asociación, y los participantes experimenten los beneficios de la asociatividad.

- Free Riders (empresas que participan de beneficios sin compartir costos).

Es un obstáculo mayor para la integración y formación de los encadenamientos productivos y aglomeraciones. Cuando las compañías creen que existen otros competidores que no van a invertir en la formación de una aglomeración, pero si se beneficiarán de este, entonces deciden no participar. Así mismo, cuando las compañías creen que el costo de pertenecer y apoyar una iniciativa de

asociatividad es muy alto y que sus beneficios son dudosos, esperan a ver resultados y no participan directamente, ni invierten en su formación.

1.1.3. Contexto del sector textil en general.

Industria textil y sociedad.

Al mirar las etiquetas de la ropa, se puede comprobar que en muchas no se indica la procedencia de estas, la mayoría de productos textiles provienen de mercados internacionales. A principios de siglo las grandes fábricas textiles se encontraban en los países industrializados de Europa, pero a partir de los años setenta el sector textil ha sufrido un enorme cambio. Sus centros de producción y los flujos comerciales, se han desplazado de los países industrializados de occidente hacia los nuevos países industrializados de Asia y Europa del este; el motivo es contar en estos países con mano de obra más barata y gozar de privilegios fiscales.

Sin embargo, la parte negativa de este asunto es la explotación de ciertas fábricas sobre sus trabajadores; que constituyen una mano de obra barata. Las soluciones podrían ser el aplicar un comercio justo, aunque el modelo de relaciones comerciales directas con los productores de textiles que aplican las organizaciones no puede funcionar para el comercio mundial en general, y con las grandes diferencias en la producción de textiles entre países y regiones, es difícil determinar normas sociales fijas aplicables.

Industria textil y ciencia.

- Industria textil y ciencia (medio ambiente).

Las cuestiones relacionadas con el comercio, el medio ambiente y, de manera más general, el desarrollo sostenible, se han debatido en el GATT y en la OMC durante muchos años. El medio ambiente es una cuestión horizontal abordada en

distintas normas y disciplinas de la OMC. La cuestión ha sido considerada por los miembros tanto en términos de la repercusión de las políticas ambientales en el comercio como de la repercusión del comercio en el medio ambiente.

El algodón necesita muchos pesticidas, fertilizantes y agua, lo que contribuye a la desertización. A pesar de esto, se valora mucho su cultivo porque solamente el 10% de su peso es perdido en su procesamiento. Para evitar esta contaminación, algunos agricultores están optando por un modo de producción orgánico. También se está utilizando la ingeniería genética para obtener distintos colores de algodón, como por ejemplo el azul índigo que se utiliza para la confección de colores rojo, verde, azul o negro, o para obtener fibras mucho más largas y resistentes. El 50% del algodón que utiliza el mundo proviene solo de tres países: EE.UU., China y la India, sin embargo las fibras de mayor calidad proceden de América del Sur y otras naciones asiáticas. La seda y la lana también son de origen natural, por lo que las prácticas agrícolas y ganaderas para obtener estas materias primas deberían realizarse con modelos que respeten el medio ambiente.

Las fibras sintéticas se obtienen de derivados del petróleo, lo que significa que su fabricación genera una importante contaminación, son muy económicas, pero a muchas personas les provocan alergias, especialmente la ropa interior, por lo que se sigue utilizando el algodón como materia prima en más del 50% de los casos. Como las fibras naturales y las sintéticas se obtienen de recursos limitados por el espacio territorial y el agua, o de recursos naturales no renovables, es necesario adquirir conciencia sobre la necesidad del reciclado de la ropa.

Al realizar el acabado de los tejidos se aplica una gran cantidad de sustancias químicas para que tenga más propiedades, en las plantas de procesamiento textil se emplean tintes y otros compuestos químicos que no siempre se mantienen en la prenda sino que son desechados después de su utilización, residuos que se eliminan a través del agua, constituyendo una fuente de contaminación. Se han utilizado métodos para reducción de la contaminación: modificación del proceso

de elaboración de ropa, el uso de métodos alternativos, conservación de compuestos químicos y agua, además del tamizado y sustitución de los mismos.

- Industria textil y ciencia (materiales utilizados).

Aunque tradicionalmente los materiales naturales han sido los más utilizados (algodón, seda, lino, lana, cuero), los materiales sintéticos o las mezclas entre naturales y sintéticos van ganando terreno, a pesar de ser mejores para el medio ambiente y para las personas que los van a llevar los naturales.

He aquí un listado con los materiales más utilizados:

Algodón: De este se obtienen diversos productos como aceite, materias primas para fabricar jabón y también pólvora, celulosa para utilizar en cosméticos, fibras para prendas de vestir, combustible para cohetes y recientemente se comprobó que el papel moneda del Euro está confeccionado íntegramente con algodón.

Lino: Es una planta herbácea de la familia de las lináceas. Su tallo se utiliza para confeccionar tela y su semilla, llamada linaza, se utiliza extraer harina (harina de linaza) y aceite (aceite de linaza).

Seda: Fibra con la que se tejen telas de alta calidad muy resistentes, se hila a partir de los hilamentos que se extrae de los capullos del llamado gusano de seda.

Lycra: Tejido hecho con un material sintético con propiedades elásticas del tipo llamado genéricamente elastano. Se utiliza habitualmente para fabricar ropa interior, ropa femenina, calcetines y principalmente para ropa deportiva.

Poliéster: Es lavable y de fácil conservación, se emplea mezclada con otras fibras para hacer tejidos diferentes. Se usaba para hacer todo tipo de prendas durante los 50, sigue siendo una de las fibras artificiales más utilizadas para confección

Nylon: Fibra textil elástica y resistente, anti polilla, no requiere de planchado y se utiliza en confección de medias, tejidos, telas de punto, cerdas y sedales.

Lana: Fibra natural que se obtiene de ovejas y otros animales; era ampliamente usada hasta que se descubrió el algodón, más barato de producir debido a los avances técnicos de la revolución industrial.

Viscosa: Rayón de celulosa regenerado de tipo económico que se usa en las telas para el hogar o la industria.

Rayón: Fibras sintéticas que son producidos por los filamentos de una solución viscosa que pasan bajo presión por unos orificios y se solidifican por medio de una preparación especial o por el aire, según sea el proceso de fabricación.

Industria textil y mundo.

En el sector textil europeo, la industria española está en crisis debido a la fuerte competencia que representan las importaciones chinas, con unos precios mucho más reducidos (también con calidades notablemente inferiores). La principal preocupación de los pequeños comerciantes de textiles no es el asentamiento espectacular de las tiendas asiáticas, sino las condiciones de competencia, los grandes problemas que presenta este sector son la falsificación y copia de marcas de ropa. Las prendas asiáticas son irregularidades, ya sean en el en su etiquetado, en los materiales utilizados para su composición o en la información para su lavado, especialmente en lo referente a la ropa infantil, por ejemplo, en muchos casos prendas etiquetadas como algodón son sintéticas.

A pesar de esto, el mercado español no puede hacer frente a esta competencia. Por este motivo, el gobierno y los sindicatos han decidido crear un paquete de medidas, entre las que se incluyen algunas dirigidas al sector industrial que pretenden mejorar la competitividad de las empresas.

1.1.4. Contexto del sector textil en Ecuador.

La actividad textil constituye una importante fuente generadora de empleo, demanda mano de obra y es además una industria integrada que requiere insumos de otros sectores como el agrícola, ganadero, industria química, etc. Contribuye al crecimiento del sector manufacturero con un valioso aporte, las exportaciones de artículos relacionados con esta industria han presentado en los últimos años un crecimiento significativo, sin embargo se enfrenta al reto de competir dentro y fuera del país con artículos de origen externo en particular los de procedencia china. Mejorar la competitividad es el principal desafío de la industria, hacerlo permitirá ingresar y posicionarse en mercados foráneos, incentivar la producción y generar importantes plazas de empleo.

Perspectiva del sector.

Ecuador no es considerado gran productor en textil y confecciones a nivel mundial y regional, cuenta con algunas empresas especializadas en la confección y manufactura de etiquetas, bordados y marquillas, pero muchos de estos insumos son importados de forma directa. Sin embargo el avance tecnológico no deja de lado el sector de la confección, esto hace que el productor ecuatoriano esté buscando nuevas alternativas en cuestión de textiles, insumos y maquinaria.

La actividad textilera ecuatoriana en los últimos seis años ha tenido un crecimiento considerable, mediante las salvaguardias puestas por el Gobierno Nacional y posteriormente al propio desarrollo del sector. La implantación tecnológica y mejoramiento de procesos productivos ha permitido la dinamización de la industria, sin embargo aún no se ha logrado un resultado positivo en la sustitución de importaciones referente a telas, maquinaria e insumos. Los países vecinos son muy fuertes en sus exportaciones, pues la variedad de materias primas e insumos para la confección es superior, creando así un déficit en la balanza comercial y a la vez un reto para los empresarios nacionales, quienes buscan

mejoras de calidad y eficiencia en productividad. A pesar de ello, existen expertos que aseguran aún falta impulso para que esta industria en el país empiece a levantar vuelo; los involucrados en esta área productiva del país aseguran que están en desventaja frente a la industria internacional.

La Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE) ha sostenido que la principal motivación entre quienes conforman el país es contar con un empleo estable que permita, en medida de lo posible, cubrir las necesidades básicas; las oportunidades de empleo se generan cuando existe estabilidad para la inversión.

Las empresa textiles y de confecciones se encuentran localizadas en las provincias de Pichincha (50%), Tungurahua (20%), Azuay (17%) y Guayas (10%). Atuntaqui, considerada como la más grande en Industria Textilera quien brinda trabajo al 80% de la población con sus varias fábricas textiles.

A nivel de cantones, los de mayores actividades en confecciones:

- Atuntaqui, Otavalo y Cotacachi (Provincia de Imbabura).
- Cuenca en la provincia de Azuay.
- Pelileo Provincia de Tungurahua.

Cuadro # 2. Participación textilera en las provincias.

PROVINCIA	No. EMPRESAS	PARTICIPACIÓN
Pichincha	128	55.7%
Guayas	71	30,9%
Azuay	14	6.1%
Tungurahua	7	3.0%
Imbabura	5	2.2%
Cotopaxi	2	0.9%
Chimborazo	1	0.4%
El oro	1	0.4%
Manabí	1	0.4%
TOTAL	230	100%

Fuente: INEC.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

- Comercio exterior.

Durante la última década las industrias del sector textil que registraron los mayores niveles de ventas son la fabricación de hilados o hilos de algodón, los tejidos de algodón, mezcla de algodón entre otros, y fabricación de pantimedias. Estos son también los productos textiles que registran las mayores ventas en el exterior, a excepción de los tejidos de mezcla de algodón y otros, cuya producción se destina casi en su totalidad al mercado nacional. En general el sector textil destina el 78% de su producción al mercado local y el 22% para exportación.

- Ingresos por ventas.

La balanza comercial del sector textil, ha sido históricamente negativa, pero en especial en los años 2004 y 2005 dicha tendencia se profundizó como consecuencia de un aumento de las importaciones, mientras las exportaciones se han estancado. De esta manera, en el 2005, se importaron 208.2 millones de dólares CIF y se exportaron tan solo 56.6 millones de dólares FOB. El bajo dinamismo de las exportaciones refleja la baja competitividad del sector textil, que además enfrenta en el mercado local una competencia cada vez mayor de productos importados.

- Valor agregado, empleo y productividad.

La industria de fabricación de productos textiles, 13 en general no muestra un desempeño alentador en términos de valor agregado, generación de empleo y productividad del trabajo. Tal es así que el valor agregado del sector registra una tendencia decreciente en casi todo el período de estudio, con una tasa promedio de variación anual de -6%. Además, después del año 2000 el empleo también registra una tendencia decreciente; mientras la PML está muy por debajo del nivel alcanzado en el año de 1998, a pesar del aumento que mostró en el año 2004.

1.2. Marco conceptual.

1.2.1. Plan asociativo.

Se estructura para tener una mejor comprensión de los elementos o aspectos inmersos en el desarrollo de un proyecto. Un plan consiste en fijar un curso preparatorio de acción que ha de seguirse estableciendo principios para orientarlo, la consecuencia de operaciones para realizarlo y las determinaciones de tiempos y cifras necesarias para su realización.

Según Stutton (2005). “Un plan ayuda a clarificar y enfocar el desarrollo del negocio. Enmarca lo necesario para crear la misión, metas y estrategias necesarias por la compañía, además de explicarlas a profundidad”.

1.2.1.1. La planificación.

Planificar significa proveer, pensar lo que se hará, programando con anticipación las acciones y actividades del grupo. Es ordenar el conjunto de acciones a desarrollar para alcanzar uno o varios objetivos, que resuelvan un problema o varios problemas que se han identificado previamente a través de un diagnóstico.

La planificación debe dejar claro:

- ¿Qué se va a hacer?
- ¿Por qué se hará?
- ¿Cuándo se hará cada actividad y en qué orden?
- ¿Con qué recursos humanos y materiales se realizará?

Importancia de la Planificación.

La planificación es importante porque permite al grupo evitar caer en una actividad desordenada y sin rumbo, ayuda a unificar criterios y coordina los esfuerzos. Ayuda a proveer los recursos necesarios y situaciones que pueden

presentarse, de esa forma se prepara para darle continuidad al quehacer y mejorar el uso del tiempo, la energía, evita interrupciones y fracasos. También permite identificar las necesidades propias de las personas considerarlas dentro del trabajo para que también se beneficien con las acciones a realizar.

Y al mismo tiempo capacita en habilidades concretas, como:

- Formular objetivos.
- Hacer análisis de la realidad.
- Buscar recursos.
- Preparar presupuestos.
- Organizar reuniones.
- Evaluar el trabajo.

Planificación participativa.

El enfoque participativo es en el que todos los participantes en la intervención tienen voz, ya sea porque estén presentes o sean representados. Los miembros del personal de la organización que va a ponerla en marcha, miembros de la población objetivo, funcionarios de la comunidad, ciudadanos interesados, y personas de las agencias involucradas, escuelas, y otras instituciones deben ser todos invitados a la mesa. Toda participación debe ser bienvenida y respetada, y el proceso no debe ser controlado o dominado por ningún individuo o grupo, o por un solo punto de vista. El uso del término participativo, implica no solamente preguntar la opinión de alguien antes de realizar lo que se va a hacer, sino que cada participante se convierta en un contribuyente importante del proceso de planificación.

Un verdadero enfoque participativo es aquel en que las perspectivas son consideradas, las ideas de cada uno respetadas, ni se asume que los profesionales automáticamente saben qué es lo mejor. Todos en el momento presente participan en el proceso de planificación y tiene algún rol en la toma de decisiones.

Para que una planificación de buen resultado, se debe incorporar a todos los miembros del grupo, junta directiva o comité. Así se garantiza que ayuden a:

- Identificar los problemas y necesidades que existen.
- Discutir acciones y actividades que ayudarán a solucionar los problemas.
- Definir los pasos a seguir.
- Determinar quiénes asumirán las tareas necesarias para ejecución del plan.
- Implementar las acciones y actividades.
- Analizar y evaluar los resultados.

Ventajas del enfoque de la planificación participativa:

- Lleva consigo el sentimiento de pertenencia, y construye una base fuerte para la intervención en la comunidad que tendrá mayor credibilidad en la porque ha sido planificada por los representantes de la misma.
- Mayor diversidad de personas en el proceso de planificación permite tener un acceso a una más amplia gama de ideas y perspectivas.
- Un enfoque en la planificación participativa evita obstáculos ocasionados por la ignorancia de las realidades de la comunidad a la que va dirigida.
- Desde el inicio involucra a los actores importantes. Puede conceder oportunidades a grupos frecuentemente no escuchado.
- Enseña habilidades que duran más allá del proceso de planificación, y puede ayudar a mejorar la comunidad a largo plazo.
- Puede reunir y establecer lazos entre miembros de la comunidad.
- Un proceso de planificación brinda confianza, entre organización y comunidad e involucrados, refleja metas y misión de la organización.
- Implica respeto para todos en la comunidad. Un enfoque de planificación participativa debe ser efectivo.

Tipos de Planificación.

Existen diferentes etapas en la planificación y es importante que todos los integrantes tengan la oportunidad de contribuir o participar en cada una de ellas.

- Planificación Estratégica.

Es de largo plazo y define los objetivos y estrategias que la organización realizará a futuro, en distintas áreas y analizando las cosas que en ese futuro pueden cambiar y afectarles positiva o negativamente de no enfrentarlas desde su momento presente. Establece un objetivo grande, el sueño de una comunidad o municipio y que no se puede alcanzaren un año o dos porque requiere de mucho esfuerzo y trabajo. Ese gran objetivo se convierte en la señal a seguir.

- Planificación Operativa.

Puede ser de mediano o corto plazo, para varios objetivos o para una sola actividad, estableciendo claramente lo que se va a hacer, el orden en que se hará, las responsabilidades que cada uno tiene, los recursos que se necesitan para hacerlo y el tiempo en que se debe cumplirlo. Se puede planificar operativamente cómo alcanzar los objetivos de un año o la actividad del próximo mes. De una buena planificación depende el éxito en los objetivos.

1.2.2. Asociatividad.

La asociatividad, es tanto una facultad social de los individuos, como un medio de sumar esfuerzos y compartir ideales a través de la asociación de personas para dar respuestas colectivas. Surge como mecanismo de cooperación entre las empresas pequeñas y medianas que están enfrentando un proceso de globalización. En este mecanismo entre empresas, se decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial. Como instrumento de participación social se caracteriza por surgir del común acuerdo, en que un grupo humano en concordancia con las voluntades que lo componen considera tener intereses similares y un mismo objetivo, formando así una asociación en particular, con principios de convivencia voluntaria e igualitaria respecto al poder.

La asociación de un grupo de productores generaría beneficios en torno al sistema productivo. Rosales. (1997) Ha planteado uno de los conceptos más sólidos de la asociatividad, quién la describe como:

“Un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas (principalmente), en donde cada empresa participante manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común” Pág. #18.

Perales. (2003) Resume la asociatividad como:

“Una serie de coaliciones formales entre dos o más organizaciones a fin de llevar a cabo empresas en el corto plazo, originadas en relaciones oportunistas o permanentes que se desarrollan como una forma de asociatividad entre los participantes” Pág. #19.

Rodezno. También es refrendado el contexto con lo siguiente:

“Se produce cuando un empresario acompaña voluntariamente a otros para resolver situaciones comunes de toma de decisiones a fin de aumentar o mantener su posicionamiento en el mercado” Pág. #20.

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.

Características Generales.

- Competitiva: Entre empresas competidoras directas.
- Complementaria: Empresas que no son competidores directas.

No existencia de subordinación.

- Identidad jurídica independiente de los socios.

- Mantenimiento de la cultura y estructura de gestión de los miembros.
- Se excluyen: fusiones, adquisiciones, acuerdos sociedad – filial o entre empresas de un grupo sin actuación independiente.

Coordinación de acciones futuras.

- Se establece cierta dependencia mutua.
- Acuerdos explícitos (escritos o verbales).
- Se reduce la autonomía organizativa.

Consecución de un objetivo común

- El acuerdo debe proporcionar beneficios a todos los participantes.
- Juego de suma positiva.
- Los socios deben participar activamente y desarrollar sus habilidades.

Modalidades.

- Para la promoción y el desarrollo de la actividad productiva y comercial de las empresas asociadas.
- Para los negocios conjuntos a fin de ganar en capacidad de negociación y alcanzar escalas más eficientes.

Factores determinantes en la elección de la modalidad y tipo de organización:

- Ritmo de crecimiento de la demanda.
- Nivel de incertidumbre de la demanda.
- Estandarización de los compradores y canales de distribución.
- Estandarización del producto (bien o servicio).
- Poder de negociación.
- Nivel de acceso a la tecnología y al financiamiento.

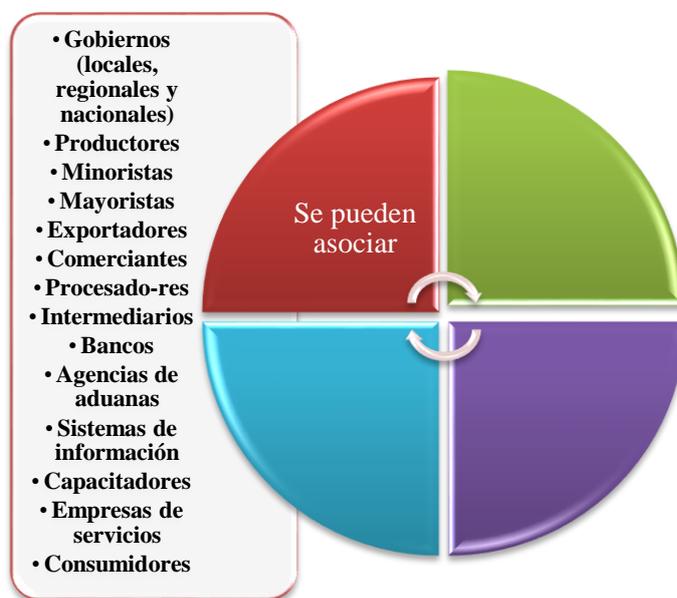
Factores claves para el éxito:

- Confianza – Selección de socios.
- Transparencia y mecanismos de control.

- Un objetivo común lo suficientemente atractivo.
- Planificación adecuada de la asociación.
- Formular y ejecutar proyectos para la consecución de apoyos económicos.
- Autoridad de los directivos y resolución de desacuerdos.

¿Quiénes pueden asociarse?

Gráfico # 1



Fuente: www.wikipedia.com.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Razones para asociarse:

- Razones internas: disminuir la incertidumbre y las debilidades y conjugar capacidades específicas.
- Razones competitivas: reforzar posiciones en el mercado.
- Razones estratégicas: Conseguir nuevas posiciones estratégicas para el abastecimiento y/o la venta.

Primero asociarse para: Objetivo y acciones para lograrlos.

Y luego definir: Planificación, organización, seguimiento, retroalimentación.

Se debe tener en cuenta para el éxito asociativo:

- Todos deben entender lo que se quiere lograr y cómo hacerlo: Objetivos y acciones concretas.
- Tener claros los roles de cada uno: Derechos y obligaciones.
- Priorizar y coordinar acciones: Planificación y organización.
- Garantizar buena ejecución de acciones: seguimiento y retroalimentación.

Ventajas de la asociatividad.

Las ventajas, se alcanzan mediante la creación de redes, cadenas productivas o aglomeraciones, que son reconocidas en la literatura económica, han comprobado que las externalidades económicas de una aglomeración es mayor a las que una firma individual obtiene sin pertenecer a esta.

A partir de su aplicación se desarrollan grandes ventajas económicas que superan significativamente a un trabajo individual entre las cuales se puede mencionar el potencial de crecimiento, actualización tecnológica y de innovación de las entidades bajo el esquema de asociatividad. La posibilidad de compartir y aprovechar información sobre proveedores, calidad de servicio, mano de obra calificada, mercados, tecnología.

Entre las principales tenemos:

- El potencial de crecimiento y actualización tecnológica y de innovación de las empresas bajo el esquema de asociatividad.
- Incremento de la producción y productividad.
- Mayor poder de negociación.
- Mejorar el acceso a tecnologías de productos, procesos y financiamiento.
- Se comparte riesgos y costos.
- Reducción de costos.
- Mejora de la calidad y diseño.
- Mejora la gestión de la cadena de valor (mayor control).

- Mejora la gestión del conocimiento técnico productivo y comercial.
- Posibilidad de compartir y aprovechar información sobre: Proveedores, diseño de productos, mano de obra, insumos, clientes e intermediarios, mercados, tecnología.

La especialización del trabajo entre las firmas que componen la red; y la disponibilidad de mano de obra. Además, la disponibilidad de materia prima generalmente es más abundante cuando existe una aglomeración.

Las ventajas de una aglomeración desde el punto de vista de la demanda son variadas y van desde agrupar producción para cumplimientos de volumen hasta vender capacidad instalada a otros miembros de la aglomeración. Resolver problemas comunes también es un incentivo para asociarse, porque los costos son repartidos entre todos los participantes y aquel costo es menor a seguir teniendo el problema. Uno de los puntos en donde generalmente existe más consenso entre las empresas es en el desarrollo del capital humano dentro de redes empresariales.

Según la literatura, la ventaja mayor es la innovación y crecimiento que resulta de la competencia de las firmas dentro de la aglomeración. Las firmas están obligadas a innovar productos y procesos, ser más eficientes, buscar nichos de mercado, y ser más productivas, siendo resultado tanto de la competencia y cooperación dentro de la aglomeración. El desarrollo de economía local, producto de la mejora en salarios, trae consigo mejoras en el nivel de vida de los habitantes de la localidad de la aglomeración, dándole un rostro humano al desarrollo económico. Todo esto se traduce en un aumento de la eficiencia colectiva de una aglomeración, donde los miembros están mejor juntos que separados.

Desventajas de no tener una asociatividad.

- Muchas veces el individuo no puede solicitar préstamos o crédito, puesto que no tiene una firma colateral.

- Los pequeños agricultores que ofrecen una limitada cantidad de productos, por lo regular no reciben un buen precio por estos en el mercado local.
- La compra de insumos resulta más cara, puesto que los vendedores no le ofrecerán un descuento por la compra de semillas, fertilizantes y otros insumos, y si se lo ofrecen, éste será mínimo.
- Por lo regular, las agencias ofrecen capacitación y entrenamiento a grupos, no a individuos.

Causas del fracaso de las asociaciones:

- Los objetivos comunes no estén claramente definidos.
- No existe el suficiente clima de confianza y comunicación.
- Falta de procedimientos de control.
- Las actividades para las cuales se organiza son coyunturales.
- Falta de información y de transparencia en los programas y planes de acción, deficiente preparación para las negociaciones y ausencia de estímulos efectivos para la cooperación.

Las amenazas:

- Aumento de la competencia nacional e internacional.
- Rápidos cambios tecnológicos.

El problema:

- Desconfianza.
- Individualidad.

La estrategia:

- Esquemas organizacionales en la búsqueda de mayor eficiencia.

1.2.2.1. Asociatividad empresarial.

Es un proceso que pretende la cooperación inter-empresarial (organizaciones - instituciones) con el objetivo de mejorar la gestión, la productividad y la competitividad en la época de la globalización.

Su connotación es diferente a la tradicional concepción de las asociaciones empresariales, cuyo objetivo principal es la representatividad ante el sector público y la defensa de intereses sectoriales, frente a políticas públicas.

Se logra la asociatividad empresarial:

- Aplicando compromiso y confianza.
- Trabajando en equipo y participación en cadena.
- Identificando propósitos, objetivos, metas y hasta intereses comunes.
- Integración local - proximidad.
- Cambiar cultura empresarial.
- Construyendo nuevas formas de organización empresarial (consorcios, uniones temporales, distritos industriales).
- Aplicando una metodología exitosa y probada.

Se aplica la Asociatividad Empresarial:

- Ahora que se hace urgente ganar competitividad.
- Cuando exista el compromiso y la convicción de empresarios e instituciones públicas y privadas.
- Cuando las organizaciones se sientan incapaces de enfrentar los retos de la apertura de los mercados.

Costos de la Asociatividad Empresarial:

- No es un proceso espontáneo, es un proceso organizacional.
- Requiere direccionamiento.
- Dedicación de tiempo real.
- Aporte de empresarios, organizaciones e instituciones.
- Otras fuentes de financiación de los programas.

¿Por qué la Asociatividad Empresarial?

- Cambio de modelo económico mundial.
- Apertura y desregulación de los mercados.

- Altos niveles de desarrollo tecnológico.
- Intensificación de la competencia mundial.
- La competitividad como fundamento para el éxito en los negocios.
- Cambios en el enfoque y dirección de organizaciones (competencia).
- Procurar la supervivencia empresarial, especialmente de las mipymes, en el nuevo entorno económico global.

Asociatividad Empresarial para:

- Disminuir costos.
- Lograr economías de escala.
- Acceder a nuevos mercados.
- Aplicar nuevas formas de hacer negocios.
- Modernización Empresarial y reconversión industrial.
- Aumento de productividad y competitividad.
- Investigación y desarrollo - innovación.

Asociatividad y desarrollo empresarial.

- Etapa de desarrollo del componente de la asociatividad.

La asociatividad es el proceso mediante el cual se generan las condiciones y el ambiente propicio para la realización de acciones conjuntas entre los actores de la cadena. En este proceso se generan relaciones de confianza que permiten trabajar firmemente en el logro de objetivos comunes.

- Elementos esenciales para trabajar la asociatividad.

Para desarrollo de un proceso asociativo exitoso, es muy importante comprender que esta condición no se genera de un momento a otro y exige el apoyo constante y la participación de sus actores para su consolidación, sin embargo se presentan algunos aspectos importantes que se deben considerar:

- Existencia o definición de una visión compartida de cadena.
- Relaciones de cooperación entre productores e instituciones.
- Apropiación de dinámicas de trabajo conjunto y participativo.
- Adaptación de los servicios de la institucionalidad a los requerimientos de la cadena productiva.
- Negocios de mayor escala con responsabilidad conjunta en mercados mejor remunerados.
- Asistencia técnica pertinente a las necesidades de la cadena.
- Una red interinstitucional de apoyo que respalde y apoye la cadena.
- Establecer acciones o proyectos para corto, mediano y largo plazo.
- Compromiso y liderazgo.

¿Qué se busca con la asociatividad?

Desarrollo empresarial para:

- Aumentar el nivel de desarrollo empresarial de las organizaciones.
- Fortalecer la capacidad de gestión y organización
- Lograr que la actividad productiva sea fuente generadora de ingresos.
- Gestionar proyectos y negocios conjuntos de mayor alcance.
- Crear condiciones para ser sostenibles y competitivos.
- Identificación de puntos comunes de trabajo.
- Desarrollar colectivamente planes de trabajo.
- Adelantar negocios de mayor escala con responsabilidad conjunta en mercados mejor remunerados.
- Adaptación de los servicios de la institucionalidad a los requerimientos de la cadena productiva.
- Generar capacidades de autogestión.

Desarrollo social para:

- Fortalecer la base organizacional.
- Fortalecer las relaciones de cooperación y de beneficio entre los actores.

- Establecer propósitos colectivos, una visión compartida.
- Abordar situaciones con claridad y seguridad.
- Establecer acuerdos y convenios entre los actores.
- Mejorar condiciones para realizar acciones conjuntas.
- Mejorar el flujo de información y comunicación.
- Mejorar la efectividad del apoyo institucional.
- Mejorar las condiciones de vida de los productores rurales.
- Mejorar los canales de información y comunicación.
- Reducir duplicidad de esfuerzos.

¿Cómo desarrollar la asociatividad?

- Estimulando la conformación de redes sociales.
- Conformando una unidad articuladora.
- Adelantando ejercicios de direccionamiento estratégico.
- Realizando un plan de acción de la cadena.
- Desarrollo pruebas pilotos.
- Monitoreando pruebas piloto.
- Monitoreando fuentes potenciales de financiación para el proceso.
- Realizando una buena gestión de proyectos.
- Conformando redes empresariales horizontales y verticales.
- Realizando talleres de intercambio de experiencias.
- Conformando y fortaleciendo redes sociales.

Cadena productiva.

En cuanto al desarrollo empresarial tenemos las siguientes ventajas:

- Aumentar el nivel de desarrollo empresarial de las organizaciones.
- Fortalecer capacidad de negociación.
- Lograr que la actividad productiva sea fuente generadora de ingresos.
- Gestionar proyectos y negocios conjuntos de mayor alcance.
- Crear condiciones para ser sostenibles y competitivos.

En cuanto al desarrollo social tenemos las siguientes ventajas:

- Fortalecer la base organizacional, las relaciones de cooperación y de beneficio entre los actores de la cadena.
- Establecer propósitos colectivos, una visión compartida.
- Mejorar condiciones para realizar acciones conjuntas.
- Mejorar la efectividad del apoyo institucional, los canales de información y comunicación, y condiciones de vida de los productores rurales.

Oportunidades para la cadena.

- Acceso a mercados mejor remunerados.
- Acceso servicios técnicos y de capacitación especializados.
- Apoyo de organismos públicos, privados y de cooperación.
- Gestión de proyectos con mayor alcance.
- Desarrollo de alianzas estratégicas.
- Mejora en los canales de conformación.
- Visibilidad de las dinámicas del sector de orden nacional e internacional.
- Aprovechar fortalezas e identidad de la cadena como procesos productivos.

Beneficios para la cadena:

- Establecimiento de apuestas productivas estratégicas de región teniendo en cuenta el tejido social y empresarial presente.
- Desarrollar capacidades de liderazgo en sectores productivos.
- Oportunidad para la generación y fortalecimiento de sistemas colectivos para la agregación de valor.
- Empoderamiento de las comunidades rurales en la toma de decisiones para su desarrollo empresarial y social.
- Articulación a nivel local y regional de esfuerzos entre los sectores académicos productivos, institucionales y políticos.
- Espacios e instrumentos que faciliten la participación para la generación de políticas para la competitividad y el desarrollo regional.

Etapa de diagnóstico.

La asociatividad se realiza para:

- Establecer la situación actual (inicial) de las organizaciones empresariales en términos de sus dinámicas grupales.
- Identificar y caracterizar procesos productivos.
- Identificar los actores que intervienen en los procesos de la cadena.
- Mejorar los mecanismos de cooperación técnica.
- Adelantar negocios conjuntos y fortalecer sus procesos.
- Para crear mecanismos y brindar servicios propios de financiación.
- Mejor desarrollo empresarial de cadenas productivas y organizaciones.
- Conformar redes horizontales y verticales.
- Permitir cohesión entre integrantes y mejorar las relaciones entre actores.
- Generar procesos de participación para la toma de decisiones.
- Orientar un plan de vida conjunto para la cadena.
- Reconocer el propósito de su existencia, realidades y expectativas.
- Ofrecer servicios a los asociados y cooperación técnica entre ellos.

¿Cómo se adelanta la asociatividad?

Se realizan actividades previas y ejercicios que involucran la participación de los diferentes actores de la cadena.

Se sugiere lo siguiente:

- Implementar juegos y actividades lúdicas.
- Hacer sentir que los actores son pieza clave del proceso.
- Realizar análisis de documentos clave.
- Levantar conjuntamente el árbol de problemas- árbol de soluciones.
- Realizar entrevistas individuales y colectivas.
- Adelantando visitas técnicas.
- Realizar la sistematización de las experiencias como casos de estudio.
- Capacitaciones y giras técnicas.

Competitividad y asociatividad.

Competitividad es lograr rentabilidad igual o superior a los rivales en el mercado. Es la característica de una organización de lograr su misión en forma más exitosa que otras. Se basa en la capacidad de satisfacer necesidades y expectativas de los clientes o ciudadanos a los cuales sirve, en su mercado objetivo, de acuerdo a la misión específica para la cual fue creada.

La asociatividad permite, a través de la implementación de estrategias colectivas y de carácter voluntario, alcanzar niveles de competitividad similares a los de empresas de mayor nivel:

- Logro de economías de escala, condiciones de acceso al mercado.
- Mejorar la gestión del conocimiento técnico-productivo y comercial.
- Acceso a tecnologías de productos o procesos.
- Acceso al financiamiento y reducción de costos.
- Mejorar calidad y diseño, incremento de la producción y productividad.

1.2.2.2. Tipos de redes asociativas.

Entre los diferentes tipos de asociatividad empresarial que pueden darse, tenemos:

- **Redes empresariales.**

Según ciertos autores, por ejemplo Olivanti “las redes podrían ser consideradas como una evolución de los distritos industriales”, de acuerdo con Dini “las redes de empresas a diferencia de los distritos industriales están generalmente constituidas por un número más limitado de firmas, las empresas que componen una red son claramente identificadas, su composición tiende a ser menos variable y los miembros no pertenecen necesariamente al mismo territorio”. Su integración es hacia delante (cliente); o hacia atrás (proveedor).

Tipos de redes empresariales:

- Redes Verticales.

Este tipo de asociación se da entre empresas proveedoras y aquellas que producen bienes finales para el consumo. La cooperación en redes verticales en el carácter tecnológico proviene de acuerdos con instituciones tales como universidades, suministro de tecnologías. En la parte de mercadeo, las redes verticales ayudan para la compra exclusiva y manejo de territorios con distribución exclusiva.

La capacitación y entrenamiento se puede costear entre todas las empresas que forman la aglomeración, y donde todos tienen los beneficios, a través del mejoramiento de sus recursos humanos, como a través de oferta de mano de obra más calificada. La especialización de las firmas en lo que hacen mejor, también es una ventaja de las aglomeraciones y redes asociativas. Empresas de eslabones consecutivos relacionadas entre sí para el incremento de sus beneficios por economías de escala, reducción de costos, competitividad, reducción de amenazas de proveedores y/o clientes, grado más alto de control sobre la cadena productiva.

- Redes Horizontales.

Son de carácter asociativo entre empresas competidoras de la misma rama y se puede dar en forma tecnológica, desarrollando tecnologías comunes para todos los participantes; empresas del mismo eslabón, a veces competidoras, relacionadas entre sí para el logro de beneficios por economías de escala, sinergias, reducción de competencia, poder de negociación. Así mismo, la cooperación horizontal se puede dar en aspecto productivo, y hasta limitación de producción, en aspecto de mercadeo se puede asociar para tener una antena comercial conjunta, expansión de mercados, compartir marcas, servicio de postventa común, etc. Cabe recalcar que en estas redes la asociatividad puede darse entre entes complementarios y no competidores, que pueden dar un valor agregado a los productos y servicios.

- **Redes Territoriales.**

Las redes territoriales no son otra cosa que los llamados “clusters” o aglomeraciones que se pueden producir en un territorio identificable, sea este una ciudad, provincia o región. Las aglomeraciones se dan cuando las firmas sean competidores o complementarios compiten entre sí pero también cooperan y existe una constante presión de la demanda hacia la innovación de los productos.

- **Redes de cooperación.**

Conjunto de empresas que comparten información, procesos o conglomeran ofertas, sin renunciar a funcionar de manera independiente. No existe una relación de subordinación. Mantienen diversos vínculos cooperativos para realizar acciones conjuntas coordinadas.

- **Alianzas estratégicas.**

Se establecen acuerdos entre las partes para el logro de un fin común mediante el apoyo concertado de todos sus integrantes de manera organizada que aporte beneficios a sus participantes de forma justa y equitativa. Relación sostenida entre empresas ofertantes y demandantes la cual puede ser mediada o animada por un agente intermediario, o gestor de negocios. Cuentan con un objetivo común, apoyo concertado organizado y planeado, beneficios mutuos, articulación comercial, alianza en cadenas productivas.

En base a acuerdos entre actores que cubren una serie de etapas y operaciones de producción, transformación, distribución y comercialización de un producto o línea de productos (bienes o servicios). Implica división de trabajo en la que cada agente o conjunto de agentes realiza etapas distintas del proceso productivo. Es un sistema dinámico que empieza desde la producción local hasta el consumo y está integrado por actores con características diferentes y controles específicos que

desarrollan actividades interrelacionadas e interdependientes, alrededor de la evolución y desempeño de un producto que busca ser competitivo.

- Alianza en clusters.

De manera similar a las cadenas de valor, pero los actores están concentrados geográficamente y están interconectados en una actividad productiva particular. Comprende no sólo empresas sino también instituciones que proveen servicios de soporte empresarial. Cerdán R. (1997) define a un cluster como:

“Un grupo integrado por empresas de una región líderes en su ramo, apoyadas por otras que proveen productos y servicios, y tanto unas como otras están, a su vez, sustentadas por organizaciones que proveen profesionales calificados, tecnología de punta, recursos financieros, ambiente propicio para los negocios e infraestructura física”. Pág. # 27

En los clusters existen proveedores especializados y fortalezas institucionales que favorecen el desarrollo empresarial.

- Joint Venture.

Se constituye una nueva sociedad creada por dos o más empresas con personalidad jurídica independiente pero realiza una actividad empresarial supeditada a las estrategias competitivas de las empresas propietarias. Esta forma de cooperación implica la aportación de fondos, tecnología, personal, bienes industriales, capacidad productiva o servicios.

- Consorcios.

Este contrato es aquél, por virtud del cual dos o más personas se asocian para participar en forma activa y directa en un determinado negocio o empresa con el propósito de obtener un beneficio económico. Se pueden formalizar legalmente sin que las empresas pierdan su personería jurídica pero con una gerencia común.

1.2.3. Contexto de competencia.

Surge de la necesidad de valorar no sólo el conjunto de los conocimientos apropiados (saber) las habilidades y destrezas (saber hacer) desarrolladas por una persona, sino de apreciar su capacidad de emplearlas para responder a situaciones, resolver problemas y desenvolverse en el mundo. Implica una mirada a la condición del individuo y disposición con las que actúa, es decir, al componente actitudinal y valorativo (saber ser) que incide sobre los resultados de la acción.

La competencia es saber hacer frente a una tarea específica, que se hace evidente cuando el sujeto entra en contacto con ella. Supone conocimientos, saberes y habilidades que emergen en la interacción que se establece entre el individuo y la tarea. Abordar el enfoque de competencias hacia los resultados de la aplicación, se demuestra a través de los desempeños de una persona, los cuales son observables y medibles y evaluables.

Elementos que la caracterizan:

- Es personal, está presente en todos los seres humanos. Se observa inclusive en el lenguaje cotidiano (aquella persona es competente) esto no ocurre con respecto a objetos, que aunque son útiles no son (competentes).
- Las competencias se realizan a través de las habilidades. Una competencia puede contener varias habilidades que funcionan como anclas para referirlas a los ámbitos en los cuales las competencias se realizarán.
- Está referida a un ámbito o contexto en el cual se materializa. En medida que el ámbito de referencia es más delimitado, es más fácil caracterizarla.
- La competencia representa potenciales que siempre son desarrollados en contextos de relaciones disciplinares significativas.

- Están asociadas a una movilización de saberes. No son un conocimiento acumulado, sino la vinculación de una acción, la capacidad de acudir a lo que se sabe para realizar lo que se desea.
- Son patrones de articulación del conocimiento al servicio de la inteligencia. Pueden ser asociadas a los esquemas de acción, desde los más sencillos hasta las más elaboradas de movilización del conocimiento.
- Representan la potencialidad para la realización de intenciones referidas: articular los elementos del par conocimiento-inteligencia, así como el de conocimiento tácito – conocimiento explícito.

1.2.3.1. Tipos de competencias.

- **Competencias básicas.**

Están relacionadas con el pensamiento lógico matemático y las habilidades comunicativas, base para apropiación y aplicación del conocimiento científico. Son el punto de partida para que las personas puedan aprender de manera continua y realizar diferentes actividades en los ámbitos personal, laboral, cultural y social.

En contexto laboral, permiten al individuo entender instrucciones escritas y verbales, produzca textos con distintos propósitos, interprete información registrada en cuadros y gráficos, analice problemas y sus posibles soluciones, comprenda y comunique sentidos diversos con otras personas.

- **Competencias ciudadanas.**

Son el conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes que permiten que una persona se desenvuelva adecuadamente en sociedad y contribuya al bienestar común y al desarrollo de su localidad o región. Además de relacionarse con la

actuación de un individuo, implican la capacidad para efectuar juicios morales, está relacionada con la apropiación de mecanismos de regulación del comportamiento, tales como la ley, principios, valores, normas, reglamentos, creados para convivir en armonía, regular los acuerdos y respetarlos.

En el contexto laboral, las competencias ciudadanas permiten al individuo asumir comportamientos adecuados según la situación y el interlocutor, respetar las normas y procedimientos, ser crítico y reflexivo ante los problemas, resolver conflictos y buscar la armonía en la relación con los demás, cuidar los bienes ajenos que le sean encomendados, cumplir los compromisos, participar activamente y generar sentido de pertenencia con su organización.

- **Competencias laborales.**

Son el conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes aplicadas en situaciones del ámbito productivo, tanto en un empleo como en una unidad para la generación de ingreso por cuenta propia, se traducen en resultados efectivos que contribuyen al logro de los objetivos de la organización. Es decir, la competencia laboral es la capacidad que una persona posee para desempeñar una función productiva en escenarios laborales usando diferentes recursos bajo ciertas condiciones, que aseguran la calidad en el logro de los resultados.

El enfoque de competencia laboral.

Las competencias laborales son un punto de encuentro entre los sectores educativo y productivo, por cuanto muestran qué se debe formar en los trabajadores y los desempeños que éstos deben alcanzar en el espacio laboral. El surgimiento de la gestión por competencia laboral en la empresa, en parte obedece a la necesidad de acortar la distancia entre esfuerzo de formación y resultado efectivo. El concepto de esta competencia se dio primero en los países industrializados a partir de la necesidad de formar personas para responder a los

cambios tecnológicos, organizacionales y, en general, a la demanda de un nuevo mercado laboral. A su vez, en los países en desarrollo su aplicación ha estado asociada al mejoramiento de los sistemas de formación para lograr un mayor equilibrio entre las necesidades personales, las empresas y la sociedad en general.

La competencia laboral es una pieza central de un enfoque integral de formación que, desde su diseño y operación, conecta el mundo del trabajo y la sociedad, centrando su atención en el mejoramiento del capital humano como fuente principal de innovación, conocimiento, diferenciación y competitividad. Se ha promovido el enfoque de competencias laborales, el cual empieza a ser adoptado de forma amplia por los empresarios para la gestión de su talento humano. Dadas las ventajas del enfoque en relación con su fuerte vínculo con el sector productivo, la generación de referentes comunes para la formación y evaluación de personas; actualmente las instituciones están volcando su atención sobre las competencias para definir la formación laboral. Así mismo, las organizaciones empresariales están incluyendo dentro de sus políticas institucionales el desarrollo de sus procesos de gestión humana, selección y formación.

Tipos de competencias laborales.

- Competencias laborales generales.

Se caracterizan por no estar ligadas a una ocupación en particular, ni a ningún sector económico, cargo o tipo de actividad productiva, pero habilitan a las personas para ingresar al trabajo, mantenerse en él y aprender. Junto con las competencias básicas y ciudadanas, facilitan la empleabilidad de las personas. La empleabilidad es la capacidad de una persona para conseguir un trabajo, mantenerse en él y aprender los elementos específicos propios de la actividad. Son necesarias en todo tipo de trabajo, ya sea en un empleo o en una iniciativa propia para la generación de ingreso. Son ejemplos, la orientación al servicio, el trabajo en equipo, la toma de decisiones, la resolución de problemas, el conocimiento del

entorno laboral y el manejo de procesos tecnológicos básicos. Estas competencias son transferibles, es decir, se aplican en cualquier ambiente donde existe una organización productiva: la familia, comunidad, empresa; generan el desarrollo continuo de nuevas capacidades y son observables y medibles, lo cual significa que es posible evaluarlas y certificar que una persona cuenta con ellas.

Se refieren a la capacidad de un individuo para desenvolverse en muchos ámbitos de la vida personal, intelectual, social, ciudadana y laboral. Las competencias laborales generales pueden ser:

- Intelectuales. Condiciones asociadas con la atención, memoria, concentración, solución de problemas, toma de decisiones y la creatividad.
- Personales. Condiciones del individuo que permiten actuar adecuada y asertivamente en un espacio productivo, aportando talentos y desarrollando potenciales, como la inteligencia emocional, la ética y adaptación al cambio.
- Interpersonales. Capacidad de adaptación, trabajo en equipo, resolución de conflictos, liderazgo y proactividad en las relaciones interpersonales.
- Organizacionales. Gestionar recursos e información, orientación al servicio y aprendizaje a través de referenciación de experiencias de otros.
- Tecnológicas. Transformar e innovar elementos tangibles del entorno para encontrar soluciones prácticas. Se incluyen las competencias informáticas y la capacidad de identificar, adaptar, apropiar y transferir tecnologías.
- Empresariales. Habilitan a crear, liderar y sostener unidades de negocio, identificar oportunidades, consecución de recursos, tolerancia al riesgo, elaboración de proyectos y planes de negocios, mercadeo y ventas, etc.

Cuadro # 3

Características de las competencias laborales generales	
Genéricas:	No están ligadas a una ocupación particular.
Transversales:	Son necesarias en todo tipo de empleo.
Transferibles:	Se adquieren en procesos de enseñanza aprendizaje.
Generativas:	Permiten el desarrollo continuo de nuevas capacidades.
Medibles:	Su adquisición y desempeño es evaluable.

Fuente: Competencias Laborales (Bogotá)
Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

- Competencias laborales específicas.

Son necesarias para el desempeño de funciones propias de ocupaciones del sector productivo. Poseerlas significa tener el dominio de conocimientos, habilidades y actitudes que conllevan al logro de resultados de calidad en el cumplimiento de una ocupación, por tanto, facilitan el alcance de las metas organizacionales. Están relacionadas con las funciones productivas, con el conjunto de actividades laborales necesarias para lograr resultados específicos de trabajo, en relación con el propósito clave de un área objeto de análisis. Estas competencias habilitan a las personas para desempeñar una ocupación o un grupo de ocupaciones.

El enfoque en la formación de competencias laborales busca estimular un proceso de aprendizaje que sea significativo, integrando la teoría y la práctica, conectando un conocimiento o habilidad con la diversidad de aplicaciones en un entorno productivo complejo y cambiante. El proceso, se orienta a facilitar la identificación de las causas de los problemas presentes en una situación laboral y aportar soluciones creativas y efectivas, que en el caso de la formación de competencias laborales específicas implican elementos propios de una ocupación. La formación de competencias laborales, tanto generales como específicas, demanda un trabajo de articulación de contenidos y saberes al interior de las instituciones para optimizar el tiempo disponible, el uso de talleres y espacios de simulación. Igualmente, implica revisar la concepción de la tecnología vista como un escenario de integración de conocimientos, habilidades y comportamientos.

1.2.3.2. Evaluación de competencias.

Para evaluar cada competencia, los instrumentos tienen que ser necesariamente diferentes, dado que no hay ningún método de evaluación que por sí solo pueda proporcionar toda la información necesaria para juzgar la competencia de un profesional. Es necesario por tanto, una combinación de los diferentes métodos para evaluar las habilidades cognitivas y las complejas habilidades que componen el concepto de competencia profesional.

De acuerdo con la pirámide de Miller hay cuatro niveles de formación por orden de complejidad. En la base están los conocimientos que un profesional necesita saber para desarrollar sus tareas con eficacia, en nivel superior la capacidad para saber cómo utilizar estos conocimientos, analizar e interpretar los datos obtenidos; capacidad que se define como competencia, no solo es preciso conocer cómo utilizarla sino también demostrar cómo se utiliza. Es decir, es necesario conocer la actuación de un profesional frente a una situación específica. Finalmente, es preciso conocer lo que un profesional hace realmente en su práctica laboral.

Pirámide de Miller

Gráfico # 2



Fuente: Evaluación de competencias.
Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Métodos para evaluar los conocimientos.

Las preguntas escritas y especialmente las de elección múltiple, han sido las más empleadas porque son más validas, fiables y fáciles de elaborar, que otros métodos y pueden proporcionar una amplia información, sobre las habilidades cognoscitivas, incluidas las habilidades para interpretar pruebas complementarias.

Métodos para evaluar la competencia.

Para esta evaluación se incluyen los exámenes orales y las pruebas escritas cortas o largas. Con estos se puede evaluar la capacidad teórica para resolver problemas.

Métodos para evaluar la actuación.

Para evaluar este nivel, se basa en simulaciones, que intentan reproducir situaciones similares de la vida real en condiciones estandarizadas, que permiten al observador analizar las actuaciones específicas que se pretenden evaluar.

Métodos para evaluar la práctica profesional.

Este nivel de evaluación es el más importante y completo, ya que proporciona información sobre lo que el profesional realmente hace en su práctica profesional.

No obstante, es preciso señalar, que desde el punto de vista metodológico es el más difícil ya que intervienen no solamente problemas técnicos sino también otros factores no relacionados con lo que el profesional es capaz de hacer y que pueden modificar su práctica, como por ejemplo, el tipo de organización, la institución en la que trabaja, los recursos disponibles, la competencia de otros profesionales que intervienen en la práctica que se pretende evaluar, la masificación asistencial y la motivación del propio profesional, entre otras.

1.3. Fundamentación legal.

La elección de la forma jurídica a adoptar para la puesta en marcha de una nueva empresa debe ser objeto de un detenido estudio, a fin de elegir aquella que mejor se adapte a las características del proyecto a desarrollar.

- La Sociedad.

Se constituye ante un notario público y en la misma forma se hacen constar sus modificaciones. La escritura constitutiva es el inicio legal, consta de:

- Los nombres, la nacionalidad y el domicilio de las personas físicas o morales que constituyen la sociedad.
- El objetivo de la sociedad.
- Razón social o denominación.
- El importe de capital.
- La expresión de lo que cada socio aporta en dinero o en otros bienes, el valor atribuido a estos y el criterio seguido para su valoración.
- El domicilio de la sociedad y su duración.
- Forma de administración de la sociedad y facultad de sus administradores.
- El nombramiento de los administradores y la designación de los que han de llevar la misma sociedad.
- La manera de hacer la distribución de las utilidades o pérdidas, entre los miembros de la sociedad.
- El importe de fondos de reserva.
- Los casos en que la sociedad haya de disolverse anticipadamente.
- Bases para practicar la liquidación de la sociedad, y modo de proceder a la elección de liquidadores, cuando no se hayan designados anticipadamente.
- Cuando el capital sea variable, indicando el mínimo que se fije.
- Todos los requisitos y demás reglas a establecer en la escrituras sobre la organización y funcionamiento de la sociedad constituyen sus estatutos.

- **Los Estatutos.**

Son reglas fundamentales del funcionamiento de una asociación, pese a no poseer el carácter de norma jurídica, son vinculantes para los socios, pues se someten 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. Los estatutos podrán ser desarrollados por un reglamento de régimen, para regular aquellos aspectos del funcionamiento de la asociación que hayan quedado claros.

- **Sustento legal.**

Se sustenta legalmente, en los artículos de la Constitución del Ecuador, vigente, en el Código Orgánico de la Producción y la Ley de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular Solidario.

La Constitución de la República del Ecuador, en la Sección novena, Art. 55, establece “Las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos, y las representen y defiendan ante las autoridades judiciales o administrativas. Para el ejercicio de este u otros derechos, nadie será obligado a asociarse”. El derecho al trabajo se sustenta en el siguiente principio de la sección tercera de las Formas de trabajo y su retribución, Art. 326, determina “Se garantizará el derecho y la libertad de organización de las personas trabajadoras, sin autorización previa. Este derecho comprende, sindicatos, gremios, asociaciones y otras formas de organización.

En el Código de la Producción, Título II del Desarrollo Productivo de la Economía Popular, Solidaria y Comunitaria, Art. 22, establece. “Los ministerios del ramo o secretarías nacionales que tengan como competencia el de la economía popular, solidaria y comunitaria, presentarán al término del ejercicio económico anual, al ministerio que presida el Consejo Sectorial de la Producción, reportes sobre los recursos invertidos en programas de generación de capacidades,

innovación, emprendimientos, tecnología, mejora de productividad, asociatividad, fomento y promoción de oferta exportable, comercialización, entre otros, con el objeto de potenciar este sector de la economía”

La asociatividad se puede respaldar también en la Ley de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, en el Título I Del Ámbito, Objeto y Principios, en el Art. 1, define. “Para efectos de la presente , se entiende por economía popular y solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y acumulación de capital”.

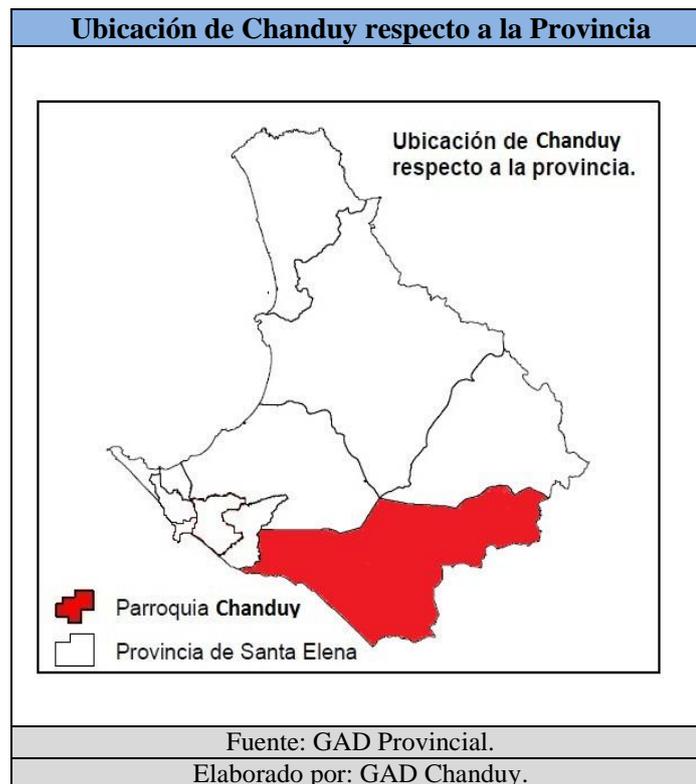
En el Título II De la Economía Popular y Solidaria, Capítulo I, Sección 2, De las organizaciones del Sector Asociativo, Art. 18, determina. “Es el conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada bajo los principios de la presente Ley”.

1.4. Marco situacional.

Chanduy es una población costera que cuenta también con un territorio continental diverso. Sufrió al igual que toda la península de Santa Elena, la tala inclemente de sus árboles, en 1914 presentaba un panorama desértico. La forma de ocupación del territorio se diferenció entre las poblaciones del filo costero con mayor desarrollo, y las internas que se dedicaban a la producción agrícola.

Fue creada como parroquia el 29 de mayo de 1861; cuenta con un clima seco, su temperatura promedio es de 25 grados centígrados y posee una superficie de 769 Km² aproximadamente. Desde ese tiempo Chanduy tuvo un desarrollo turístico significativo, que fue desalentado por la producción pesquera.

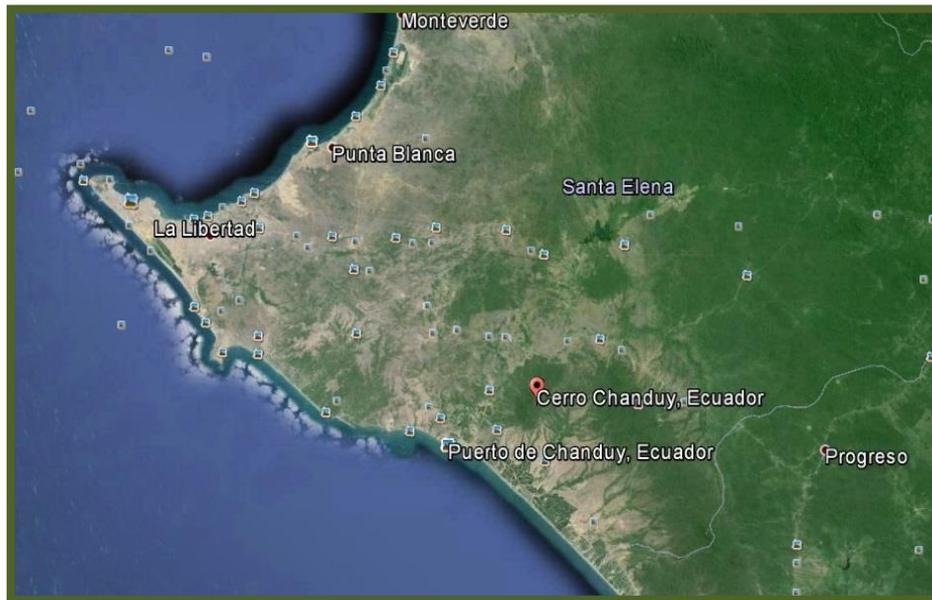
Gráfico # 3



Hay dos aspectos importantes presentes en el territorio que definen a Chanduy como un sector de desarrollo industrial. Uno es la facilidad que genera el puerto pesquero y su ubicación geográfica para la implementación de procesadoras de productos del mar y la otra es la presencia de grandes extensiones de camaroneras ubicadas al filo costero, que ocupan el acceso a la playa, desde Chanduy hasta el límite con la provincia del Guayas. La zona de Puerto Chanduy marcó la forma de producción dominante en la parroquia, ocasionando que el filo costero, antaño utilizado también para el turismo, se dedique casi exclusivamente a esta actividad, por la contaminación que ocasiona, lo cual es un problema a resolver.

La parroquia Chanduy se encuentra al suroeste de la provincia de Santa Elena; sus coordenadas geográficas son: 2°24'4" S y 80°40'54" O. Tiene una extensión de 769.02 Km² (7.6902 has) que representan el 14.32% de la Península de Santa Elena estimada en 3.762.8 km². Cuenta con una extensión de 769.02 km². Según el censo poblacional y de vivienda del 2010, su población es de 16.363 habitantes, arrojando una densidad bruta de 18,91 habitantes/km². Constituida por 14 comunas, estas son las organizaciones más representativas de la parroquia, y la tenencia de la tierra tiene esta connotación. La parroquia desde el siglo XX tenía como su principal vía de comunicación la vía Guayaquil- Santa Elena, a la que se conecta a través de un desvío, desde el punto conocido como “los caballos”.

Gráfico # 4. Ubicación de Chanduy respecto a la Parroquia.



Fuente: www.es.getamap.net.
Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Población económicamente activa (PEA).

La Población Económicamente Activa es aquella parte de la población dedicada a la producción de bienes y servicios. La clasificación de la PEA por ramas de actividad brinda un panorama de la organización de la economía, a continuación

se presenta la estructura ramal de la parroquia Chanduy contabilizada en el censo de población realizado en el año 2010, utilizando la clasificación ampliada de las actividades económicas, cuarta revisión.

Cuadro # 4

PEA POR RAMAS DE ACTIVIDAD ECONÓMICA		
Rama de actividad (Primer nivel)	Casos	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	2.254	43,3
Explotación de minas y canteras	107	2,1
Industrias manufactureras	537	10,3
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	6	0,1
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	16	0,3
Construcción	363	7,0
Comercio al por mayor y menor	468	9,0
Transporte y almacenamiento	165	3,2
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	107	2,1
Información y comunicación	13	0,2
Actividades financieras y de seguros	6	0,1
Actividades inmobiliarias	3	0,1
Actividades profesionales, científicas y técnicas	19	0,4
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	59	1,1
Administración pública y defensa	88	1,7
Enseñanza	130	2,5
Actividades de la atención de la salud humana	48	0,9
Artes, entretenimiento y recreación	10	0,2
Otras actividades de servicios	58	1,1
Actividades de los hogares como empleadores	150	2,9
No declarado	301	5,8
Trabajador nuevo	297	5,7
Total	5.205	100,0
Fuente: INEC, Censo de Población 2010		
Elaborado por: GAD Parroquia Chanduy.		

Las actividades más difundidas en el ámbito comunal son aquellas referentes al cultivo de alimentos a pequeña escala, la ganadería y la pesca, pertenecientes al sector primario de la economía. Aunque existe una difusión y variedad relativamente amplia de cultivos y de tipos de ganado en las comunidades, éstas

actividades no pueden realizarse a una escala mayor debido a una severa limitación de recursos productivos; otro lado, a pesar de que hay pocos puertos pesqueros en la parroquia es la actividad pesquera la que genera el mayor nivel de ingresos en la zona. Las actividades propias de los sectores secundario y terciario no se encuentran explotadas extensivamente y en los casos en que se las realiza, se lo hace de una manera incipiente.

Sistema Económico.

En este vasto territorio, existen a nivel terrestres un ecosistema con cuatro tipos de formaciones vegetales y a nivel del mar, varios ecosistemas marinos y costeros; en tal contexto, el territorio da cuenta de varios tipos de actividades económicas destacando las relativas a la pesca, la agricultura, ganadería, camaroneras y marginalmente la minería que se localiza por el sector de San Rafael. La Parroquia se caracteriza por su diversa actividad económica, ya que cuenta con una variedad de zonas que permiten la diversidad de la producción.

Organización social.

Los centros poblados se dan en agrupaciones o dispersos ocupando en diversos sitios de la parroquia. Así tenemos un primer grupo ubicado siguiendo la vía de ingreso hacia Chanduy, estos son: Pechiche, El Real, Puerto de Chanduy, Chanduy y Manantial de Chanduy. Otro grupo de poblaciones se dan alineadas a la vía Santa Elena-Guayaquil, éstas son: Zapotal, Buenos Aires, Villingota, Sucre y Olmedo, aunque ésta última posee territorio que pertenece a la provincia del Guayas. De manera aislada se dan las poblaciones de San Rafael, Engullima, Tugaduaja y Engunga. La organización predominante es la comunal y actualmente el gobierno parroquial lidera el proceso de conformación del sistema de participación local, el cual tiene que aglutinar a las organizaciones existentes que son: asociaciones productivas, sobretodo pesqueras, banco comunales (microcréditos solidarios), asociaciones deportivas (especialmente de fútbol para

hombres), barrios, entre otras. Estas se han conformado por afinidades ya sea de actividades o de objetivos comunes, y se evidencia su accionar cuando se organizan las fiestas parroquiales.

Estructura organizativa territorial.

La tenencia de tierras es mayoritariamente comunal, existe la cabecera parroquial denominada con el mismo nombre y 14 comunas: Bajada de Chanduy, Ciénega, Mamey, Olmedo, Sucre, Villingota, Zapotal, El Real, Manantial de Chanduy, Pechiche, Puerto de Chanduy, San Rafael, Engunga, Tugaduaja.

Cuadro # 5

POBLADOS DE LA PARROQUIA CHANDUY			
#	NOMBRE	TIPO	COMUNA
1	Bajada	Recinto	Bajada de Chanduy
2	Cristal	Recinto	Bajada de Chanduy
3	Pocito	Recinto	Bajada de Chanduy
4	San Andrés	Recinto	Bajada de Chanduy
5	Aguas Verdes	Recinto	Bajada de Chanduy
6	Palo Santo	Recinto	Bajada de Chanduy
7	Dos Bocas	Recinto	Bajada de Chanduy
8	Don Lucas	Recinto	Bajada de Chanduy
9	San Francisco	Recinto	Bajada de Chanduy
10	Santa Rosa	Recinto	Bajada de Chanduy
11	Buenos Aires	Recinto	Bajada de Chanduy
12	San Jerónimo	Recinto	Bajada de Chanduy
13	San José	Recinto	Bajada de Chanduy
14	Ciénega	Recinto	Ciénega
15	El Mamey	Recinto	El Mamey
16	Chanduy	Cabecera Parroquial	-
17	Puerto de Chanduy	Recinto	Puerto de Chanduy
18	San Rafael	Recinto	San Rafael
19	Engullima	Caserío	-
20	El Real	Recinto	El Real
21	Engunga	Recinto	Engunga
22	Tugaduaja	Recinto	Tugaduaja
23	Manantial de Chanduy	Recinto	Manantial de Chanduy
24	Pechiche	Recinto	Pechiche
25	Olmedo	Recinto	Olmedo
26	Sucre	Recinto	Sucre
27	Villingota	Recinto	Villingota
28	Zapotal	Recinto	Zapotal

Fuente: Mesas territoriales, 2011.
Elaborado por: GAD Parroquia Chanduy.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Diseño de la investigación.

La presente investigación se desarrolla considerando técnicas cuantitativa y cualitativa, ya que se utilizará tanto la parte objetiva como subjetiva de la misma. Se guiará bajo los parámetros de un estudio descriptivo; los cuales sirven para analizar cómo se manifiesta la sociedad y sus componentes. Permite detallar lo estudiado básicamente a través de la medición de competencias laborales que permitan la formación de una asociación.

La metodología estadística descriptiva será la base para el análisis de datos. Y mediante dicho análisis obtener conclusiones sobre el comportamiento de las variables a estudiar. Para la recopilación de información se utilizará una investigación compatible empleando varias técnicas e instrumentos de recolección de datos, como son: la observación, la entrevista, la encuesta, etc.

2.2. Modalidad de la investigación.

La modalidad del trabajo a realizar en esta investigación, es el planteamiento de una asociatividad aplicada a las modistas de la Cabecera Parroquial de Chanduy.

Mediante esta investigación emerge el desarrollo de un plan asociativo que permita tener una pauta para satisfacer la necesidad de conocimientos, habilidades y destrezas que poseen las modistas de la comunidad. Para cual se recurrirá a estrategias potenciales en el campo de la confección, que en conjunto con los elementos inmersos incluya las actividades mencionadas.

En la investigación que se está realizando se prevee establecer las competencias de las modistas para la elaboración de un plan de asociatividad, por medio de:

- Utilización de técnicas apropiadas a la problemática
- Interpretación de plan de conocimiento asociativo
- Análisis y conclusiones de la investigación

2.3. Tipos de investigación.

Escoger el tipo de investigación determina el proceso para familiarizarse con el objeto de estudio, técnicas y métodos que puedan emplearse. Establece el enfoque de la investigación influyendo relativamente en un contexto para establecer instrumentos de análisis, y como de aplicar la información de datos recabados.

Se utiliza varios tipos de investigación:

2.3.1. Investigación bibliográfica.

En esta investigación se utilizan las fuentes secundarias, como libros, revistas, documentos, etc., donde se fundamenta la teoría analizada en la información registrada, ya que mediante aquello se podrá tomar enfoques y puntos de vista diversos según los autores estudiados, además de deducir criterios y propósitos establecidos que se podrán acoplar o servirán como modelo para la realización de la investigación documental. Así se podrá fortalecer la conceptualización de los modelos asociativos y e instrumentos de la planificación.

2.3.2. Investigación participativa.

Trata de una actividad que combina, la forma de interrelacionar la investigación y las acciones en un determinado campo seleccionado por el investigador, con la participación de los sujetos investigados. El fin de este tipo de investigación es la búsqueda de cambios en la comunidad o población objetivo y mejorar las

condiciones de la misma. En este caso de investigación, la participación es necesaria, dado que el plan va direccionado específicamente hacia las mujeres que desean formar parte de la actividad y conocer cuáles son las maneras de superar las barreras que le impiden el crecimiento de su oficio. Permitiendo así entrar en contacto directo con el individuo y haciendo que este forme parte de lo planteado.

2.3.3. Investigación de campo.

Aplicada para comprender y resolver alguna situación, necesidad o problema en un contexto. El investigador trabaja en el ambiente natural en que conviven las personas y las fuentes consultadas, de las que obtendrán los datos más relevantes a ser analizados, son individuos, grupos y representaciones de las organizaciones no experimentales dirigidas a descubrir relaciones e interacciones entre variables sociológicas, psicológicas y educativas en estructuras sociales reales y cotidianas.

Es decir, si el objetivo es realizar el análisis de la realidad que viven las modistas de Chanduy, entonces es este el lugar en donde se deben dar todos los aportes empíricos que nos permitan absorber la realidad misma del entorno.

2.4. Métodos de investigación.

Para caracterizar los métodos de investigación, durante el trabajo de campo se ha cimentado en la realidad social, tomando como referencia herramientas metodológicas similares, las cuales fueron adaptadas al objeto de estudio.

Entre las que se citan las siguientes:

2.4.1. Métodos cuantitativo y cualitativo.

Considerando Bernal C. (2006). “El método cuantitativo o tradicional se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, lo

cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado”. Pág. #57. Lo cual tiende a generalizar y normalizar los resultados.

En tanto según Bernal C. (2006). “El método cualitativo o no tradicional, cualifica y describe el fenómeno social partiendo de rasgos determinantes, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada” Pág. #57. Este orienta a profundizar casos específicos y no a generalizar.

La investigación utiliza el método cualitativo para recolectar y analizar los datos, en este caso, describir y entender la situación actual en que se encuentran las mujeres de la comunidad, formular preguntas e hipótesis que serán parte del proceso investigativo; el método cuantitativo permite conceptualizar y asumir la información de manera numérica y específica, es decir, teniendo en cuenta los recursos que se disponen, los objetivos a proponer y el objeto de estudio en que se basará el plan asociativo.

2.4.2. Método deductivo.

Méndez C. (2006) considera:

“El método deductivo es un proceso de conocimiento que se inicia por la observación de fenómenos generales con el propósito de señalar las verdades particulares contenidas explícitamente en la situación general”. (Pág. # 236).

Mediante este método de razonamiento, se procede a tomar las conclusiones generales para diseñar la propuesta e implementar el plan asociativo que permita mejorar las competencias laborales de las modistas del sector.

2.4.3. Método inductivo.

Méndez C. (2006) considera:

“El método inductivo es un proceso de conocimiento que se inicia por la observación de fenómenos particulares con el propósito de llegar a conclusiones y premisas generales que se pueden aplicar a situaciones similares a la observada”. (Pág. # 236).

Mediante este método se conoce las diversas causales que ayudarán a la resolución del problema de investigación; a descubrir el propósito en el estudio individual de los hechos, entre otros aspectos.

2.4.4. Método analítico - sintético.

Méndez C. (2006) considera:

“El método de análisis es un proceso de conocimiento que se inicia por la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad. De esta manera se establece la relación causa-efecto entre los elementos que componen el objeto de investigación”. (Pág. #236).

Bernal C. (2006) considera:

“Este método estudia los hechos, partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual (análisis), y luego se integran dichas partes para estudiarlas de manera holística e integral (síntesis). (Pág. # 57).

El método analítico comprende procesos que permiten al investigador conocer la realidad. El método sintético integra los componentes dispersos de un objeto para estudiarlos en su totalidad. Aplicando el método analítico-sintético se considera obtener la identificación de las partes que conforman la presente investigación, determinándose la situación real; y la de cada elemento que la integra.

2.5. Técnicas de investigación.

Una investigación requiere, de una selección adecuada del tema objeto del estudio, un buen planteamiento de la problemática a solucionar y de la definición

del método científico que se utilizará para llevar a cabo dicha investigación. Esto conlleva a la aplicación de técnicas que faciliten la labor a realizar en la investigación mediante la utilización de fuentes de información.

2.5.1. La fuente primaria.

- Observación: Es un elemento fundamental de todo proceso investigativo, en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Fijarse en el entorno y en cuáles son sus falencias o las posibles fortalezas a utilizar para sobrellevar la situación no tan favorable que se halle.

Primordial para determinar el planteamiento del tema relacionado al momento de establecer la necesidad de la población, las oportunidades que se tiene de llevar a cabo el objetivo, y las formas que estarían de acuerdo en formar parte de plan de asociatividad, etc.

Existen dos clases de observación: la científica y la no científica.

Observar científicamente significa observar con un objetivo claro, definido y preciso, el investigador sabe que es lo que desea observar y para que quiere hacerlo.

Puede ser: Directa o indirecta. Participante o no participante. Estructurada o no estructurada. De campo o de laboratorio. Individual o de equipo.

- Entrevista: Es un reporte verbal de una persona con el fin de obtener información primaria acerca de su conducta o de experiencias.

Se utiliza para recabar información en forma verbal, a través de preguntas que propone el analista. Quienes responden son aquellos que proporcionarán datos potenciales o serán afectados por la propuesta. En

este caso, las mujeres que se encuentran inmersas en la confección de prendas de vestir, y que pueden aportar de manera significativa, ya que son profesionales en dicha rama.

Las principales dimensiones que estructuran una entrevista son su grado de libertad y su nivel de profundidad. Se clasifican de la siguiente manera:

Entrevistas estructuradas: Situaciones en las cuales un investigador pregunta a cada entrevistado una serie establecida de preguntas, con un conjunto limitado de categorías de respuestas.

Entrevistas no estructuradas: Poseen alto grado de libertad y profundidad.

Entrevistas semi-estructuradas: Es el resultado de la combinación de la entrevista estructurada y de la no estructurada, la entrevista enfocada o centrada es la de este tipo.

- Encuesta: Técnica de recopilación de datos a través de preguntas formuladas sobre las variables de la investigación, puede obtenerse por medio de un cuestionario escrito o por medio de una guía de entrevista.

Se centra en la gente, los hechos vitales, creencias, opiniones, conducta y motivaciones. Se refiere a atributos de los individuos (sexo, edad, instrucción, ocupación, estado civil, religión, etc.), opiniones, actitudes y comportamiento; con lo que los individuos sienten, piensan y hacen.

Es decir, la población a la cual se quiere llegar, estableciendo los factores determinantes de cuáles son las causas por las que se da la situación actual en el sector. Una vez establecida la muestra femenina a tomar en cuenta para el estudio a realizar, el cuestionario a aplicar a cada una de ellas debe estar acorde a los factores existentes.

2.5.2. La fuente secundaria.

Todos estos instrumentos se aplican en un momento en particular, con la finalidad de buscar información relevante y de gran utilidad para la presente investigación.

Entre los cuales citaremos:

- Técnica documental – Lectura científica: esta técnica permite ampliar el conocimiento del objeto en estudio, y realizar conclusiones que puedan profundizar la investigación.

Los textos referentes a planificación, vinculación con la colectividad, fundamentos para una asociatividad, estrategias competentes y redacción, permiten obtener un criterio más formal del tema estudiado.

- Análisis de contenido, reducción y estilo: Aspectos importantes que permiten la confiabilidad y validez del trabajo de investigación considerando la información que se obtuvo de los instrumentos utilizados.

Mostrar aspectos relevantes de la investigación tanto en la teoría expuesta como en el análisis de los resultados, especificando la veracidad de los medios utilizados.

- Internet: Contiene sin número de información que brindan los servidores a través de páginas web, permitiendo indagar en temas relacionados al desarrollo de la investigación.

Mediante esta red se puede acceder a la información que fundamente la teoría de la asociatividad y los antecedentes de esta en nuestra sociedad, teniendo un respaldo del contenido por medio de las fuentes encontradas en la investigación virtual.

2.6. Instrumentos de la investigación.

Los instrumentos de investigación de datos deben poseer cualidades necesarias para no proporcionar datos equivocados, como validez, confiabilidad, objetividad, amplitud, practicidad y adecuación.

Los factores que pueden afectar la validez y la confiabilidad de dichos instrumentos, pueden ser, la improvisación, utilización de instrumentos desarrollados que no han sido validados, las condiciones en las que se aplica el instrumento, ya que estos pueden ser largos o tediosos.

Los instrumentos a utilizar en este proceso de estudio, de acuerdo al tema de asociación previsto, son los siguientes:

La observación.

Se la realiza de manera científica, mediante observación directa.

- Observación directa: Cuando el investigador se pone en contacto personalmente con el hecho o fenómeno a investigar.

Para la cual se debe tener en cuenta, el siguiente proceso:

- Determinar el objeto, situación o caso a observar.
- Determinar los objetivos de la observación.
- Determinar la forma con que se van a registrar los datos.
- Observar cuidadosamente y críticamente.
- Registrar los datos observados.
- Analizar e interpretar los datos.
- Elaborar conclusiones.
- Elaborar el informe de observación.
- Recursos auxiliares de la observación.

La entrevista.

- Por entrevista y contacto personal, proporciona mayor abundancia en los datos. Se observa el comportamiento en forma directa y permite repreguntar. No obstante, las preguntas de naturaleza más personal pueden ser más difíciles de responder por el entrevistado al no percibir suficiente privacidad. También se requiere de mayor tiempo para aplicarlas.

En esta categoría se encuentra la entrevista a profundidad, la cual no posee preguntas estructuradas y consiste en una lista general por cubrir con cada informante, el investigador decide cómo y cuándo usar ciertas frases para orientar al entrevistado hacia los objetivos propuestos, creando una atmosfera agradable para que exista confianza y libertad en el entrevistado.

- Escritas, tipo cuestionario. Los sujetos se pueden sentir más libres para responder, no obstante requieren que las preguntas sean cuidadosamente diseñadas para que todos las interpreten de igual manera. Para asegurar la espontaneidad se sugiere que sean anónimas. Pueden aplicarse a varios sujetos simultáneamente (en grupo).

Cuestionario.

Instrumento formal utilizado habitualmente para obtener información primaria.

Tipos de preguntas:

- a) Según el grado de libertad.
- Preguntas abiertas: Se permite al encuestado responder lo que crea conveniente según la pregunta, mediante estas puede obtenerse una mayor riqueza de detalle en las contestaciones.

- Preguntas cerradas: Contienen categorías o alternativas de respuesta que han sido delimitadas. Se presentan las posibilidades de respuesta y deben circunscribirse a éstas.

En este caso se han utilizado las preguntas dicotómicas, en donde a la persona que responde se le ofrece responder de solo dos formas. Sirven para clasificar a los entrevistados en dos grupos, en función de una determinada variable.

b) Según la información obtenida.

- Preguntas introductorias: Se formulan al comienzo del cuestionario, generalmente con un contenido trivial, pero sirven para comenzar la interacción encuestador-encuestado.
- Preguntas filtro: Son aquellas que sirven para crear una secuencia de preguntas coherentes con las respuestas dadas por el entrevistado. Permite eliminar preguntas innecesarias acortando el proceso de la encuesta.
- Preguntas de comportamiento: Se realizan para recoger información relativa al comportamiento o conducta de los encuestados.

2.7. Población y muestra.

Se debe tomar en cuenta el proceso siguiente:

- a) Definir la población
- b) Identificar el marco muestral
- c) Determinar el tamaño de la muestra
- d) Elegir un procedimiento de muestreo
- e) Seleccionar muestra.

- **Población.**

Es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio.

Se identifica el término población al de variable aleatoria, o magnitud numérica de naturaleza aleatoria, asociada a los objetos (individuos) sobre los que se desarrolla una experiencia, cuyo resultado depende del azar.

- **Muestreo.**

Consiste en extraer una parte de los elementos de la población, de manera que en base a esta muestra se puedan estudiar las características o atributos de la misma.

El muestreo es indispensable para el investigador ya que es imposible entrevistar a todos los miembros de una población debido a problemas de tiempo, recursos y esfuerzo. Al seleccionar una muestra lo que se hace es estudiar una parte o un subconjunto de la población que sea lo suficientemente representativa, para que luego pueda generalizarse con seguridad a la población.

- Muestreo no probabilístico: La selección de los elementos de la muestra se realiza según el criterio fijado por el investigador. Este muestreo puede ser: por conveniencia, por cuota, a criterio del experto.
- Muestreo no probabilístico por conveniencia: Elige a los elementos que más se adaptan a las necesidades del investigador. El investigador selecciona directa e intencionadamente los individuos de la población. El caso más frecuente de este procedimiento es utilizar como muestra los individuos a los que se tiene fácil acceso.

- Muestreo probabilístico: Todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser seleccionados para proponer la muestra. Puede ser: simple, estratificado, sistemático, o por conglomerado.
- Muestreo probabilístico Simple: Para población finita, infinita y desconocida.

Se selecciona una muestra de tamaño de la población, de modo que cada elemento tiene una probabilidad de igual inclusión. Se utiliza cuando se trabaja con muestras pequeñas para que represente a la población adecuadamente.

- **Muestra.**

Es un subconjunto fielmente representativo de la población. El tipo de muestra que se seleccione dependerá de la calidad y representación del estudio.

Para este caso en particular, es necesario utilizar dos tipos de muestreo que son:

- Muestreo Probabilístico Aleatorio Simple y Muestreo No Probabilístico por Criterio: Esto se debe a, que para obtener información de la población se recurre a fuentes del sector, donde constan datos aproximados, pero no exactos, ya que sí es de conocimiento la población total de Chanduy, pero es un dato muy generalizado para este estudio puesto que se necesita específicamente la población de la Cabecera Parroquial.

Por tanto, se realiza el muestreo probabilístico aleatorio simple, dado que todos los elementos que se encuentran en el rango a estudiar tienen la probabilidad de ser escogidos para el cálculo de la muestra, siendo esta una población finita de la cual se obtiene la parte seleccionada para la investigación.

Por consiguiente; se extrae la información de la población de Chanduy para proceder a la obtención de cifras específicas.

Población de la Parroquia Chanduy

Cuadro # 6

Edad años	Hombre	Mujer	Total	Edad años	Hombre	Mujer	Total	Edad años	Hombre	Mujer	Total
0	206	169	375	34	114	103	217	68	24	38	62
1	220	206	426	35	104	99	203	69	37	26	63
2	200	225	425	36	82	102	184	70	34	36	70
3	222	217	439	37	103	107	210	71	30	28	58
4	187	206	393	38	86	90	176	72	25	40	65
5	186	187	373	39	94	104	198	73	31	27	58
6	182	174	356	40	95	80	175	74	24	24	48
7	171	190	361	41	81	94	175	75	19	21	40
8	211	175	386	42	90	92	182	76	25	22	47
9	203	212	415	43	96	81	177	77	18	25	43
10	227	187	414	44	72	71	143	78	21	36	57
11	200	190	390	45	113	75	188	79	28	16	44
12	169	171	340	46	91	82	173	80	29	13	42
13	164	157	321	47	79	95	174	81	13	22	35
14	167	138	305	48	84	68	152	82	20	19	39
15	139	149	288	49	75	72	147	83	19	12	31
16	160	125	285	50	88	76	164	84	15	12	27
17	154	154	308	51	53	62	115	85	6	10	16
18	168	137	305	52	76	62	138	86	10	10	20
19	134	128	262	53	63	66	129	87	7	8	15
20	141	138	279	54	78	56	134	88	5	7	12
21	120	133	253	55	58	56	114	89	4	3	7
22	173	145	318	56	70	49	119	90	8	8	16
23	109	130	239	57	45	56	101	91	7	3	10
24	129	119	248	58	46	52	98	92	5	5	10
25	126	138	264	59	48	51	99	93	2	3	5
26	134	137	271	60	36	51	87	94	-	2	2
27	113	115	228	61	43	36	79	95	1	4	5
28	137	125	262	62	39	35	74	96	2	1	3
29	114	126	240	63	46	40	86	97	4	4	8
30	144	134	278	64	40	43	83	98	2	-	2
31	122	107	229	65	31	39	70	103	-	1	1
32	104	88	192	66	58	28	86	-	-	-	-
33	111	109	220	67	38	26	64	Total	8.337	8.026	16.363

Fuente: www.eruditos.net.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Esta base de datos de cifras exactas de Chanduy en general se toma como referencia para estimar la población que corresponde a la cabecera parroquial

específicamente, haciendo el debido uso del muestreo no probabilístico por criterio, para poder proseguir con el estudio y obtención de la muestra requerida.

Según la información obtenida del INEC del más reciente censo nacional, el crecimiento demográfico del cantón Santa Elena, al que pertenece la parroquia rural Chanduy se atribuye al crecimiento vegetativo y migratorio.

Tasa de crecimiento de la parroquia Chanduy

Cuadro # 7

POBLACIÓN, TASA DE CRECIMIENTO, EXTENSIÓN Y DENSIDAD (AÑOS 2001 – 2010)					
Cantón – Parroquia	Población 2001	Población 2010	Tasa (%)	Extensión (Km2)	Densidad (Hab./Km2)
Santa Elena	111.671	137.199	2,29	3.688,9	37,4
- Chanduy	14.940	16.363	1,01	769,02	21,3
Fuente: INEC. Resultados de los Censos de Población de 1990, 2001 y 2010.					
Elaborado por: GAD Parroquia Chanduy.					

La densidad del Cantón Santa Elena era de 37,4 habitantes por km², indicador que contrasta con la densidad observada para la parroquia rural Chanduy (21,3 habitantes por km²). Se destaca que la parroquia representa el 11,9 y el 21,0 por ciento de la población y del territorio cantonal respectivamente.

Clasificación de género de la población

Cuadro # 8

POBLACIÓN SEGÚN SEXO E ÍNDICE			
Año	Hombres	Mujeres	I.M. = (H/M)*100
2001	7.754	7.186	107,9
2010	8.337	8.026	103,9
Fuente: INEC, "Resultados Definitivos de los Censos de Población 2001 y 2010".			
Elaborado por: GAD Parroquia Chanduy.			

Al analizar la composición por sexo de la población de la parroquia Chanduy, se registra un índice de masculinidad de 107,9 hombres por cada 100 mujeres en el 2.001; en tanto que, con resultados definitivos en el Censo del 2.010, se destaca existen 103,9 hombres por cada 100 mujeres. Representando aquello, 51% de género masculino y 49% de género femenino.

Se estima un aproximado de la población general, que el 15% pertenece a la cabecera parroquial, según información obtenida del gobierno autónomo del sector. Y en cuanto a género, se toma como referencia el porcentaje de la población general del 51% de hombres y 49% de mujeres; teniendo así:

Población de la Cabecera Parroquial Chanduy

Cuadro # 9

POBLACIÓN CABECERA PARROQUIAL			
Género	Población	%	%
Masculino	1.252	51	7.65
Femenino	1.202	49	7.35
	2.454	100%	15%
Fuente: GAD Chanduy.			
Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.			

De la base de datos general, se toma en cuenta la población femenina de 18 a 60 años, siendo esta la edad promedio en la que practica el oficio y se dedican a ello.

Clasificación por edad de la población femenina

Cuadro # 10

POBLACIÓN SEGÚN GRUPOS DE EDAD		
Grupos de Edad	Población	Población Total
18 – 24	930	930
25 – 31	882	1.812
32 – 38	698	2.510
39 – 45	597	3.107
46 – 52	517	3.624
53 – 60	437	4.061
Fuente: Población de la Parroquia Chanduy.		
Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.		

Según datos del último censo, se registra que la población promedio es de 4.061 mujeres habitantes en la parroquia, entre la edad indicada, de las cuales se toma el 15% perteneciente a la cabecera parroquial, dato del que se resume un total de 609 mujeres aproximadamente, cifra que viene a ser la población objetiva de estudio, con la que se va a establecer la muestra correspondiente.

Siendo una población finita, se estima conveniente la aplicación del muestreo probabilístico simple, el cual se desarrolla con la formula siguiente:

$$n = \frac{(PQZ^2N)}{(E^2(N - 1)) + (Z^2PQ)}$$

Considerando un nivel de confianza del 95% y un nivel de error del 3%, según la información obtenida se tendría:

Aplicación de la Formula de Muestreo

Cuadro # 11

n	Tamaño de la muestra	?
P	Probabilidad de éxito	0.06
Q	1 – P (probabilidad de fracaso)	1-P
N	Total de la población	609
Z ²	Nivel de confianza	1.96
E ²	Error muestral	0.03

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

$$n = \frac{(0,06)(1 - 0,06)(1,96^2)(609)}{(0,03^2)(609 - 1) + (1,96^2)(0,06)(1 - 0,06)}$$

$$n = \frac{131,95}{0.7639}$$

$$n = 173$$

2.8. Procedimientos de la investigación.

La presente investigación se desarrolla tomando en cuenta el siguiente procedimiento:

- El planteamiento del problema.
- Revisión bibliográfica.
- Justificación del tema.
- Definición de la población.
- Selección de la muestra.
- Operacionalización de las variables.
- Elaboración del instrumento.
- Estudio de campo.
- Proceso y análisis de datos.
- Conclusiones y recomendaciones.
- Formulación de la propuesta.
- Preparación y redacción del informe final.

Los procesos que se desarrollaron en este estudio, cuentan con un conjunto de estrategias, políticas técnicas y habilidades que permiten emprender este tipo de investigación, el cual tiene como objetivo comunicar a las personas interesadas los resultados de una manera clara y sencilla, de tal forma que haga posible la comprensión de datos y determinar la validez y confiabilidad de las conclusiones y pertinencia del estudio.

La investigación por encuestas, estudia la población, seleccionando y analizando muestras elegidas de la colectividad para descubrir la incidencia relativa, la distribución y la interrelación de variables sociológicas y psicológicas.

El cuestionario luego de ser redactado de forma coherente, organizada y estructurada de acuerdo a la planificación del tema, debe permitir mediante las respuestas la apreciación de la información solicitada.

El plan de una encuesta comienza con los objetivos de la encuesta. ¿Cuál es la información que se desea obtener? ¿Se trata de un problema puntual y de una variable sencilla, o de una variable más compleja?

Definidos los objetivos y facetas del problema, se comienzan a hacer borradores de las posibles preguntas, tratando de redactar en forma clara, sencilla y concreta.

Toda encuesta va precedida por datos personales relevantes que sirven además para relacionar el problema investigado según características o condiciones propias de los sujetos. Para estandarizar y facilitar su aplicación, debe redactarse una presentación inicial que justifique la importancia de obtener la información requerida. Es recomendable garantizar la privacidad de los datos suministrados y diseñar posibles tablas para el análisis de los datos, de manera que se pueda visualizar la forma de tabularlos y analizarlos.

Este procedimiento ayuda al investigador a percibir si ha expresado el ítem con claridad, a darse cuenta de cuántos entrevistados necesita para llenar la tabla en forma adecuada, además da los lineamientos para la codificación y el análisis.

El siguiente paso es estudiar el plan de muestreo, en las investigaciones de encuestas en mayoría se utilizan muestreos aleatorios. Una vez diseñada la encuesta, el plan de tabulación y el plan de muestreo, hacia la pequeña muestra representativa. Se revisa con varios criterios y se le da la forma final. Esto constituiría el proceso de verificación de la validez del instrumento.

La recolección de los datos por medio de la encuesta es la parte siguiente. El entrevistador debe ser entrenado y enviado al campo bajo instrucciones precisas. Su trabajo debe estar programado, supervisado y verificado.

En la parte analítica se codifican y tabulan las respuestas, es el proceso de traducción de las respuestas y de la información del entrevistado a categorías específicas para propósitos de análisis.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1. Análisis de resultados de la observación.

La observación es no solamente una de las actividades más constantes y cotidianas; es una herramienta fundamental de indagación, en la cual se ha podido verificar la ocupación de muchas mujeres de la localidad en un trabajo artesanal, en este caso la confección.

Mediante esta técnica se ha observado el objeto de estudio, la actividad de la costura, del cual se originó el plan para el proceso asociativo de las mujeres modistas de Chanduy, desarrollando así de los elementos destacados en el análisis, las estrategias que se necesitan para llevar la aplicación de este, y según el comportamiento de las intervinientes se ha optado por las mejores maneras para llegar a involucrarlas con el proyecto.

Según los datos recopilados de esta actividad (observación directa), se extraen varios puntos que hacen énfasis en la motivación que tienen las modistas al percibir una oportunidad de realizar su trabajo de una manera formal.

La característica que ha definido esta observación es tratar de extraer información a partir de los hechos percibidos, así como construir puntos de vista personales acerca de cómo manejar o calificar la situación en el caso de contar con la creación de la asociación.

Una vez detectado el conocimiento y asimilada las actividades a realizar, se involucrarán las herramientas más interpretativas y acordes a la realidad existente, para lograr la interacción con las modistas.

3.2. Análisis de resultados de las entrevistas.

INFORME DE ENTREVISTAS

Lugar: Cabecera Parroquial de Chanduy.

Fecha: Octubre 2012.

Entrevistador: Anita Rodríguez Flores.

Las entrevistadas son mujeres que conocen y ejercen el oficio de corte y confección en la cabecera parroquial de Chanduy. Dichas entrevistas se han realizado en el hogar de cada una de ellas, lugar donde desarrollan sus actividades.

A continuación en las entrevistas realizadas; se muestran aspectos relevantes sobre su profesión.

1.- ¿Cómo surgió su afición por la costura, y donde adquirió los conocimientos en confección?

Las modistas afirman que siempre les llamó la atención la moda y todo lo que se refiere a su entorno, admiraban las diferentes revistas de ropa con el deseo de poder verse en un modelo de los que allí se encontraban, incluso una de ellas confeccionaba ropa para sus muñecas.

La mayoría de las entrevistadas adquirieron los conocimientos de confección en las academias donde estudiaron los tres años requeridos para aprender el oficio, aunque algunas de ellas aprendieron la costura a través de un curso radiofónico.

Sus respuestas fueron las siguientes:

- *“Me gusta la costura, estudié en la Academia, me gradué de corte y confección”*
- *“Me encantaba el poder trazar y coser, entonces se dio un curso en la iglesia del lugar y no desaproveché la oportunidad”*

- *“Desde pequeña me gustaba hacer la ropa para mis muñecas y mis padres me enviaron a la academia”*
- *“Ingresé a la academia y empezó a gustarme, al siguiente año fui donde una tía que cosía y seguí aprendiendo”*
- *“Siempre me gustó la costura, desde que salí de la escuela lo que quería es ir a la academia”*
- *“Con frecuencia buscaba quien me confeccione la ropa, entonces mejor decidí aprender a coser en un curso por correspondencia y me gustó la costura”*
- *“Realicé cursos para aprender, uno que se dio en la parroquia y un curso radiofónico del instituto Fe y Alegría”*
- *“Desde pequeña me gustó la moda, veía los figurines y quería vestir un modelo de esos. Aprendía en la academia de Chanduy y en una academia de Guayaquil”*

2.- ¿Cuánto tiempo lleva dedicándose al oficio?

Las modistas llevan muchos años inmersas en la costura; desde quince años, hasta casi toda una vida, en el caso de cuarenta y cinco años; se podría decir, que en promedio de veinte a treinta años estas damas han dado su tiempo y dedicación a esta ardua tarea, por lo que han hecho de la actividad su profesión, la cual conocen a cabalidad y ejercen de manera continua desde que aprendieron el oficio.

Según las entrevistas realizadas, se obtiene el rango de tiempo promedio que las damas llevan ejerciendo la costura:

- *“34 años”, - “32 años”, - “22 años”, - “15 años”, - “30 años”, - “25 años”,*
- *“45 años”.*

3.- ¿Con que tipo de máquinas de coser trabaja?

Máquinas artesanales como las de zigzag y costura recta han sido las utilizadas por las modistas, pero también hay quienes manejan las máquinas industriales y aunque no trabajen con ellas por diversas causas, saben cuál es su funcionamiento.

Manifestando así sus herramientas de trabajo utilizadas:

- *“Maquinas artesanal de costura recta”*
- *“De costura recta, zigzag, bordado”*
- *“Overlock pequeña, costura recta zigzag”*
- *“Artesanales e industriales”*
- *“Solamente con zigzag y costura recta”*
- *“Maquina de costura recta y zigzag, luego me compre una overlock pequeña, no he podido tener una industrial como lo anhelaba”*

4.- ¿Ha ejercido el oficio de manera artesanal o industrial?

La mitad de ellas ha tenido la experiencia de trabajar en talleres o fábricas de costura y las que lo han hecho de manera artesanal quisieran tener oportunidad de hacerlo, formando talleres que les permitan trabajar conjuntamente con sus compañeras de oficio.

Las respuestas obtenidas son:

- *“En industria no, solo en casa”*
- *“Solo en casa”*
- *“Solo en mi casa, pero si me gustaría que nos ayudarán a poner un taller para trabajar con las demás compañeras”*
- *“De manera artesanal”*
- *“He trabajado en fábricas en Guayaquil”*
- *“Si he trabajado en un taller”*
- *“Artesanal desde hace años, pero también he trabajado en un taller”*

5.- ¿Piensa usted que el innovar las prendas de vestir mejoraría la producción de las mismas?

Lo ideal sería sacar nuevos diseños a la venta, para ser emprendedoras en la costura, expresó una de las entrevistadas, ya que las personas se cautivan con algo

nuevo y les llama la atención lucir un modelo creativo. Además tener la facilidad de elaborar dichas prendas de manera industrial disminuye considerablemente el tiempo de confección, obteniendo mayor producción para la demanda de estas.

Se detalla las diferentes opiniones de los entrevistados:

- *“Las personas siempre se cautivan por algo nuevo”*
- *“Tiene que ser así, si uno hace algo para vender sería un modelo nuevo”*
- *“Pienso que si porque de eso trata la costura, de sacar nuevos diseños”*
- *“Es muy bueno crear algo nuevo, algo de moda que llame la atención”*
- *“Si un cliente encuentra un modelo nuevo, le va a gustar más que un modelo anterior y lo va a comprar con mayor facilidad”*
- *“Mejora la producción porque cada prenda se cosería como en industria, con más facilidad y mayor rapidez en la obra”*
- *“Al preferir comprar una prenda de un modelo nuevo aumenta la demanda de esta y a su vez la producción de dicho diseño”*

6.- ¿Qué cambios ha observado en el oficio de la costura a través del tiempo?

El oficio ahora es más industrializado, las personas compran la ropa ya lista para vestir, al gusto del cliente. Desde el proceso de corte hasta la confección ahora son más rápidos, las técnicas mismas son más prácticas, las tecnología ha contribuido tanto en instrumentos de corte como en máquinas de coser industriales para cada paso del proceso, lo que hace más fácil el trabajo y en un tiempo menor.

Los cambios observados por las modistas han sido los siguientes:

- *“En la academia enseñan ahora de otra manera”*
- *“Era más sencilla, ahora es más complicada”*
- *“Hay cambios que nos ayudan a perfeccionar la confección de las prendas”*
- *“Con las máquinas industriales, la costura artesanal va quedando atrás”*
- *“La costura ahora es más sofisticada, y con las máquinas de coser industriales tienen un mejor acabado”*

- *“Las personas ahora compran la ropa ya hecha, ya casi no se hacen coser las prendas de manera artesanal como antes”*
- *“Ahora con las máquinas modernas es más fácil el trabajo”*

7.- ¿Qué futuro le ve a este trabajo?

Este oficio ha sido una actividad que se ha venido desarrollando durante años en gran parte de nuestro entorno; y en Chanduy la costura también es de mucha relevancia, ya que es un trabajo con el cual muchas damas han seguido adelante, con empeño y dedicación. Aunque en la actualidad en su mayoría la ropa se compra en los almacenes, se puede encontrar aún alternativas para el oficio, empleando la manera adecuada para competir en el comercio actual de la moda para fortalecer su labor, y obtener provecho de esta actividad que tiene un próspero futuro cuando se la sabe trabajar.

A lo cual las damas respondieron lo siguiente:

- *“Todo trabajo tiene futuro”*
- *“A veces le veo complicado porque las prendas ya se compran hechas”*
- *“Si uno se esmera y decide trabajar en ello si hay futuro”*
- *“Por supuesto, porque con el tiempo hasta puedo poner mi propio taller”*
- *“Se le puede sacar mucho provecho si uno se lo propone”*
- *“Hay mucho futuro para quien lo sabe trabajar”*
- *“Aunque la ropa nunca se deja de hacer, en el sector casi no le veo futuro por lo que la actividad no es tanta, pero en otras partes si”*
- *“Si uno ha salido adelante con este trabajo, mucho más si se forman grupos que puedan adquirir maquinarias industriales”*

8.- ¿Se considera una persona emprendedora en su actividad?

Las mujeres entrevistadas son emprendedoras en el ámbito de la costura, algunas tal vez con más dificultad que otras, pero de igual manera buscan en el oficio un

modo para obtener algún ingreso para su familia. Considerándose ellas como mujeres emprendedoras a pesar de las circunstancias, también aspiran alcanzar mayores logros en la actividad y enseñarla a quiénes estén dispuestas a aprender.

Las modistas son damas emprendedoras, a continuación lo que manifestaron:

- *“Si, porque con el oficio le ayudo a mi esposo y a mis hijos”*
- *“Muchísimo, porque aunque traen ropa de otra parte igual sigo cosiendo”*
- *“No siempre, dado que quería formar un grupo porque de manera individual es muy duro reunir un gran capital, pero no se concretó”*
- *“Desde luego que soy una mujer emprendedora”*
- *“No como antes, ahora es más difícil emprender”*
- *“Claro que sí, siempre me gustó el trabajo, y también enseñar para que otras personas aprendan y sigan manteniendo el deseo de superación”*

9.- ¿Qué destacaría de su labor como modista?

Las modistas destacan que su oficio es de dedicación y amor, requiere de mucho esmero para que las prendas salgan a la perfección y poder obtener beneficio a través de ello, además así ellas mismas son las que se ocupan de los trajes para sus familias, sin necesidad de recurrir a terceros para dichas tareas, lo poco alentador del oficio en la actualidad, es que ya no hay tantos ingresos económicos como antes, debido a la escasa demanda que se presenta para la costura artesanal.

La confección también tiene sus aspectos determinantes, tales como:

- *“Uno mismo puede hacerle ropa a la familia sin necesidad de ir a otro lado”*
- *“Nos ayuda con algo de dinero para nuestro hogar”*
- *“El amor con que se trabaja para que la prenda quede perfecta”*
- *“Quedar bien con alguna costura, dejarla lo más presentada posible”*
- *“Me gusta lo que hago, con mi profesión me siento satisfecha”*
- *“Es un muy buen oficio”*
- *“Es un oficio de dedicación y amor”*

- *“Antes había mayores ingresos económicos que ahora”*

10.- ¿Si tuviera la opción de trabajar de manera colectiva, lo haría?

Aunque ellas están dispuestas a trabajar de manera colectiva, también ven las dificultades que podrían darse, por lo que se debe poner mayor atención para saber contrarrestar ciertas anomalías que se puedan presentar, como el recibir menor remuneración al tener que compartir las ganancias con las demás compañeras de labores y no recibir el valor total de la prenda elaborada.

Caso contrario, lo positivo de ello, es que si se comparten las ganancias de las ventas, es porque al trabajar en conjunto se facilita la obtención mayor cantidad de pedidos, y las prendas se confeccionan de una manera más eficaz. Además de otras expectativas del trabajo en equipo, el compartir conocimientos y técnicas con las compañeras, ayudarse entre sí y cubrir una mayor cantidad de costura.

Se obtuvieron las respuestas siguientes:

- *“Cuando algún cliente me trae alguna costura trabajaría yo sola, cuando tenga bastante costura trabajaría con otras personas”*
- *“En grupo para aprender más de las demás”*
- *“Me gustaría trabajar en un taller”*
- *“No estaría mal, pero colectivamente el pago es menor”*
- *“Si, pero de manera individual uno ve como realizar un mejor acabado”*
- *“Prefiero que sea en grupo, ya que se puede ayudar una a la otra”*
- *“De manera colectiva sería mucho mejor”*

11.- ¿Cree Ud. que el trabajo en equipo mejoraría las habilidades del oficio?

Afirman que trabajando en equipo se haría más rápida la producción de las prendas, lo que resulta conveniente cuando se tiene trabajo en gran cantidad, además habría más personas que se dediquen a ello de manera formal al aplicar

sus conocimientos y representaría un grupo unido de mujeres trabajadoras así como lo hay en otros lugares.

El trabajo en equipo si mejoraría las actividades del oficio, por las razones siguientes:

- *“Se trabajaría en cadena y sería más rápida la producción”*
- *“Es conveniente cuando se tiene trabajo en mayor cantidad”*
- *“Porque trabajando en grupo se trabaja más rápido”*
- *“Sería un oficio más formal como los demás”*
- *“Pienso que sí, porque aprendería más una de la otra”*
- *“la costura como oficio se vería beneficiada porque habrá más personas que se dediquen a ello en la comunidad”*
- *“Trabajando en equipo se practicaría aún más la costura”*

12.- ¿Qué considera usted, se debe tener en cuenta para trabajar de manera conjunta entre modistas?

La comunicación es lo primordial, compartir ideas para mejorar la labor, etc. Entre las mujeres inmersas en el oficio se debe tener claro cuál es el proceso a seguir en la elaboración, como debe ser el acabado de la prenda, la calidad con la que esta se presenta y cuáles serían los beneficios de entregar una prenda bien elaborada, demostrando en esta el amor y la dedicación a la costura.

Es importante tener en consideración ciertos aspectos, para trabajar en equipo:

- *“Tener en cuenta los beneficios que se tendrían al entregar bien la costura”*
- *“Que cada una haga bien su trabajo, pensando en lo que se está haciendo”*
- *“Buena comunicación entre todas para sacar adelante el trabajo”*
- *“Tener el mismo acabado en las prendas, todas por igual”*
- *“Comunicación y participación ante todo”*
- *“Que tengan dedicación al oficio”*

13.- ¿Sería conveniente que se de en el sector la creación de una asociación de modistas?

Sería muy bueno que en el sector se diera la creación de dicha asociación, ya que hay muchas mujeres que tienen conocimiento de la costura pero no pueden ejercerlo, dado que en el lugar no existen asociatividades ni talleres para la creación de ropa; además se brindaría empleo para ellas, dado que este es un anhelo de las modistas de la localidad.

Con respecto a la creación de una asociación, las modistas manifestaron:

- *“Es un sueño de todas las modistas del sector que ejercemos esta profesión”*
- *“Sería algo bueno”*
- *“Si porque somos algunas personas que nos dedicamos a la modistería”*
- *“Yo si quisiera que haya una asociación”*
- *“Pienso que si porque hay muchas personas que conocen de costura”*
- *“Se formaría una buena empresa para dar trabajo a muchas mujeres de la localidad”*
- *“Sería muy bueno porque en este sector no existe ninguna asociatividad, ni talleres grandes y hay mucha necesidad de crear ropa por cantidad”*

14.- ¿Estaría dispuesta a colaborar con la asociación, en caso de llevarse a cabo?

Las entrevistadas confirman que en caso de conformarse la asociación si estarían dispuestas a formar parte de ella y darse la oportunidad de emprender algo nuevo en el campo de la moda, siempre y cuando las circunstancias se lo permita, ya que tendrían que ajustar su tiempo a su hogar y su trabajo. Lo que está claro es la idea de que la unión hace la fuerza.

Las damas afirmaron estar de acuerdo, y participar en la propuesta asociativa:

- *“Si estaría dispuesta”*
- *“Si se diera la oportunidad, sería muy conveniente”*

- *“Con mucho gusto trabajaría con las demás compañeras de oficio”*
- *“Si lo haría, incluso tuve la oportunidad de irme a coser a otra parte, pero por falta de tiempo en ese entonces no pude hacerlo”*
- *“Si estoy bien de salud”*
- *“Siempre fue ese mi anhelo, sería muy bueno que se tome en cuenta nuestra profesión y esfuerzo de tantos años”*

15.- ¿Con respecto al oficio, qué recomendaría a quienes como usted también se encuentran inmersas en esta actividad?

Si las modistas tienen disponibilidad se podría formar un grupo para llevar a cabo la creación de la asociatividad y aprovechar el talento que tiene cada una, estar para sobrellevar la situación si alguna requiere ayuda en cierta etapa del oficio, ya que con armonía y cooperación se supera los inconvenientes; intercambiar conocimientos y aprender cada día más utilizando la creatividad para salir adelante, poniendo todo de su parte para que la prenda quede sin fallas y con un excelente acabado.

Las recomendaciones fueron las siguientes:

- *“Sigam ejerciendo la profesión para ganar experiencia, aprender cada día más para avanzar”*
- *“Que nos ayudemos entre si y que haya mucha comprensión, que dialoguemos y tengamos las mismas ideas en lo que hacemos”*
- *“Hacer lo posible para que el cliente también se sienta satisfecho”*
- *“Si tienen disponibilidad que formen grupos para salir adelante y aprovechar el talento”*
- *“Tener mucha armonía entre todas, tener creatividad, deseos de trabajar y de superación”*
- *“Que pongamos mucho de nuestra parte en la confección de cada prenda, y que tenga un buen acabado, porque una costura mal hecha no va a ser recomendada”*

3.3. Análisis de resultados de las encuestas.

APLICACIÓN DE LAS ENCUESTAS

Perfil del encuestado: Mujeres de 18 a 60 años.

Ubicación: Cabecera parroquial de Chanduy.

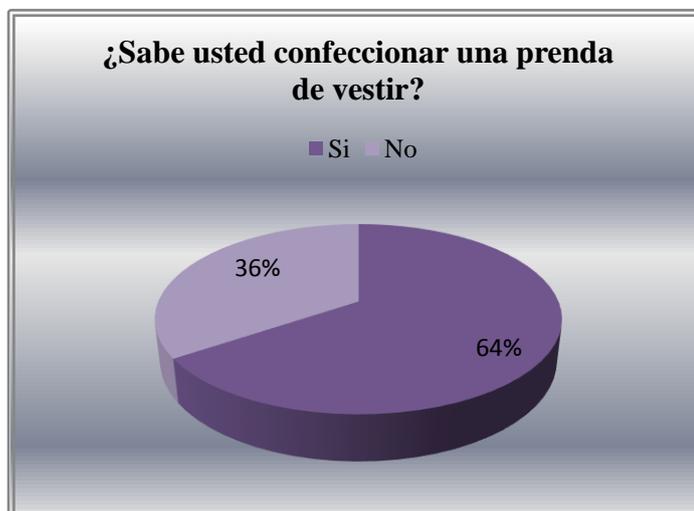
Cuadro # 12. Conocimientos sobre confección.

¿Sabe usted confeccionar una prenda de vestir?			
ÍTEM	INDICADORES	FRECUENCIA	%
1	Si	110	64
	No	63	36
	Total	173	100

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Gráfico # 5. Conocimientos sobre confección.



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

De las 173 encuestadas, 110 damas de la población estudiada es portadora de conocimientos en corte y confección, y aunque 63 de ellas no saben confeccionar una prenda de vestir, la mayoría de estas respondió de manera afirmativa.

Cuadro # 13. Relevancia de la moda.

¿Qué es lo que más le llama la atención con respecto a la moda?			
ÍTEM	INDICADORES	FRECUENCIA	%
2	Elegancia	17	15
	Estilo	15	14
	Diseño	78	71
	Total	110	100

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Gráfico # 6. Relevancia de la moda.



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Relevante a la moda, 78 damas respondieron que lo que más les llama la atención es la confección de las prendas, en este caso el diseño, 17 de ellas se enfocan en la elegancia, y 15 prefieren el estilo.

En mayoría de porcentaje las mujeres afirmaron que la confección demanda mucho interés, seguido por los vistosos diseños y la elegancia que se proyecta al momento de lucirla.

Cuadro # 14. Motivación para elaborar una prenda de vestir.

¿Qué le motiva a confeccionar prendas de vestir?			
ÍTEM	INDICADORES	FRECUENCIA	%
3	Creatividad	82	75
	Necesidad	22	20
	Dedicación	6	5
	Total	110	100

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Gráfico # 7. Motivación para elaborar una prenda de vestir.



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

De las encuestadas, 82 afirmaron que, lo que más les motiva a confeccionar una prenda es la creatividad, 22 damas lo realiza por necesidad y 6 por la dedicación al oficio. Demostrando así que en su mayoría a las damas les atrae crear algo nuevo y utilizan su creatividad para realizarlo; aunque también hay quienes se dedican a la confección por necesidad.

Cuadro # 15. Costura, oficio o actividad temporal.

¿Practica la costura como un oficio o como una actividad temporal?			
ÍTEM	INDICADORES	FRECUENCIA	%
4	Oficio prioritario	49	45
	Oficio temporal	41	37
	Actividades varias	20	18
	Total	110	100

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Gráfico # 8. Costura, oficio o actividad temporal.



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

De la población encuestada, 49 mujeres práctica la costura como trabajo prioritario realizándolo como una actividad laboral más del sector, 41 como oficio temporal, es decir, sabe el oficio pero no lo ejerce en su totalidad, y 20 de estas se desenvuelve en ello como cualquier otra actividad.

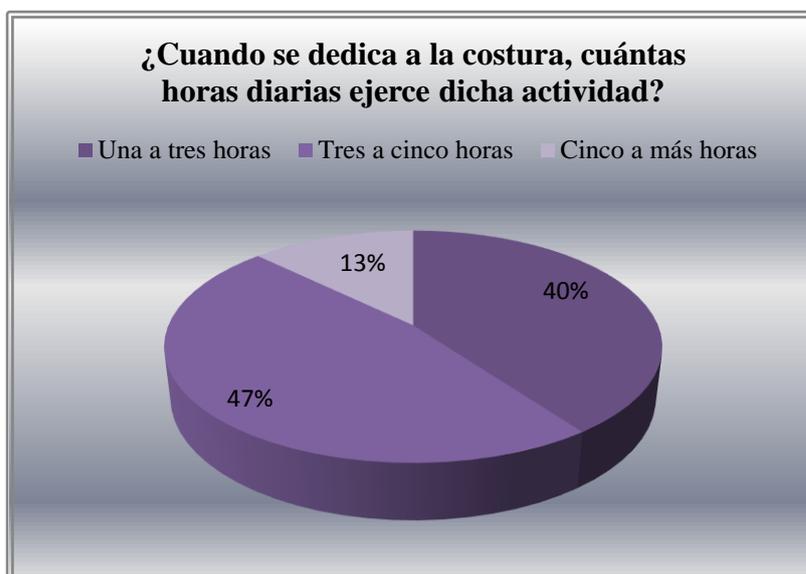
Cuadro # 16. Dedicación al oficio.

¿Cuándo se dedica la costura, cuántas horas diarias ejerce dicha actividad?			
ÍTEM	INDICADORES	FRECUENCIA	%
5	Una a tres horas	44	40
	Tres a cinco horas	52	47
	Cinco a más horas	14	13
	Total	110	100

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Gráfico # 9. Dedicación al oficio.



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Le dedican tres horas a la costura, 52 de las participantes, 44 más de tres horas, y tan solo 14 de estas de cinco o más horas diarias.

Se puede observar que la mayoría de las modistas se toma un tiempo promedio de tres horas para realizar sus actividades de costura, seguido por tres a cinco horas de trabajo y un pequeño porcentaje entre más de cinco horas.

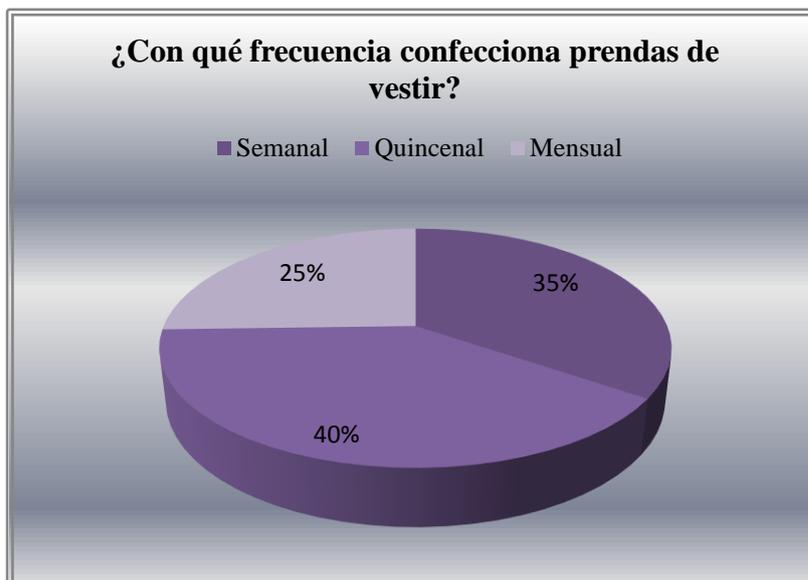
Cuadro # 17. Frecuencia con que ejerce la actividad.

¿Con qué frecuencia confecciona prendas de vestir?			
ÍTEM	INDICADORES	FRECUENCIA	%
6	Semanal	38	35
	Quincenal	44	40
	Mensual	28	25
	Total	110	100

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Gráfico # 10. Frecuencia con que ejerce la actividad.



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Frecuentemente 44 de las damas confecciona las prendas de manera quincenal, 38 semanal y 28 las elabora de manera mensual. Lo que deja apreciar que se da una demanda de ropa, pero no en gran cantidad.

Cuadro # 18. Aspectos a considerar en la confección.

¿Qué considera más relevante al elaborar una prenda de vestir?			
ÍTEM	INDICADORES	FRECUENCIA	%
7	Modelo de la prenda	31	28
	Proceso de confección	49	45
	Calidad de Materiales	30	27
	Total	110	100

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Gráfico # 11. Aspectos a considerar en la confección.



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Al momento de realizar una vestimenta para la mayoría de las modistas, es decir 49 de ellas, es más importante el proceso de confección, 31 se fijan en el modelo de la prenda y 30 considera relevante la calidad de los materiales requeridos.

Cuadro # 19. Proveedores de materia prima.

¿Quién le provee de la materia prima a utilizar en la confección?			
ÍTEM	INDICADORES	FRECUENCIA	%
8	Clientes	78	71
	Almacenes	32	29
	Textileras/Importadoras	0	0
	Total	110	100

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Gráfico # 12. Proveedores de materia prima.



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

De las modistas, 78 adquieren la materia prima en los almacenes, a 32 el mismo cliente le provee los materiales, en este caso, se presenta una ausencia de textileras o importadoras. Los almacenes son los más concurridos cuando de adquirir telas se refiere, esto se debe a que en los cantones aledaños si se encuentran almacenes de telas, también se puede apreciar que en menor porcentaje están las modistas que obtienen los materiales de los propios clientes.

Cuadro # 20. Trabajo individual o colectivo.

¿Realiza las actividades de confección de manera individual o requiere ayuda para dicha labor?			
ÍTEM	INDICADORES	FRECUENCIA	%
9	Individualmente	78	71
	Colectivamente	4	4
	A menudo trabaja en equipo	28	25
	Total	110	100

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Gráfico # 13. Trabajo individual o colectivo.



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Respondieron 78 de las encuestadas, que realizan sus actividades de manera individual, 28 a menudo trabaja en equipo y 4 colectivamente.

Se aprecia que la tarea de corte y confección la realizan de manera individual la tercera parte de las encuestadas, una pequeña proporción a menudo trabaja en equipo, y una mínima cantidad de manera colectiva actualmente.

Cuadro # 21. Disposición para trabajar en equipo.

¿Le parecería conveniente trabajar con otras personas?			
ÍTEM	INDICADORES	FRECUENCIA	%
10	Si	92	84
	No	18	16
	Total	110	100

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Gráfico # 14. Disposición para trabajar en equipo.



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Casi un total de las encuestadas, es decir 92 de estas, afirmó que le parecería conveniente trabajar en equipo, no obstante a 18 de las mismas no le interesaría trabajar con otras personas.

Quienes respondieron de manera positiva en este caso, prosiguieron con la encuesta.

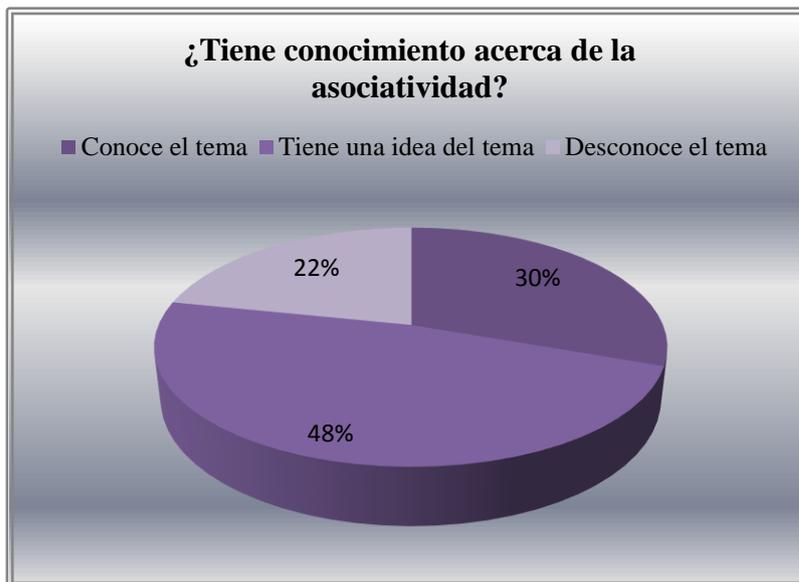
Cuadro # 22. Conocimientos de asociatividad.

¿Tiene conocimiento acerca de la asociatividad?			
ÍTEM	INDICADORES	FRECUENCIA	%
11	Conoce el tema	28	30
	Tiene una idea del tema	44	48
	Desconoce el tema	20	22
	Total	92	100

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Gráfico # 15. Conocimientos de asociatividad.



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Respecto a la asociatividad, 44 mujeres tienen una idea del tema, 28 afirmaron conocer el tema, y 20 lo desconoce. Por lo tanto, se deduce que la asociatividad es una actividad poco conocida en la población inmersa, ya que en su mayoría han escuchado o tienen alguna idea de ello, pero eso no cerciora que sepan cuáles son sus funciones, o sus beneficios.

Cuadro # 23. Competencia laboral.

¿Le interesaría tener oportunidades laborales para aplicar sus conocimientos en confección?			
ÍTEM	INDICADORES	frecuencia	%
12	De acuerdo	76	83
	Ni acuerdo ni desacuerdo	16	17
	No está de acuerdo	0	0
	Total	92	100

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Gráfico # 16. Competencia laboral.



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

A 76 damas les parece una idea interesante realizar emprendimientos en el campo de la confección, aunque 16 manifiestan no estar de acuerdo ni desacuerdo.

Gran parte de las encuestadas se encuentra de acuerdo en que les gustaría seguir trabajando en la costura y tener oportunidades que le permitan aplicar lo aprendido en modistería. Solo a un reducido porcentaje le parece poco interesante o le es indiferente.

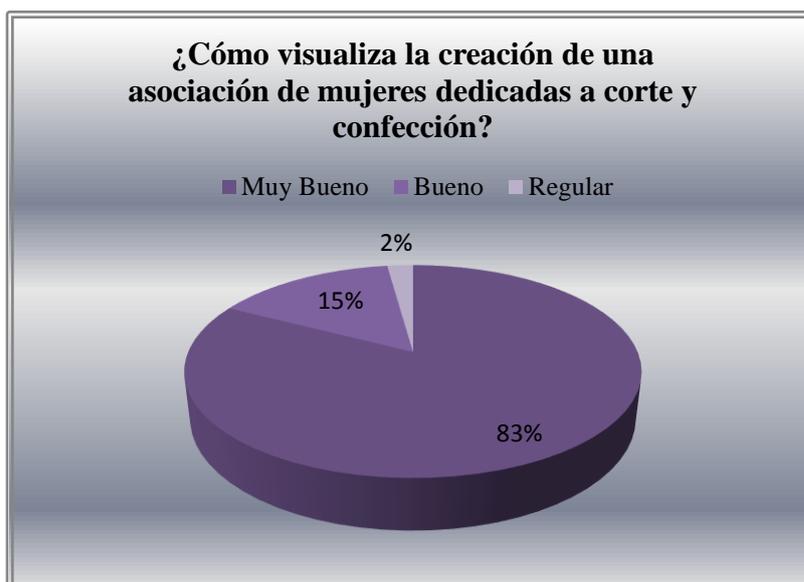
Cuadro # 24. Asociación de modistas.

¿Cómo visualiza la creación de una asociación de mujeres dedicadas a corte y confección?			
ÍTEM	INDICADORES	FRECUENCIA	%
13	Muy Bueno	76	83
	Bueno	14	15
	Regular	2	2
	Total	92	100

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Gráfico # 17. Asociación de modistas



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

De las encuestadas, 76 ve muy bueno la concesión de una asociatividad de mujeres, 14 lo considera una excelente idea, y a 2 les parece una idea regular.

La aceptación es muy provechosa, la tercera parte está de acuerdo y en otra proporción se lo considera bueno, lo que se concretaría en un resultado positivo para la conformación de una asociación de modistas.

Cuadro # 25. Beneficios para las participantes.

¿En qué cree beneficiaría a la comunidad formar parte de una asociación?			
ÍTEM	INDICADORES	FRECUENCIA	%
14	Obtención de recursos económicos	37	40
	Fomentar el trabajo en equipo	25	27
	Fortalecer habilidades en la costura	30	33
	Total	92	100

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Gráfico # 18. Beneficios para las participantes.



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

En cuanto a beneficios para las participantes, 37 damas piensan que el principal sería la obtención de recursos económicos, 30 opinan, que permitiría aprovechar las competencias y habilidades en la costura, y 25 cree que sería muy bueno para incrementar el trabajo en equipo. Vemos que gran parte apreciaría como primordial la obtención de los recursos financieros, seguido por el aprovechamiento del conocimiento que tienen las damas del lugar en cuanto a confección se refiere.

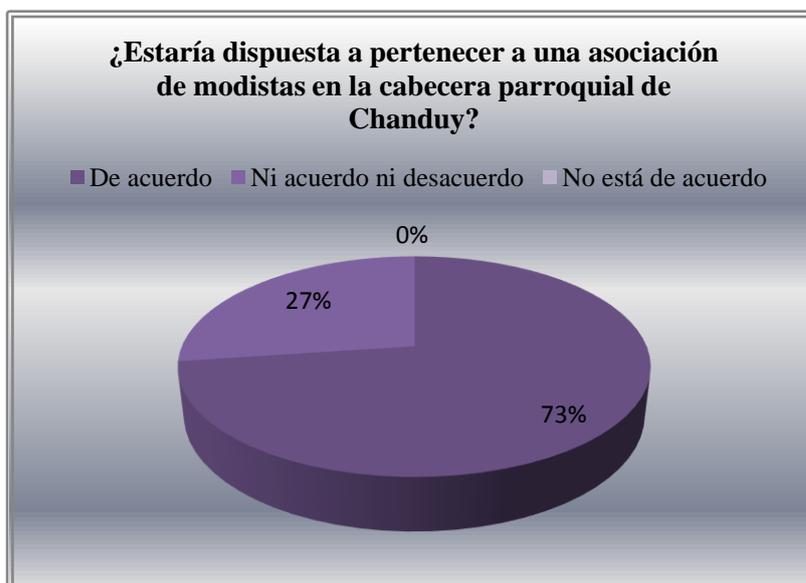
Cuadro # 26. Vinculación con la colectividad.

¿Estaría dispuesta a pertenecer a una asociación de modistas en la Cabecera Parroquial de Chanduy?			
ÍTEM	INDICADORES	FRECUENCIA	%
15	De acuerdo	67	73
	Ni acuerdo ni desacuerdo	25	27
	No está de acuerdo	0	0
	Total	92	100

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Gráfico # 19. Vinculación con la colectividad.



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

De las damas, 67 afirman estar de acuerdo con formar parte de una asociación, 25 no está de acuerdo ni desacuerdo, y en este caso, no se dan respuestas negativas de manera definitiva.

Más de la mitad de la población escogida está de acuerdo en formar parte de una asociatividad de modistas, así mismo hay a quienes les daría igual, pero en su mayoría los resultados son buenos para la llevar a cabo un plan asociativo.

3.4. Conclusiones y recomendaciones.

- Conclusiones.

El desarrollo de las entrevistas permitió conocer cómo surgió la afición de las damas hacia el oficio, cuánto tiempo se han dedicado a ello y cuál es el rol que la costura cumple en su desarrollo profesional, tanto como la importancia que tiene para cada una de ellas.

Se puede observar en los resultados obtenidos de las encuestas realizadas, lo más relevante al momento de elaborar una prenda de vestir, así también como las falencias que se dan en el oficio, una de estas es que no se cuenta con máquinas de coser industriales que faciliten la confección y mejoren el acabado de la vestimenta, afectando así la calidad del producto.

Estiman las involucradas, además no tener organización específica o estructura adecuada para ejercer con mayor eficacia su labor, y aprovechar más aún su talento y conocimiento.

En la comunidad no existe una empresa que se dedique a la confección de ropa, ni talleres, ni programas enfocados a ello, provocando el lento crecimiento profesional de las damas del sector que aspiran hacer de ello una actividad comercial.

Aplicar estas técnicas han permitido conocer la opinión en cuanto a la manera como realizan su trabajo, las habilidades que poseen, las características que tienen en cuenta al elaborar una prenda, el conocimiento sobre el manejo de las maquinarias y herramientas utilizadas, etc. Se ha podido constatar también la inconformidad en la importancia que ciertas áreas le dan a dicho trabajo y las exigencias que este tiene actualmente en el mercado.

- Recomendaciones.

Analizando en conjunto los resultados se logra confirmar la necesidad de aplicar un plan asociativo para las modistas de la comunidad, el mismo que pueda generar efectos positivos en las diferentes áreas inmersas, y que mediante su implementación se obtengan beneficios tanto para ellas y la comunidad, mediante el fortalecimiento de la actividad.

Como ya se conocen los factores que pueden incidir en el desarrollo de la propuesta e incluso las opiniones de las personas involucradas, es recomendable llevar a cabo la planificación de la estrategia asociativa para las modistas en Chanduy.

Tomando en cuenta los ejes principales que se han dado a notar en la aplicación de las técnicas de recopilación de información, dado que estas son las pautas que permitirán adicionar al proyecto la realidad del entorno.

Aunque en las respuestas se plasmen las diversas opiniones, lo importante es que con respecto al porcentaje de las damas que estiman estar de acuerdo y formar parte de la red asociativa, es favorable en su mayoría y esto influye a que se realice el plan de acción de la asociación.

Si establece un buen sistema de planificación que permita introducir y promover la asociación en las mujeres de la comunidad, se estaría contando con las herramientas útiles, para diseñar las estrategias asociativas adecuadas.

Siendo importante la preparación del plan asociativo, ya que éste delimita las actividades y funciones, las atribuciones de cada puesto de trabajo, los grados de autoridad y responsabilidad que se deben aplicar.

CAPÍTULO IV

“PLAN ASOCIATIVO APLICADO A LAS MODISTAS DE LA CABECERA PARROQUIAL DE CHANDUY, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”

4.1. Antecedentes.

La parroquia Chanduy se caracteriza principalmente por la actividad pesquera, a la que se dedican los hombres de la comunidad, en el caso de las mujeres la actividad que sobresale es la costura. En esta área la localidad cuenta con muy buenas costureras artesanales, que ofrecen un producto con buen acabado y un servicio personalizado. Sin embargo estas damas no se encuentran integradas a ninguna entidad, y en ocasiones no cuentan con materia prima para la confección, caso contrario que la provea el cliente, en su mayoría no poseen la tecnología apropiada para agilizar el proceso de elaboración y sus bienes son fabricados con las máquinas de coser tradicionales, en el hogar de cada una de ellas.

Estas modistas además carecen de un mercado definido ya que solo elaboran la ropa cuando un cliente lo requiere, tratando directamente con el consumidor final, pero esto causa una inestabilidad en su trabajo por no tener pedidos fijos, ni publicidad que difunda su actividad, una causa más por lo que sus productos no son reconocidos adecuadamente para generar un mejor nivel de precios.

4.2. Justificación.

Las mujeres dedicadas a la confección en la cabecera parroquial, son parte de la economía familiar de la comunidad, ya que entre los oficios varios que ejercen las personas del lugar, el principal de las damas, es la costura.

Es por esto que se ha considerado atender a este grupo de mujeres que se dedican a una misma actividad, tomando así la iniciativa de conformar una red asociativa para el desarrollo de las competencias laborales en el equipo de trabajo, mediante la cooperación organizacional y competitiva. El arte de la confección en esta localidad necesita el apoyo de una asociación, la misma que le ayudará a hacer frente en la cadena de valor de los productos elaborados, contando con las posibles soluciones a través del aporte individual y colectivo, así como también aprovechar de una mejor manera las habilidades que poseen cada una de ellas.

La asociación con su variada línea de prendas de vestir, intentará llegar hacia los mejores gustos y vanidades de todos sus nuevos clientes; con esto se otorgará una mejor opción en la elección de vestuario para la moda actual, brindando así productos de buena calidad, utilizando mano de obra y materia prima calificada. Esta entidad contribuirá a mejorar las oportunidades de trabajar en la costura y beneficiará a sus integrantes, permitiendo poseer ventajas competitivas que a su vez hacen que el proceso de producción sea más eficiente a través de la aplicación efectiva de competencias laborales.

La red aspira dar a sus clientes mejores productos, buena calidad y precios módicos, satisfaciendo las necesidades de personas que gustan lucir las últimas tendencias en prendas de vestir. Además como asociación se busca ser competitivos y aplicar los conocimientos para desarrollar a los productores idóneos dentro del proceso de fabricación de cada prenda que se confeccione.

4.3. Metodología.

La metodología de la propuesta está dada en base de técnicas a utilizar apropiadas para la creación y el sostenimiento de instancias de participación individual y colectiva, que potencien el proceso emprendedor y coadyuven a la construcción de una identidad asociativa para las modistas de Chanduy. Para ello se plantean estrategias y acciones que combinen el trabajo de campo de manera que permita

mantener un contacto cercano con la realidad del sector y las personas involucradas en el estudio. Consultando fuentes y datos, con la finalidad de tener una perspectiva más cercana y válida con respecto a los factores relevantes, además de aspectos importantes que conlleven a una acción emprendedora, para un mayor análisis del proceso, estudiando sus modalidades, y visualizando la viabilidad de implementación de las estrategias asociativas propuestas.

Entre las técnicas de trabajo que se han utilizado se tienen:

- Investigación de campo: Se promueve un acercamiento al conocimiento del contexto de proyectos o ideas asociativas, para identificar y comenzar a seleccionar las personas a incluir en la participación.
- Investigación participativa: Plantear y llevar a cabo entrevistas y encuestas de acuerdo a la muestra obtenida, mediante visitas en el sector, que en un principio tuvieron como objeto la identificación y selección de las damas participantes, y con posterioridad la vinculación de las involucradas.
- Trabajo en equipo: Para el diagnóstico y definición de las acciones asociativas, análisis de fuentes y de datos para establecer avances, implementación de estrategias acordes a la realidad local, detección de las principales dificultades para establecer modelos asociativos.
- Observación: Con el objeto de apreciar y conocer información relevante del lugar y el comportamiento de sus habitantes, analizar sus perspectivas y visualizar las acciones con las que se puede intervenir.
- Encuestas a las involucradas: Para el desarrollo de propuestas de asociatividad, seguimiento de las actividades en el proyecto y conocer que asistencia técnica tomar al respecto, entre otras.

- Entrevistas con informantes clave: Mujeres dedicadas a la costura en la actualidad, siendo ellas el representante potencial de la idea de asociación.
- Método Inductivo: Realización de jornadas de trabajo con los actores intervinientes del proyecto, desarrollar talleres o reuniones para asociarse.
- Método Analítico Deductivo: Conformando el nodo asociativo, se trabajará en la definición de las acciones del desarrollo de la red, se plantean desafíos y logros a alcanzar, y el seguimiento de los avances y restricciones en el proceso asociativo.

4.4. Objetivos.

4.4.1. Objetivo general.

Estructurar una red asociativa que fomente las competencias laborales en corte y confección, a partir de un programa integral de participación voluntaria de modistas de la cabecera parroquial de Chanduy, tendientes a desarrollar mecanismos de cooperación que coadyuven a la sustentación de la red y contribuyan al logro de niveles crecientes de cimientos para la asociación.

4.4.2. Objetivos específicos.

- Identificar técnicas de cooperación efectiva que promuevan el trabajo en equipo y el mejoramiento continuo.
- Implementar estrategias que fortalezcan el desarrollo de habilidades y destrezas laborales.
- Elaborar estrategias publicitarias competentes para llegar al cliente y al mercado de manera eficiente.

4.5. Marco de origen.

4.5.1. Entorno de Chanduy.

Gráfico # 20. Entorno de Chanduy.



Fuente: www.es.getamap.net.
Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Aspectos Geográficos.

Ecuador, Provincia de Santa Elena, Cantón Santa Elena, Parroquia Chanduy –
Cabecera Parroquial.

Clima: Chanduy posee clima cálido y templado.

Limites.- Norte: Puerto y Manantial de Chanduy. Sur: Comuna Tugaduaja. Este:
Cerro de Chanduy. Oeste: Océano Pacífico.

Hidrografía: El Océano baña las costas de la parroquia, la cual además cuenta con
camaroneras, albarradas, etc.

Aspectos Demográficos.

Población: La conforman más de 2.000 habitantes.

Educación: Los adultos no cuentan en su mayoría con estudios secundarios, pero la generación actual ya tiene acceso a la educación, incluso a un nivel superior. Por lo que al equilibrar ambos factores se tiene de resultado el nivel medio.

Cultura: Ahora con el modernismo se están perdiendo costumbres ancestrales; sin embargo aún se celebran las fiestas patronales y se mantienen ciertas tradiciones.

Religión: Los habitantes pueden escoger sus preferencias religiosas, siendo la más predominante, la religión católica y evangélica.

Aspectos Políticos.

Chanduy con 150 años de parroquialización, era una zona comercial hace unas décadas atrás, cuando en la Península también se daba el auge del petróleo, pero con el entorno cambiante hoy se podrá decir que es una zona pesquera y agrícola. El gobierno parroquial está conformado por miembros de todas las comunas, y la parroquia cuenta con una sociedad obrera democrática que rige también proyectos o planes de desarrollo, pero que en muchas ocasiones no se aprovechan por falta de interés o conocimiento.

Aspectos Económicos.

La economía del sector se fundamenta en la pesca, la agricultura y trabajos artesanales; además se da la existencia en el medio de industrias pesqueras de producción, que brindan trabajo a ciertos moradores del sector. Sin embargo es necesario generar otras fuentes alternativas de ingresos, que traigan crecimiento económico y permitan desarrollar las habilidades laborales de la población.

4.2.2. Diagnóstico y análisis sectorial.

La ausencia de nuevas fuentes de trabajo no deja desarrollar a la población, la cual tampoco busca opciones o carece del conocimiento para crearlas, esta es una causa que da como efecto el bajo nivel económico y escaso desarrollo del sector. Medidas más óptimas para esta situación, sería la creación de proyectos que permitan la evolución comercial de la comunidad, uno de los cuales y de forma oportuna, es la creación de una asociación de mujeres que se dediquen a corte y confección de ropa femenina en el área de la cabecera parroquial, además los recintos observarán este cambio y de una u otra manera se estará influenciando el desarrollo de este tipo de actividades. Sin dejar de lado que así las mujeres de Chanduy tendrían una fuente de empleo e ingresos que les permita desarrollarse profesionalmente y ayudar con los ingresos familiares.

4.5.3. Marco de análisis.

Estudios de primer nivel.

Enfocándose en el modo de convivencia del sector y los elementos a utilizar adaptables al medio, en este caso el equipo de trabajo como las máquinas de coser, se puede deducir que estas no representan mayor costo de adquisición, al contrario que otras tecnologías, y dado el caso que el personal implicado no pueda manejarlas, se les capacitará en la utilización de estos equipos hasta que se familiaricen con las mismas como con las que poseen en sus hogares.

Estudios de segundo nivel.

Los beneficiarios en primera instancia serían las mujeres, que en ocasiones solo ejercían esta actividad de manera artesanal en sus hogares cuando alguien requiere una confección y obtenían una mínima retribución, no siendo reconocidos en el contexto económico como resultado de su conocimiento y esfuerzo.

Sectores imperantes; agropecuarios, industriales y de servicios.

Se enfoca al sector industrial textil, ya que si existen industrias pesqueras entonces porque no desarrollarse industrias textiles que sirvan para mejoras del lugar siendo entes productivos.

También se debe analizar si los organismos que rigen el sector van a permitir la implementación del proyecto, y conocer que institución estaría dispuesta a ofrecer apoyo de capacitación en manejo de las máquinas y gestión empresarial

4.5.4. Ejes del proyecto.

Se estructura sobre ejes que apuntan a un desarrollo emprendedor y asociativo como estrategias competitivas, enfocado en el área de la confección de prendas de vestir. Los pilares de trabajo, han ido retroalimentando y creando las condiciones necesarias para promover un proceso de estas características que se vinculan a un conjunto de acciones desarrolladas en el marco de esta propuesta:

- La creación de un marco institucional propicio, para la generación de acuerdos de colaboración y articulación de acciones conjuntas. La vinculación institucional con los actores sociales del proyecto, tanto a nivel territorial, como provincial, permiten crear las condiciones de base necesarias y adecuadas para promover la asociatividad de las mujeres emprendedoras dedicadas a la costura, en la parroquia Chanduy.
- La vinculación de la colectividad con el mercado, principales ejes de acción de los nodos asociativos. En el marco de esta propuesta se puede concretar significativas acciones publicitarias, las cuales se convertirán en uno de los principales enlaces entre el grupo asociativo y el mercado, dado que incentivará la participación de las intervinientes, cristalización de resultados y beneficios concretos a obtener, a nivel individual y asociativo.

- El fomento del desarrollo competente, es un objetivo continuo y primordial; mediante la generación de capacidades y habilidades personales. La asistencia técnica continua, instancias de sensibilización y capacitación, permitirán brindar herramientas para la generación y puesta en marcha de nuevas ideas, implementando mejoras e innovaciones en la asociación, y resolución de problemáticas, que permitan fortalecer el desarrollo competente e involucrar a las modistas en el proyecto.
- El trabajo en red, como eje estratégico del desarrollo emprendedor permite fortalecer recursos locales y generación de alianzas estratégicas en sentido social y comercial de la comunidad; mediante la concreción de objetivos comunes que luego se materializarán mediante las prácticas asociativas.
- La generación de una visión compartida, es otro de los ejes desarrollados en el transcurso de la propuesta, permitiendo acercar a las mujeres del sector, generando mecanismos de confianza mutua y cooperación, donde la sociabilización e intereses comunes ha permitido que participen y se involucren más activamente en la gestión asociativa.

4.5.5. Plan de acción.

Por tales antecedentes se ha considerado la creación de una asociación de mujeres que posean conocimientos en modistería. Esta es una propuesta dada para desarrollar un plan integral de asociatividad con las modistas de la cabecera parroquial, fomentándose en el desarrollo de las competencias laborales, la sensibilización de prácticas asociativas y estructura de redes, y la asistencia técnica continua de las personas involucradas en el programa.

La asociación se situará en la parroquia Chanduy, cantón y provincia de Santa Elena, con el propósito de unir a mujeres del sector que tengan la profesión de corte y confección, buscando así que las costureras artesanales se desarrollen

profesionalmente al contar con mayores oportunidades, elaborando vestimentas de calidad permitiéndose así ofertar sus productos en el mercado.

La red tendrá personal capacitado en cuanto a indumentaria se refiere, utilizando los conocimientos en modistería como instrumento primordial, y buscará convenios con proveedores para adquirir materia prima e insumos a bajos costos. Además permitirá exponer las confecciones en el mercado y ser más competitivas.

El presente trabajo da cuenta del proceso a llevar a cabo y de los resultados que se prevén conseguir en el marco del proyecto. Considerando las siguientes pautas para la creación de tal asociación.

- El tipo de persona requerida para estar al frente de una asociación en confecciones debe tener liderazgo, coordinación, saber trabajar en equipo, además de procurar la unión de los elementos involucrados para que se lleve a cabo el proceso de producción, orientando al personal y direccionando la organización al desarrollo. El personal operativo requerido debe conocer el manejo de máquinas de coser, diseño y confección de prendas de vestir.
- El proceso de producción consta básicamente de tres etapas bien definidas: La recepción de la materia prima (tela, botones, hilo, etc.); la preparación y corte que es donde se efectúa el cortado de la tela de acuerdo a los diseños y tallas a confeccionar; finalmente la confección y armado, donde se cose y ensambla la prenda, incluyendo el empaque antes de ser remitido como producto terminado, para posesionarse a futuro.
- Cabe señalar que se debe considerar en cada etapa del proceso los respectivos controles de calidad que permitan garantizar la entrega del producto de acuerdo a los estándares exigidos por el consumidor, y las buenas prácticas de manufactura.

- Las plantas de fabricación de materiales, es decir, los niveles de fabricación textiles de hilado, tejido, etc., se han convertido en empresas que precisan elevadas inversiones de capital, al contrario de las empresas dedicadas al proceso de confección, en el que los gastos fundamentales son los salariales, o en consideración la aplicación racional de la energía.
- La previsión del impacto ambiental se deriva del uso eficiente de los sobrantes de materiales generados en el proceso de la confección de prendas y su previsión a través de las prácticas técnicas.

4.6. Competencias laborales.

Los métodos y técnicas de evaluación deben adaptarse a las competencias identificadas como relevantes para el puesto de trabajo, lo que supone que cada proceso será específico e individualizado, en función de las características de la asociación. La evaluación de las participantes debe ser global, una evaluación dará, generalmente como resultado un informe escrito en el que se combinan informaciones cuantitativas y cualitativas, tales como puntuaciones obtenidas por los socios en tests y ejercicios, niveles en las distintas competencias evaluadas, descripciones de los puntos fuertes y débiles de las participantes, etc. Como consecuencia de todas estas informaciones, se finaliza con la toma de decisiones y/o recomendaciones sobre las actividades de formación necesarias.

La razón de la creciente utilización de los métodos de evaluación en el mundo laboral, es que son uno de los procesos más exhaustivos y completos que pueden emplearse en las organizaciones, a la hora de evaluar competencias. Así, se puede afirmar que la utilización, cada vez mayor de la evaluación se debe a que presentan una serie de ventajas sobre el personal implicado.

Utilizar métodos de evaluación para analizar las competencias laborales de las modistas que conforman la asociación permite:

- Evaluar, en periodo breve de tiempo, un amplio abanico de competencias.
- La evaluación simultánea de varios sujetos.
- Alta validez, ya que las técnicas y ejercicios que a emplear están directamente relacionados con el contenido de trabajo.

Los resultados obtenidos pueden utilizarse con distintos objetivos.

- Evaluación del potencial directivo; obtener una evaluación lo más objetiva posible de las personas que se prevee puedan ocupar puestos directivos, en función de las necesidades presentes y futuras de la asociación.
- Formación del personal; para facilitar el desarrollo individual de los miembros en la organización, a través de la detección de necesidades.

4.6.1. Proceso evaluativo.

Para considerar el proceso de evaluación, es preciso que cumpla una serie de condiciones. Debe partir de la definición clara y operativa de las variables a evaluar; es decir, de la definición de competencias y comportamientos relevantes, obtenidos a partir del análisis del mismo. Esto asegurará, que las variables a ser evaluadas estén relacionadas con las funciones y facilitará la evaluación al tener un mismo marco de referencia y saber exactamente qué observar y calificar.

Informar a los participantes.

Para que un método de evaluación sea efectivo, debe proporcionarse información clara y precisa a las participantes sobre los objetivos, características del proceso de evaluación, tipo de información que recibirán, duración, etc., de forma que se eliminen o minimicen las posibles resistencias que puedan darse y que afectarán directamente al proceso y sus resultados. Además, como las participantes son miembros de la asociación se les deberá informar claramente los motivos por los

que han de ser evaluadas; las repercusiones reales que tendrán los resultados a obtener sobre formación profesional; qué tipo de retroinformación recibirán; etc.

Procedimiento de evaluación.

Se pueden establecer dos fases claramente diferenciadas:

- a. Aplicación de pruebas. Cada prueba o ejercicio sigue el siguiente proceso:

Observación de los comportamientos, fase durante la que se observa uno, dos o tres participantes como máximo. Para poder observar sin interferencias y al mismo tiempo no entorpecer la realización de los ejercicios, el evaluador debe estar lo más alejado posible de las participantes, teniendo en cuenta que deben tener una perfecta visión de los mismos y poder escuchar sus conversaciones.

Además de la situación física, es importante tener en cuenta otros aspectos:

- Antes de observar, conocer exactamente la definición de las competencias y comportamientos seleccionados.
- Las observaciones de cada participante en cada ejercicio deben ser independientes; las realizadas en un ejercicio no deben afectar las de otro.
- Si existe período de preparación del ejercicio, se debe observar cómo organiza los materiales el participante; es decir, si hace anotaciones, subraya los documentos, etc.
- No interpretar ni clasificar los comportamientos hasta que no haya finalizado el ejercicio.
- Escribir lo que el participante dice y hace (o lo que no dice o hace).

- No se debe proporcionar retroinformación durante el desarrollo de la evaluación, ni verbal ni no verbal; tampoco se puede ayudar o interferir, ya que estos aspectos podrían afectar al comportamiento de los participantes.
- Anotar el tiempo que el participante dedica a la realización del ejercicio, preparación, intervención, etc., y conocer la continuidad de su actuación.
- Calificación de los comportamientos observados en cada una de las competencias diseñadas.

Se utilizarán guías de observación para cada una de las competencias y comportamientos, con el fin de facilitar el trabajo, de forma que se pueda centrar en los aspectos relevantes de las conductas. Es importante insistir en la necesidad de que cada puntuación debe estar apoyada por las notas tomadas durante la fase de observación, así como que no se deberá llevar a cabo la evaluación del participante en cada uno de los ejercicios hasta no haber finalizado este.

- b. La reunión del evaluador. Fundamental en el proceso, es el momento en el que el evaluador revisa las observaciones realizadas de cada participante.

Durante la reunión se discutirán las puntuaciones obtenidas por cada participante y se consensuará la toma de decisiones oportunas en función de los objetivos para los que fue diseñada la evaluación, en función de los puntos fuertes y débiles detectados. Es la forma más habitual de tomar decisiones de evaluación, es importante dedicar tiempo suficiente a cada participante y hasta que no se haya evaluado su actuación en la totalidad de los ejercicios no se pase al siguiente.

El proceso para evaluación de participantes incluye el desarrollo de cuatro fases:

- Lectura de informes. Apoyándose en las observaciones realizadas, las puntuaciones otorgadas al participante en cada una de las competencias del

ejercicio en que se ha observado. Esto se seguirá para todos y cada uno de los ejercicios y competencias evaluadas en los mismos.

- Evaluación de las competencias. Una vez expuestas y discutidas las informaciones sobre el rendimiento en los distintos ejercicios de un participante, se puntuará globalmente cada una de las competencias incluidas en el perfil de exigencias.
- Discusión. En caso que haya diferencias significativas en las puntuaciones, deberá haber una discusión hasta llegar a un consenso.
- Valoración global del participante. Esta forma de consensuar las decisiones permite evitar errores que pudieran haberse cometido durante las observaciones derivadas de sesgos en las interpretaciones realizadas.

Elaboración del informe de evaluación.

Realizada la evaluación, se elabora un informe a cada participante, combinando información cualitativa y cuantitativa donde, además de indicar la puntuación obtenida en las distintas competencias y la descripción del nivel en que poseen cada una de ellas, se incluya una descripción de los puntos fuertes y débiles y las recomendaciones de futuro con respecto al mismo, por ejemplo, el plan de mejora que debería desarrollarse para minimizar o eliminar los puntos débiles detectados y potenciar los fuertes, señalando los criterios utilizados en la toma de decisiones.

Una vez definidas las aplicaciones que se darán a los resultados que se obtengan, se procede al diseño. El proceso general a seguir durante el mismo, es el siguiente:

- a. Identificación y definición de las competencias y comportamientos que se consideran relevantes para el desempeño y es clave, ya que va a ser el punto de partida de todo el proceso. La correcta identificación y definición

de las variables a evaluar permitirán garantizar que los aspectos que se evalúen estén directamente relacionados.

Asimismo, dependiendo de las competencias y comportamientos definidos, se adquirirán y/o diseñarán las pruebas más adecuadas para su evaluación. No es conveniente evaluar un número muy elevado de competencias, generalmente se considera un número óptimo entre seis y doce, debido a que un número mayor además de requerir una mayor cantidad de recursos, puede dar lugar a que se produzcan solapamientos en los comportamientos definidos para cada competencia, lo que podría producir errores en las observaciones, restando objetividad a las mismas, aspecto que afectará a los resultados finales y, por tanto, a la fiabilidad y validez de las evaluaciones.

- b. Diseño de las pruebas. La validez y utilidad radica, en gran medida, en las pruebas utilizadas, siendo lo más aconsejable combinar tanto clásicas (tests, cuestionarios, entrevistas, etc.) como situacionales.

Para cada competencia definida, se deciden las técnicas apropiadas para evaluarla y diseñar el tipo de ejercicio más adecuado, ya que cada una debe ser evaluada al menos por dos técnicas distintas. No debe olvidarse que una misma competencia puede ser evaluada a través de distintas técnicas; por ejemplo, la competencia comunicación puede evaluarse a través de una discusión de grupo, un juego empresa, una entrevista individual, un juego de roles o una presentación y que varias competencias pueden ser evaluadas a través una misma prueba. Es decir, si se decide realizar la evaluación del potencial de los miembros de la asociación, los resultados de la evaluación será el punto de partida para elaborar las medidas y consideraciones, en función de los puntos fuertes y débiles que sean identificados.

Con esto, se estima en el mejor procedimiento para la evaluación dependiendo de los resultados, así como para llevar a cabo las evaluaciones del potencial e identificar necesidades formativas de los implicados.

Evaluación de competencias

Cuadro # 27

	Métodos y técnicas			
	Conocimiento	Competencias	Actuación	Práctica
Orientación al cliente				
Aprendizaje				
Innovación				
Trabajo en equipo				
Autonomía				
Flexibilidad				
Plan./Organizacional				
Comunicación oral				
Comunicación escrita				
Resistencia a la tensión				
Liderazgo				

Fuente: Competencias Laborales (Bogotá)
Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Entre las competencias a evaluar, se encuentran:

- Orientación al cliente. Satisfacer las necesidades del cliente de manera rentable, tanto para él como para la organización, manifestando una alta calidad de servicio, identificando y solucionando las necesidades de los clientes de la manera más eficaz y eficiente posible.
- Aprendizaje. Aprender rápidamente métodos y técnicas de trabajo nuevos, conociendo los más avanzado en su profesión.
- Innovación. Desarrollar nuevas formas de trabajo que permitan mejorar el rendimiento y/o la satisfacción propia o de los miembros del equipo; pensar constantemente en modificaciones de los productos que mejoren su calidad o atractivo para los clientes.

- Trabajo en equipo. Trabajar de forma eficaz, abierta y colaborativa con otras personas, que realizan diferentes funciones, para alcanzar los objetivos fijados, identificar problemas y resolverlos.
- Autonomía. Responsabilizarse del propio trabajo sin necesitar siempre una supervisión directa continua, organizándolo y tomando, de manera personal, las decisiones que le competen.
- Flexibilidad. Mantener la efectividad en diversos entornos y actividades, modificando su comportamiento en situaciones de cambio y ambigüedad, cuando es necesario.
- Planificación/Organización. Definir prioridades; establecer los planes de acción necesarios para alcanzar los objetivos fijados; distribuir los recursos; establecer las oportunas medidas de control y seguimiento.
- Comunicación. Informar clara y concisamente y obtener información de personas de distintos niveles, formación o intereses. Expresar claramente la información, tanto de forma oral como escrita.
- Resistencia a la tensión. Mantener la estabilidad emocional y el nivel de eficacia y eficiencia en situaciones de presión, oposición, desacuerdo y de dificultades o fracasos.
- Liderazgo. Guiar al grupo en la realización de una tarea, estructurándola, dirigiéndola y delegando responsabilidades para la consecución de la misma. Establecer y mantener el espíritu de grupo necesario para conseguir los objetivos fijados.

4.6.2. Técnicas de evaluación de competencias.

Las técnicas a utilizar en la asociación son las siguientes:

Pruebas situacionales.

La utilización cada vez mayor de estas pruebas se debe a que han demostrado ser una de las herramientas más útiles y precisas para la evaluación de competencias, ya que durante su realización los participantes tienen que poner en práctica los conocimientos, habilidades/destrezas y actitudes necesarias para llevar a cabo los comportamientos que les permitan solucionar el problema o la situación concreta que se les plantea. Para ello, se recrea una situación que simula las condiciones y exigencias de una actividad laboral, a las que las participantes tendrán que hacer frente poniendo en práctica los comportamientos exigidos para su realización eficaz, eficiente y segura. En este caso se aplica el ejercicio de ejecución laboral, también denominado prueba profesional, clásica por excelencia, estando presente en todos aquellos procesos cuyo objetivo es la evaluación de competencias técnicas implicadas en la realización de una actividad laboral concreta.

Otro aspecto básico durante el diseño de los ejercicios es especificar los criterios que marcarán la calidad del resultado final de la tarea realizada, para indicar los puntos fuertes y débiles de las involucradas en los comportamientos que son objeto de evaluación. Los ejercicios profesionales consisten en la realización por parte del participante de una actividad o tarea laboral, de principio a fin. Es decir la realización por parte de las socias de una actividad laboral completa, en este caso la confección de una prenda de vestir. Para que las pruebas profesionales sean fiables, válidas y útiles, el diseño debe contemplar las condiciones reales del trabajo, en cuanto a herramientas, restricciones temporales, materiales, etc.

Debido a las características de este tipo de ejercicios, en muchas ocasiones se llevan a cabo en el propio puesto de trabajo. El proceso para su realización sigue las siguientes fases:

- Presentación del ejercicio, durante esta fase, se expone la tarea a realizar, medios, herramientas o ayudas disponibles, el tiempo de realización, etc.

- Ejecución de la tarea. Es importante recordar que durante el desarrollo del ejercicio no se interviene en el desarrollo de la tarea a no ser que sea imprescindible.
- Conclusiones. Habitualmente el ejercicio se da por finalizado en la fase anterior, aunque en ocasiones, dependiendo de la tarea concreta y con objeto de matizar las observaciones realizadas, se pregunta a las participantes las razones por las que han utilizado un determinado proceso o herramientas, qué dificultades han encontrado, etc.

Generalmente las competencias que permite evaluar/desarrollar además de los conocimientos técnicos exigidos por la actividad laboral son las de atención al detalle y organización.

Cuadro # 28

FICHA RESUMEN: EJERCICIOS DE EJECUCIÓN LABORAL

Descripción: Realización por parte del participante de una actividad/tarea laboral de principio a fin.

El diseño del ejercicio debe reflejar las condiciones reales de la actividad laboral, maquinaria, restricciones temporales, ayudas, etc.

Desarrollo:

1º Presentación del ejercicio: actividad, tiempos, medios, etc.

2º Realización del ejercicio.

3º Conclusiones.

Aplicación: Individual y/o grupal.

Duración: Variable, en función de la tarea.

Competencias: Atención al detalle, organización, conocimientos técnicos.

Fuente: Competencias Laborales.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

La discusión de grupo.

También denominada discusión de grupo sin líder, es una de las técnicas más utilizadas en los procesos de evaluación del personal, bien de forma aislada o conjuntamente con otras técnicas.

La utilización de la discusión de grupo implica el desarrollo de dos fases claramente delimitadas:

1. Preparación. Previamente al desarrollo de una discusión de grupo y para que, a través de su utilización, se puedan alcanzar los objetivos por los que se ha considerado oportuno realizarla en el proceso de evaluación del personal, es preciso definir los comportamientos que deberán poner en práctica los participantes durante el ejercicio. Dependiendo de ellos, se elegirá el tema o situación sobre la que versará la discusión.

Los temas que se pueden plantear son muy variados, y pueden agruparse en:

- Generales, son temas que no exigen conocimientos técnicos específicos y sobre los cuales se presupone que todas las participantes en algún momento habrán reflexionado y, por tanto, se habrán formado una determinada opinión personal sobre los mismos. Con este tipo de temas el objetivo es básicamente observar cómo interviene cada uno, cómo razona sus opiniones y cómo se expresa oralmente.

Este tipo de ejercicios permiten evaluar competencias de comunicación oral, iniciativa, solución de problemas, colaboración, trabajo en equipo, toma de decisiones, flexibilidad, tolerancia a la tensión y análisis.

- Centrado en un problema o situación laboral. Se pueden desarrollar discusiones grupales sobre cuestiones que conlleven la resolución de

problemas de comunicación en la organización, calidad, coordinación de equipos de trabajo, procesos u operaciones, etc.

La utilización de problemas relacionados con el puesto de trabajo permite evaluar además de las competencias señaladas para los problemas generales, los conocimientos técnicos en relación al tema planteado.

Además, dependiendo de los objetivos del ejercicio, la situación planteada puede ser de cooperación; o de un tema que genere conflicto, en estos casos, las competencias que las participantes ponen en juego, además de comunicación oral, iniciativa y análisis, son las de resistencia a la tensión y flexibilidad.

2. Realización. Para la discusión de grupo es preciso, seguir una serie de fases:

- Presentación del ejercicio de discusión. Se deberá exponer claramente al grupo el objetivo del ejercicio; el tema sobre el que deberán discutir; el proceso de trabajo y las normas que deberán cumplir; esto es, resaltar la necesidad de que todas participen y que la solución al problema o situación a la que llegue el grupo deberá adoptarse por consenso, así como informar del tiempo del que disponen para realizarlo.
- Discusión. Es habitual realizarlas de forma combinada con otras técnicas y ejercicios, como son las pruebas situacionales. Cuando se utiliza este sistema, se suele dejar un tiempo previo, antes de la discusión grupal, para que cada participante trabaje, de forma individual analizando lo planteado y formulando su propio plan de acción o solución. Posteriormente, se hace una breve presentación de las conclusiones individualmente; por último, tratar el grupo de llegar a una única solución consensuada.
- c. Conclusiones. El grupo expone las soluciones que han alcanzado y las razones que les han llevado a considerar que son las más adecuadas.

Cuadro # 29

FICHA RESUMEN: DISCUSIÓN DE GRUPO

Descripción: Discusión libre y abierta de un tema o problema definidos. En ocasiones se nombra a un participante para moderar la discusión y facilitar el intercambio de ideas y opiniones.

Ventajas:

- _ Gran flexibilidad.
- _ Situaciones competitivas y/o de trabajo en equipo.
- _ Fácil de diseñar y desarrollar.
- _ Permite evaluar/desarrollar varias competencias al mismo tiempo.
- _ Económica.

Preparación:

- 1° Definir competencias y comportamientos objetivos.
- 2° Determinar el tema de discusión: • General. • Centrado en el trabajo. • Cooperativo o competitivo.
- 3° Elaborar la guía de observación.

Desarrollo:

- 1° Presentación del tema de discusión.
- 2° Discusión.
- 3° Conclusiones: exposición de las soluciones alcanzadas.

Aplicación: Grupal.

Duración: Variable (entre 30 y 60 min.)

Competencias:

Tema general: análisis, toma de decisiones, solución de problemas, comunicación oral, colaboración, flexibilidad, tolerancia a la tensión, iniciativa, etc.

Tema centrado en el trabajo: planificación/organización y conocimientos técnicos, además de las anteriores.

Fuente: Competencias Laborales.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

4.7. Descripción de la asociatividad.

Entidad manufacturera conformada por una asociatividad de mujeres que se dedican a la confección de ropa en la parroquia Chanduy; lo cual permite obtener un conjunto de conocimientos que valorados equitativamente aportan al proceso de la elaboración de indumentarias.

Inicialmente se confeccionarán y distribuirán prendas de vestir para damas, tales como, vestidos, blusas, faldas, pantalones, etc., cada una acorde para todo tipo de ocasión según el cliente y mercado requiera.

Cada prenda será elaborada con material de calidad, mediante un riguroso proceso de selección, corte y confección, cuidando cada detalle de la misma para que esta cuente con un perfecto acabado, demostrando ser un producto bien elaborado.

4.7.1. Ubicación y tamaño.

La asociación se iniciará en el local de la sociedad obrera democrática de Chanduy, ubicada en la calle Santa Elena, de la misma cabecera parroquial.

Dado que se ha establecido la solicitud a los directivos de este ente comunal y presentándose la propuesta como un factor contribuyente al desarrollo comercial del sector; se ha aprobado y cedido el permiso para que la asociación pueda ejercer en el local previsto las actividades correspondientes, hasta que esta cuente con sus propias instalaciones.

Considerando que la asociación en un futuro tenga su propio establecimiento, y se constituya como microempresa industrial manufacturera, por su infraestructura y por el número de socias mayor a veinte personas, contando con instalaciones apropiadas, donde las modistas puedan trabajar cómodamente al fabricar las prendas de vestir.

4.7.2. Misión.

Satisfacer la adquisición de indumentarias en las personas que gusten lucir a la moda en la provincia de Santa Elena, mediante la confección de prendas innovadoras, elaboradas con un excelente acabado en modistería, acorde a las necesidades del cliente.

4.7.3. Visión.

Liderar una red de mujeres emprendedoras en corte y confección, reconocidas a nivel nacional, mostrándose como un referente de asociación femenina competente en la Provincia de Santa Elena.

4.7.4. Principios y valores.

En toda organización no solo es necesario una estructura formal, sino también tener valores morales, éticos y buenas relaciones interpersonales, lo que facilita de manera positiva la realización de las funciones, no obstante es un factor que no siempre se puede controlar ya que depende de cada miembro que forme parte de la asociación, desde la más alta jerarquía hasta el mínimo rango.

Sin embargo, se dan una serie de actitudes en cada persona que conlleva a que cada cual sea responsable de proyectar lo mejor de sí en el medio en que se desenvuelve así como en su ambiente de trabajo.

- Principio: El principio es intrínseco, apoderado a uno mismo.
- Valor: Está direccionado hacia los demás.

Para reflejar la percepción de las asociación, se ha desarrollado una serie de principios básicos que orientan las acciones de la misma, tales como, equidad, transparencia, liderazgo, competitividad, autonomía e independencia, compromiso

y responsabilidad, a partir de la práctica laboral de una cultura ética, que se sustentan en valores compartidos.

Equidad: Aunque se reconocen y respetan las diferencias, se acoge de buen grado el diálogo y el debate; debe existir un terreno común suficiente para que las socias puedan compartir de manera unánime cada uno de sus criterios.

Transparencia: Como parte del proceso de desarrollo de la asociatividad, se tratará de forma explícita la manera de rendir cuentas ante los socios, y parte de la comunidad en la que se desenvuelven; expresar orden y claridad ante las personas con y para las que se trabaja.

Flexibilidad: Las posturas compartidas y los acuerdos que definen una asociatividad concreta deberán evaluarse periódicamente. Esto exigirá flexibilidad y sensibilidad de todas las partes a medida que van cambiando tanto las circunstancias de la organización como los contextos sociales.

Liderazgo y Creatividad: El arte de influir en las personas involucradas, para que trabajen con entusiasmo en la consecución de objetivos en pro del bien común a la asociación, sigan la misma dirección y actúen sobre la base de su visión.

Autonomía e Independencia: Dentro de la labor de capacitación con los socios, se debe poner especial cuidado en equilibrar el respeto por la autonomía y opiniones de cada uno de los intervinientes, basándose así en el respeto mutuo de la integridad e independencia institucional.

Compromiso y Responsabilidad: Significa que se precisa un acuerdo previo sobre la manera en que la asociación y sus miembros pueden aprender tanto del trabajo conjunto como unos de otros, con la finalidad de incorporar a la relación el aprendizaje, las comunicaciones y el intercambio de conocimientos.

4.7.5. Lineamientos.

La modalidad de definir con precisión los ámbitos de acción, formación de equipos, etc. Es el manejo efectivo de todo lo vinculado a la asociación, de manera que las partes se relacionen entre sí para obtener un buen resultado.

Adaptación: La asociación debe adaptarse a su situación, recursos y disponibilidad. Es importante establecer fechas, trámites, compromisos, etc.

Descentralización: De las actividades, tareas (tareas de decisión) para llevar a una evaluación en conjunto.

Alineación de la Estructura con la Estrategia: Delineación de actividades funcionales, buscar estrategias adecuadas con responsabilidad.

Relación entre los grupos de interés: Relación y adaptación de grupo de interés para lograr el objetivo.

Nexo Técnico y Administrativo: Apoyo técnico por parte de los grupos de interés y la parte administrativa de la asociación.

4.7.6. Políticas.

Orientación.

- Atender al cliente es responsabilidad de todos los integrantes de la empresa, para lo cual deberán conocer los procedimientos a fin de orientarlos.
- El personal debe mantener un comportamiento ético.

Capacitación.

- Impulsar al desarrollo de la capacidad y personalidad del talento humano mediante acciones sistemáticas de formación.

Seguridad en empleo.

- Preservar el entorno ambiental de la comunidad.
- Implementar seguros para el personal, en caso de accidentes de trabajo.

Evaluación.

- Realizar evaluaciones periódicas o permanentes en los procesos.
- Mantener una óptima comunicación de trabajo en cada unidad, a fin de coordinar y evaluar programas, definir prioridades y plantear soluciones.

Retribución.

- Realizar todo trabajo con excelencia.
- Soporte técnico general con la finalidad de garantizar toda la cadena de producción.

4.7.7. Objetivos.**4.7.7.1. Objetivo general.**

Promover las capacidades y habilidades en las socias, mediante la determinación y consolidación de alianzas con actores y organizaciones públicas o privadas, para mejorar el desarrollo competente en el campo de la confección.

4.7.7.2. Objetivos específicos.

- Generar conocimientos, incentivando la comunicación e intercambio de experiencias vividas.
- Sensibilizar en las el valor de la asociatividad, como vinculo de mejoramiento para la competitividad empresarial.
- Contribuir al crecimiento económico y social de las mujeres intervinientes.

4.8. Análisis situacional F.O.D.A.

Es una herramienta que sirve para analizar la situación competitiva de una organización. Su principal función es detectar las relaciones entre las variables más importantes y así diseñar estrategias adecuadas, sobre la base del análisis del ambiente interno y externo. Obteniendo un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados. Mediante el análisis situacional, se determina el entorno la asociación.

Matriz F.O.D.A.

Cuadro # 30

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocen el oficio de manera adecuada. 2. Buen acabado en prendas de vestir. 3. Cooperación y motivación para trabajar en equipo. 4. Disponibilidad de tiempo para ejercer el oficio. 5. Algunas damas ya han trabajado con máquinas industriales. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Falencia de máquinas de coser industriales. 2. Deficiente organización. 3. No poseen instalación adecuada para ejercer el oficio. 4. Escasez de recursos económicos para comprar insumos. 5. Carente apoyo a asociaciones por parte de autoridades locales.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Adquirir maquinaria con mayor tecnología. 2. Diseñar y confeccionar nuevos modelos. 3. Implementar venta de ropa por catálogos. 4. Demanda constante de indumentaria. 5. Estrategias y publicidad para acceder al mercado. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bajos precios de la ropa existente en el mercado. 2. Sin número de marcas conocidas en prendas de vestir ofertadas en el medio. 3. Incremento de precios en materia prima. 4. Competidores potenciales con modelos similares. 5. Resistencia de las personas para adquirir una nueva marca de ropa.

Fuente: Antecedentes del tema.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

F.O.D.A. Estratégico.

Cuadro # 31

FACTORES	FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>INTERNOS</p> <p>EXTERNOS</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocen el oficio de manera adecuada. 2. Buen acabado en prendas de vestir. 3. Cooperación y motivación para trabajar en equipo. 4. Disponibilidad de tiempo para ejercer el oficio. 5. Algunas damas ya han trabajado con máquinas industriales. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Falencia de máquinas de coser industriales. 2. Deficiente organización. 3. No poseen instalación adecuada para ejercer el oficio. 4. Escasez de recursos económicos para comprar insumos. 5. Carente apoyo a asociaciones por parte de autoridades locales.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Adquirir maquinaria con mayor tecnología. 2. Diseñar y confeccionar modelos nuevos. 3. Implementar venta de ropa por catálogos. 4. Demanda constante de indumentaria. 5. Estrategias y publicidad para acceder al mercado. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. F1-O2 Conocer el oficio a cabalidad les facilita la creación de nuevos diseños. 2. F2-O1 Adquirir maquinarias modernas permite brindar a las prendas un perfecto acabado. 3. F3-O5 Trabajar en equipo y plantear objetivos estratégicos para innovar en el mercado. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. D1-O1 Implementar máquinas de coser industriales para cada área. 2. D2-O4 Plantear una eficiente organización que les permita abastecer la demanda. 3. D3-O3 Contar con local adecuado para cubrir también la producción de venta por catálogo. 4. D4-O5 Diseñar estrategias que le permitan pactar alianzas

	<p>4. F4-O4 Cumplir con la producción para atender la creciente demanda.</p> <p>5. F5-O1 Cuentan con experiencia para operar las maquinas industriales.</p>	<p>con proyectos de inversión.</p> <p>5. D5-O3 Tener una demanda constante de indumentaria para que las autoridades brinden un mayor apoyo a la actividad.</p>
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
<p>1. Bajos precios de la ropa existente en el mercado.</p> <p>2. Sin número de marcas conocidas en prendas de vestir ofertadas en el medio.</p> <p>3. Incremento de precios en materia prima.</p> <p>4. Competidores potenciales con modelos similares.</p> <p>5. Resistencia de las personas para adquirir una nueva marca de ropa.</p>	<p>1. F1-A2 Capacidad para competir con las demás marcas en prendas existentes.</p> <p>2. F2-A4 Acabados con máquinas industriales, oferta potencial de la indumentaria actual.</p> <p>3. F3-A5 Establecer estrategias de marketing para darse a conocer en el mercado y motivación para atraer clientes.</p>	<p>1. D2-A1 Asesoría para mejorar la gestión organizativa y manejo de costos.</p> <p>2. D3-A4 Poseer un lugar propio de trabajo como es el caso de los competidores potenciales.</p> <p>3. D4-A3 Tramitar obtención de recursos económicos para proveerse de materia prima.</p>

Fuente: Matriz FODA.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

4.9. Términos y definiciones.

1. Para conocer el tema y tener una orientación más clara se cuenta con la información correspondiente:

- Corte.- Es la separación de una tela en piezas, mediante el uso de tijeras o cortadora eléctrica, las cuales conforman en conjunto una prenda de vestir. También se refiere al corte (estilo) de una prenda, cuando se tiene un diseño bien definido; es decir, la manera como está confeccionada, se tienen los siguiente cortes: corte francés, corte princesa, estilo imperio, etc.
- Confección.- Es el arte de unir las piezas de tela previamente cortadas, mediante costuras. En la confección en serie se tienen máquinas especiales para cada operación; se debe seleccionar la máquina adecuada a cada prenda, su uso correcto puede llevar al éxito o fracaso de la producción
- Trazo.- Delinear gráficamente en un papel mediante el uso correcto de las reglas las plantillas de espalda, frente, mangas, falda, etc.
- Plantillas.- Son piezas o trazos base elaboradas en cartón, sin pestañas útiles para la transformación y elaboración de patrones.
- Transformación.- Aplicación de cortes a las plantillas base, de acuerdo a un diseño en especial.
- Patrón.- Plantillas transformadas que conforman una prenda de vestir.

2. Las fibras textiles utilizadas dentro de la industria de la moda son:

La industria del vestido ve la necesidad de crear fibras textiles más económicas y vistosas, de donde resulta el descubrimiento de las fibras artificiales y sintéticas.

- Las fibras artificiales; se fabrican a partir de celulosa, que es la materia prima base de las fibras vegetales, las cuales casi siempre simulan las telas naturales, como por ejemplo la seda natural.
- Las fibras sintéticas; se obtienen de derivados del petróleo, las cuales tienen como característica ser muy flaméales y demasiado calientes, por lo que en la actualidad ya han sido restringidas del mercado en su uso puro, al 100% y se utilizan en combinaciones o mezclas con fibras naturales o artificiales, reduciendo así los costos de producción. Hay una gran variedad de fibras naturales que tienen una serie de cualidades para ser usadas como materia textil.

4.9.1. Maestras modistas.

Es la persona que tiene por profesión el diseño y confección de prendas de vestir; como vestidos, blusas, faldas, abrigos, etc. Quien acuerda con su cliente el tipo de ropa que va a confeccionar concretando los detalles de la misma, referidos a formas, colores, material, acabados, etc. Toma medidas para establecer las dimensiones que adoptará la prenda. Diseñan su propia creación, realizando escalado de patrones para obtener tallas deseadas partiendo de una talla base.

Esta profesión brinda además la posibilidad de estar vinculada al fascinante mundo de la moda que tiene tanta importancia para la mayoría de mujeres. Como con las demás profesiones, puede ser un pasatiempo, pero para la modista, es un modo de ahorrar dinero o la posibilidad de desarrollar su propio negocio

Entre las aptitudes necesarias para ejercer el oficio figuran:

- La creatividad y el sentido de la estética.
- Conocer en profundidad los materiales textiles existentes, sus propiedades, características, aplicaciones, capacidad de transformación y terminaciones.

- Conocer los complementos que pueden combinar con las prendas tales como bolsos, zapatos o joyas, etc., y ofrecer una armonía de conjunto.

En muchos casos son mujeres decididas a progresar junto a su gremio, esposa, madre y profesional, responsabilidades que cumplen con altura. El confeccionar sus propios vestidos, y el deseo de estar siempre a la moda, reafirman el anhelo de dedicar toda una vida a la creación y diseño de prendas de vestir, y motivar a otras mujeres a la práctica de esta actividad. Poseen un talento innato, que les permite elaborar las indumentarias de sus familiares, amigos y conocidos. Recurrir a alguien conocido para que arregle una prenda es algo personalizado, casi familiar, a diferencia de ir a un negocio donde el calor humano no existe. Por eso la gente sigue eligiendo ir a la modista. Ésta es una de las razones por las que el oficio de costureras sigue vigente a pesar del paso del tiempo y la difícil competencia con la industria textil.

Por lo general, este conocimiento se transmite de una generación a otra, abuelas y madres enseñan a sus hijas las técnicas de la costura. Pero también hay quienes lo eligen como una profesión y se capacitan en el tema. La cantidad de personas interesadas en aprender corte y confección sigue creciendo.

Una de las explicaciones que dan quienes trabajan en este rubro para entender por qué han resistido el paso del tiempo tiene que ver con el cambio en la visión social sobre este oficio, es que ya no es como antes donde el trabajo doméstico era desvalorizado, ser costurera era para aquellas mujeres que no tenían educación o no salían de sus casas, ahora se puede vivir de esta actividad, se puede armar una pequeña empresa o ser diseñadora.

4.9.2. Herramientas de trabajo.

Se debe tener conocimiento del manejo de las herramientas de la especialidad, todas son indispensables para trazos, transformaciones y elaboración de patrones.

- Regla "L": Es propiamente una escuadra a 90 grados, se utiliza en el trazo de ángulos rectos, configuración de rectángulos y trazos de líneas paralelas, su uso correcto optimiza el tiempo y se logran trazos perfectos.
- Regla curva francesa: Ayuda a configurar escotes, frentes, espaldas, sisas, corte princesa y tiros de pantalones.
- Regla curva sastre: Se configura caderas, entre piernas, rectifican costados de talles cuando se trata de prendas ajustadas al cuerpo y se afinan líneas.
- Cinta métrica: Dentro del departamento de diseño, trazo y elaboración de patrones no puede faltar la cinta métrica. Su uso es en la toma de medidas, aunque se tengan tablas de tallas donde se encuentran medidas correctas, es necesaria también en todas las áreas de trabajo.
- Tizas para marcar: Se utiliza para delinear los contornos de los patrones sobre la tela, cuando se van a elaborar las muestras; también durante el proceso de confección, en ocasiones se tiene la necesidad de usarla para centrar piezas cuando no se pueden hacer piquetes con la cortadora.
- Perforadora: Se utiliza para perforar los moldes que conforman un diseño y agruparlos mediante un listón o agujeta. Se hace para llevar un control en el perchero del departamento de corte y no existan pérdidas de piezas.
- Agujas para modista: Se necesitan en el diseño cuando se perforan las prendas, y en la confección en algún momento se recurre a ellas.
- Papel: Es donde se plasman los trazos y patrones. Para poder desarrollar plantillas base, transformaciones y patrones se requiere de diferentes tipos de papel: papel revolución, papel pre marcado, papel encerado.

- Tijeras: Durante todo el proceso, se deben tener tijeras especiales para cada actividad. Un tipo de tijeras no se puede usar para desarrollar varias actividades de corte por que no se obtendrían resultados satisfactorios, y su vida útil se reduciría por no utilizarse para los fines que fue diseñada.
- Descosedor: Accesorio indispensable dentro del proceso. Aunque es poco agradable para el operario y además se debe de evitar al máximo, en ocasiones se debe descoser una prenda repetidas veces, esto se debe hacer cuando existen equivocaciones o costuras interrumpidas, cuando se termina el hilo de la bobina o hay ruptura de hilos.
- Alfileres: Es muy útil para fijar los moldes a la tela cuando se va a cortar para hacer las muestras.

4.9.3. Máquinas de coser.

Desde el inicio de los tiempos se ha necesitado aprender a crear la vestimenta, originalmente estas eran unidas mediante costuras manuales, pero con el tiempo, este procedimiento evolucionó hasta llegar a las primeras máquinas de coser.

Una máquina de coser es un dispositivo mecánico o electromecánico que sirve para unir tejidos usando normalmente dos hilos, también hay máquinas que usan tres, cuatro o más al hacer puntadas características, ya que estas pueden hacer variedad de puntadas rectas o en patrones. Incluyen medios para arrastrar, sujetar y mover la tela bajo la aguja de coser para formar el patrón de la puntada.

Se considera a este artefacto uno de los inventos más productivos. Ha mejorado en cuanto a tamaño, eficacia y eficiencia, pero su función es la misma: ayudar en la economía de las familias a confeccionar desde una pequeña prenda de ropa hasta vestidos de alta costura. En esta industria se ha desarrollado máquinas específicas para cada trabajo siendo verdaderas especialistas en rapidez y productividad.

Máquinas de coser.

Es importante conocer las diferentes máquinas usadas para coser y dar acabados perfectos a la ropa. Muchas veces se quiere que la ropa confeccionada con una sencilla máquina de coser quede a la altura de las grandes marcas de ropa, y aunque se ha visto a muchas personas hacer maravillas con máquinas semi-industriales, se necesita mucha paciencia y experiencia para lograrlo.

Pueden ser clasificadas en tres grandes grupos:

- **Domésticas:** Se caracterizan por su velocidad. Además son automáticas, es por ello que son muy fáciles de manejar y han adquirido mucha popularidad entre muchas amas de casa que las utilizan.

Existe una gran variedad de este tipo de máquinas, realizan varias tareas, como bordados, ojales y enhebrados de manera automática. Algunas pueden programarse, como la costura deseada o su ancho, la velocidad etc. No solo son muy utilizadas por amas de casa, también suelen ser vistas en talleres donde se realizan arreglos textiles y ciertos modistas las utilizan.

- **Semi-industriales:** Cumplen una doble tarea, por un lado pueden bordar y por otro coser. Pueden ser tratados diversos tipos de materiales, ya sean estos pesados o livianos. Son utilizadas en talleres de confección, en sastrerías e incluso en las pequeñas industrias. Existe una enorme diversidad de este tipo de máquinas de coser.
- **Industriales:** Diseñadas para realizar costuras de alta gama, utilizadas para tratar telas más pesadas o duras, han evolucionado al llegar al mercado internacional. Se pueden encontrar a precios módicos, lo más importante de estas es la amortización y no el precio ya que si se va a rentabilizar con la producción, en poco tiempo se habrá recuperado la inversión.

Pueden hallarse diversos modelos, algunos de ellos son:

- Overlock: también conocida como remalladora. Son utilizadas para evitar que las costuras se deshilachen ya que realizan puntadas sobre las costuras. Existen tres tipos de estas máquinas, las pesadas, estándar y las livianas.
- Recubridora: Son utilizadas para hacer puntos, pueden hacer costuras pespunte y centradas, son de costura plana especial para tejidos de punto.
- Máquina de pespunte: Más conocida como recta, realiza costuras cerradas con un máximo de tres agujas, con dos a tres agujas se conoce como plana.
- Bastera: Realiza una puntada invisible para hacer dobladillos en faldas y pantalones de vestir.
- Collaretera: Similares a las recubridoras. Trabaja con un embudo por donde ingresa la cinta que es doblada para hacer ribeteados o fileteados de zonas curvas como cuellos, sisas y mangas.
- Botonera: Utilizadas para pegar diversos tipos de botones, como botón plano de cualquier medida, de dos o cuatro ojillos, pega botón de bola.
- Atracadora: La función que cumplen estas máquinas es afirmar presillas, aberturas, bolsillos, entre otros.
- Ojaladora: Son utilizadas para realizar los hojaldres y una vez hechos la misma máquina la corta de manera automática.
- Cerradora: Máquina que por medio de puntadas francesas son capaces de cerrar camisas, mangas, pantalones deportivos, entre otros.

- Elástiquera: Máquina overlock utilizada para colocar elásticos.

4.10. Actores del modelo.

El enfoque de la propuesta permite interpretar una realidad constituida por un conjunto de actores (directos e indirectos), que se relacionan en diferentes formas, desarrollan actividades que son parte de un sistema y satisfacen necesidades de mercados específicos ofreciendo bienes o servicios.

Para que el plan de asociatividad se lleve a cabo, es conveniente involucrar a las instituciones que cuenten con la capacidad y recursos requeridos para la complementación de la propuesta.

Estos actores se pueden organizar y requieren de un elemento o actor integrador para su óptimo funcionamiento, cumpliendo los roles siguientes:

- Proveedores de insumos (materia prima y maquinarias)
- Prestadores de servicios (capacitación, asistencia, financiamiento)
- Actores de fomento (ministerios, gobiernos, organismos de cooperación)

Entre los actores que se estiman participar en el proyecto, se consideran:

- Consultores (coordinación, direccionamiento)
- La Universidad (capacitación, asistencia)
- Instituciones financieras (financiamiento, administración)
- Mujeres modistas (asociación, cooperación)

Consultores: Instituciones públicas o privadas profesionales independientes de las diferentes carreras que brindan asesoría, capacitación para facilitar la creación de proyectos de desarrollo social, comercial, etc., en nuestra región.

- Asesorar a los miembros en el campo legal, comercial y social.
- Administrar, coordinar y dirigir las actividades comerciales.
- Creación y direccionamiento de las estrategias a aplicar.
- Capacitación, seguimiento y retroalimentación.

Instituciones Financieras: Públicas o privadas que brindan apoyo y promueven proyectos empresariales.

- Evaluar los proyectos para comprobar su factibilidad.
- Otorgar el financiamiento necesario para la ejecución del proyecto.

Universidad: Involucrar a las instituciones de educación superior, la capacitación necesaria con sus estudiantes, docentes y profesiones en un periodo establecido.

- Brindar programas de capacitación en el área administrativa (planificar, organizar, monitorear).
- Capacitación en áreas financieras, estrategias de marketing y ventas.
- Emprender el liderazgo, motivación, etc.

Modistas: Son las mujeres que se dedican a la actividad de la costura, en este caso quienes se encontrarán involucradas en la asociación.

- Aplicar los conocimientos y creatividad en la labor realizada
- Trabajar en equipo para alcanzar la consecución de objetivos
- Ejercer la labor de corte y confección de las prendas

4.10.1. Sensibilización entre los actores.

La relación entre los actores y la asociación es prioritaria para forjar un apoyo por parte de los organismos involucrados. El plan de asociatividad, hace énfasis en mejorar las competencias laborales de las participantes, y como entidad asociativa

en mantener alianzas estratégicas con las entidades prestas a colaborar con estos proyectos. Los resultados se difundirán a medida que avance el proceso de cooperación. Para la difusión y transferencia de las novedades generadas se puede disponer de varios medios a nivel de campo, talleres, reuniones grupales, y observación, dirigida a todo asociado.

Estas y otras iniciativas son algunos de los instrumentos con los que la asociación procura mejorar cada uno de los eslabones de la misma. Adicionalmente, al ser organizada, contará con un poder de negociación e incluso de incidencia en la toma de decisiones. Factores como la asociatividad proactiva, el trabajo en equipo, transferencia de tecnología o el poder de negociación, entre otros, pueden hacer de esta asociación una verdadera cadena de valor cuya estructura vaya más allá de la simple organización de actores.

A continuación, se hace relevancia en los organismos que promueven y apoyan los proyectos asociativos, la producción de bienes, o la capacitación de los intervinientes en estos programas:

- La Constitución y el Plan Nacional de Desarrollo.

Promueven el fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas, hacen énfasis en la necesidad de generar sistemas justos y solidarios y estipulan que la producción en cualquiera de sus formas debe sujetarse a principios y normas de calidad, sustentabilidad, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

Las tareas típicas de facilitación incluyen concienciar, facilitar la creación de una estrategia y acción conjuntas, y coordinar actividades de apoyo. Los pequeños emprendedores, tienden a actuar de manera individual a la hora de producir o comercializar. Pero cuando logran articularse con otros actores del sistema, sean productores similares a ellos o transformadores, comerciantes e intermediarios, se habla de procesos de asociatividad.

Existen múltiples enfoques para promover la asociatividad en el terreno, desde los más evidentes que involucran a actores de un mismo tipo como las figuras organizativas de primer grado (asociaciones, corporaciones, cooperativas, etc.), de segundo y tercer grado (federaciones, confederaciones, gremios privados), hasta las más ambiciosas que estimulan la creación de lazos entre los diferentes tipos de actores de un sistema (consejos consultivos, mesas de concertación o de diálogo).

- Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES).

Con el apoyo del MIES, podrán crear asociaciones para administrar los recursos que el Estado ecuatoriano entregará. Las asociaciones permitirán que los intervinientes puedan seguir al frente y determinar sus salarios, acceso a la seguridad social y todos los beneficios de ley. Según el MIES, con estos programas se busca fortalecer y dar apoyo técnico a las iniciativas de emprendimientos productivos de organizaciones y asociaciones.

- Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO).

Impulsar el desarrollo del sector productivo industrial y artesanal, a través de la formulación y ejecución de políticas, planes, programas, proyectos especializados, que incentiven la inversión e innovación tecnológica para promover la producción de bienes y servicios con alto valor agregado y de calidad, en armonía con el medio ambiente, que genere empleo digno. El objetivo es crear nuevas oportunidades de mercado y aumentar la competitividad de la micro y pequeña empresa en las provincias, en un proceso asociativo y participativo.

- La Secretaría Técnica de Capacitación y Formación Profesional (SETEC).

Impulsa y facilita la capacitación y formación profesional laboral de calidad, articulando con otros actores del Sistema, para formar el talento humano del país a través del diseño y ejecución de acciones de capacitación y formación basadas en

Competencias Laborales, asegurando la pertinencia de la oferta para propender al mejoramiento de los niveles de producción, productividad, calidad y empleabilidad, y, fomentar la inclusión económica y social de los grupos de atención prioritaria fortaleciendo sus capacidades y conocimientos, como sustento del desarrollo social y económico.

La SETEC presenta una diversidad de áreas y temas con un enfoque solidario, equitativo e incluyente en los componentes de capacitación y formación continua, y, la formación por competencias laborales, a efectos de que los demandantes puedan acceder a estos servicios y mejorar el desarrollo tanto empresarial como humano. El Plan Nacional de Capacitación y Formación Profesional, está orientado a beneficiar a la población trabajadora con o sin relación de dependencia, trabajadores independientes, microempresarios, actores de economía popular y solidaria, así como a los grupos de atención prioritaria, (art. 35 de la Constitución y los definidos por el Consejo sectorial de Desarrollo Social).

- Sistema Nacional de Contratación Pública (INCOP).

Es el entorno que reúne a todas las partes interesadas, de la contratación pública del país, es decir a los contratantes o compradores, a los ofertantes o contratistas, al organismo de control, a los organismos de planificación, de presupuesto, y de control, los que son articulados a través de los principios, normativa, procedimientos y demás relaciones establecidas.

Actualmente, a través del Sistema Nacional de Contratación Pública las Entidades pueden acceder a la contratación de bienes, servicios, obras y consultoría, independientemente del monto a contratar, sin requerir autorización de ningún órgano o Institución Estatal, como ocurría anteriormente con los informes previos de Procuraduría y de Contraloría, obteniendo una contratación ágil y acorde a las necesidades estatales.

4.11. Estructura Organizacional.

Permite obtener una imagen formal y de conocimiento general de la asociación, ya que brinda información sobre división de funciones, niveles jerárquicos, líneas de autoridad y responsabilidad, relaciones de dependencia y de coordinación, etc.

Se ha determinado los cargos y posiciones de acuerdo al trabajo previsto a realizarse en la asociación y las responsabilidades y obligaciones que cada uno de ellos debe cumplir acorde a la jerarquía funcional establecida.

Organigrama

Gráfico # 21



Fuente: Estructura organizacional.
Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

4.11.1. Análisis de puestos.

Cargo: Administrador.

Departamento: Administración.

Relación de dependencia: Directivos de la asociación.

Subordinación: Asistente administrativa, y demás áreas.

Debe adaptarse a realizar funciones de acuerdo a las necesidades de la asociación y desempeñar su trabajo con claros conocimientos, mantener relación con los trabajadores, ya que ello conlleva al buen funcionamiento de sus actividades.

Perfil.

- Graduado en Administración o carreras afines.
- Tener experiencia laboral.
- Ser emprendedor y tener liderazgo.
- Ser conocedor de gestiones comerciales.
- Capacidad para desarrollar pymes.
- Tener buenas relaciones interpersonales.
- Saber tomar decisiones y buscar soluciones.

Funciones y responsabilidades. Un administrador debe conocer:

- Como se prepara un presupuesto o previsión de ventas.
- Como se construye un organigrama o flujo grama.
- Como trabajar en equipo.
- Como se interpreta un balance contable.
- Como se elabora la planeación y el control de producción, etc.
- Como fortalecer las capacidades de sus subordinados.

Estos conocimientos son valiosos para la administración, sin embargo lo fundamental es saber cómo utilizarlos y aplicarlos de manera adecuada.

Relación con los demás departamentos. Administración está en contacto con las demás áreas existentes, ya que recibe la información de todo lo que se genere en dichos departamentos, datos que son proporcionados por la asistente y deben ser recopilados por el administrador, para que este realice la labor que le corresponde.

Cargo: Asistente administrativa.

Departamento: Administración.

Relación de dependencia: Jefe administrativo.

Está inmersa en las tareas ejecutivas y funciones delegadas por el administrador, colaboradora, fomenta la cooperación y calidad de las relaciones interpersonales.

Perfil.

- Persona equilibrada y profesional.
- Graduada en administración o carreras afines.
- Organizada, práctica y eficiente.
- Alta capacidad de iniciativa y decisión.
- Habilidad de comunicación muy desarrollada.
- Conocimientos de utilitarios.

Funciones y responsabilidades.

- Se asegura que su superior disponga de todos los medios materiales y ambientales necesarios para el desarrollo eficaz de su trabajo.
- Redacta correspondencia y documentos, con solo indicaciones de su contenido, preparándolos para su firma y salida.
- Procesa documentación confidencial y la archiva con absoluta reserva.
- Conocimiento práctico y aplicaciones informáticas.

Relación con los demás departamentos. La secretaria se relaciona directamente con la administración, emitiendo trámites y documentación correspondientes a oficina, se encarga de la entrega y recepción de reportes en las diversas áreas.

Cargo: Jefe de producción.

Departamento: Producción.

Relación de dependencia: Directivos de la asociación.

Subordinación: Personal de trabajo.

Es el responsable de la calidad del producto que se elabora, cumple con la revisión en el proceso de la actividad a la que la asociación se dedica.

Perfil.

- Planificar, dirigir y coordinar actividades de producción.
- Tener conocimientos en contabilidad de costos.
- Saber llevar un excelente control de calidad.
- Manejar estándares y normas de producción.
- Referencias de otras empresas.

Funciones y responsabilidades.

- Supervisión de personal.
- Métodos y tiempos.
- Administración de la producción.
- Almacenes de materias primas.
- Almacenes de productos terminados.
- Control de Calidad.

Relación con los demás departamentos. Tiene relación con todas las áreas, de los recursos disponibles para la producción, la materia prima y la cantidad de material de trabajo que requiere para el proceso.

Cargo: Jefe de ventas y marketing.

Departamento: Ventas y marketing.

Relación de dependencia: Administrador.

Constituye un punto clave para que la asociación se proyecte al mercado, ya que este busca la ubicación de los clientes, abriendo campos nuevos para que las ventas de la organización se sigan expandiendo. Cubre el campo de actuación de una actividad destinada a facilitar el camino de la venta. Estará constituido por las técnicas y métodos que se utilicen para alcanzar esa finalidad.

Perfil.

- Especializado en administración de ventas
- Habilidades comerciales
- Persona dinámica
- Conocer técnicas de marketing.
- Capacidad para las relaciones públicas.
- Personalidad de equilibrio emocional y motivadora.

Funciones y responsabilidades.

- Investigación comercial o de mercados.
- Las previsiones de ventas.
- Las políticas y técnicas de promoción de ventas.
- Organización de la red de ventas.
- Gestión de la comercialización y distribución.
- Relación con clientes y proveedores.
- Análisis de la competencia.

Relación con los demás departamentos. Tiene relación directa con los agentes vendedores, está a cargo de las distribuciones del producto. El área contable define el presupuesto real con el cual contará el marketing, para coordinar sus diferentes estrategias: publicidad, promociones, etc.

La producción, tendrá la función de proveer los productos a tiempo, para que se coloquen eficientemente en el mercado.

Cargo: Contador.

Departamento: Finanzas.

Relación de dependencia: Directivos de la asociación.

Es la persona que mide la rentabilidad de la organización y el consumo de los suministros que esta necesita, supervisa el registro correcto de las operaciones mercantiles y el cálculo de los impuestos correspondientes, mediante auditorías.

Perfil.

- Profesional en contabilidad y auditoría.
- Administrar cobros y pagos.
- Elaboración y control de presupuestos.
- Contar con asesorías fiscales y contables.
- Experiencia laboral en empresas comerciales.
- Manejar políticas salariales.

Funciones y responsabilidades.

- Gestión y previsión de tesorería.
- Elaboración y control de presupuestos.
- Auditoría Interna.
- Relación con asesorías externas fiscales, contables y/o laborales.
- Política salarial.

Relación con los demás departamentos. El presupuesto del área contable asigna fondos al departamento de producción para cubrir sus gastos. Tiene objetivo común con el área administrativa, asesora el manejo de los fondos con los que cuenta la asociación.

Cargo: Operarias (Modistas).

Departamento: Producción.

Relación de dependencia: Administración y Producción.

Se encargan del diseño, corte y confección de distintos tipos de prendas. Deben tomar medidas y realizar trazos planos o patrones para la correcta elaboración de la indumentaria; realizan tareas concernientes a su puesto de trabajo.

Perfil.

- Haber estudiado corte y confección.
- Manejar herramientas de confección referidas a ensamble y cosido de indumentarias.
- Conocer criterios de calidad en los procesos y productos relacionados con diseño, moldería, confección y acabados de las prendas.
- Establecer relaciones sociales de cooperación, coordinación e intercambio en el propio equipo de trabajo.

Funciones y responsabilidades

- Interpretar prototipos o diseños, trazar y cortar prendas de diferentes características.
- Seleccionar materiales e insumos necesarios y utilizarlos correctamente en la elaboración de las prendas.
- Realizar el mantenimiento preventivo de las máquinas para evitar pequeñas averías.
- Mantener una estricta y correcta función en sus actividades de costura y armado de las prendas.
- Aplicar condiciones de orden e higiene del ambiente de trabajo.

Relación con los demás departamentos. Las modistas confeccionan las prendas de vestir, de acuerdo a la demanda establecida por el departamento administrativo, según las ventas dadas por el jefe encargado de estas y bajo la supervisión del jefe de producción y calidad.

4.12. Diagrama de flujo.

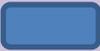
Es una representación gráfica de la secuencia de todas las operaciones, los transportes, las inspecciones, las esperas y los almacenamientos que ocurren durante un proceso. Incluye, además, la información que se considera deseable para el análisis, por ejemplo el tiempo.

El proceso productivo para la elaboración de las prendas de confección, es el procedimiento técnico a través del cual se logra la obtención de bien, transformando la materia prima en producto terminado.

Para diseñar el proceso de confección se ha utilizado el diagrama de flujo, el cual representa las operaciones y acciones a seguir en la producción.

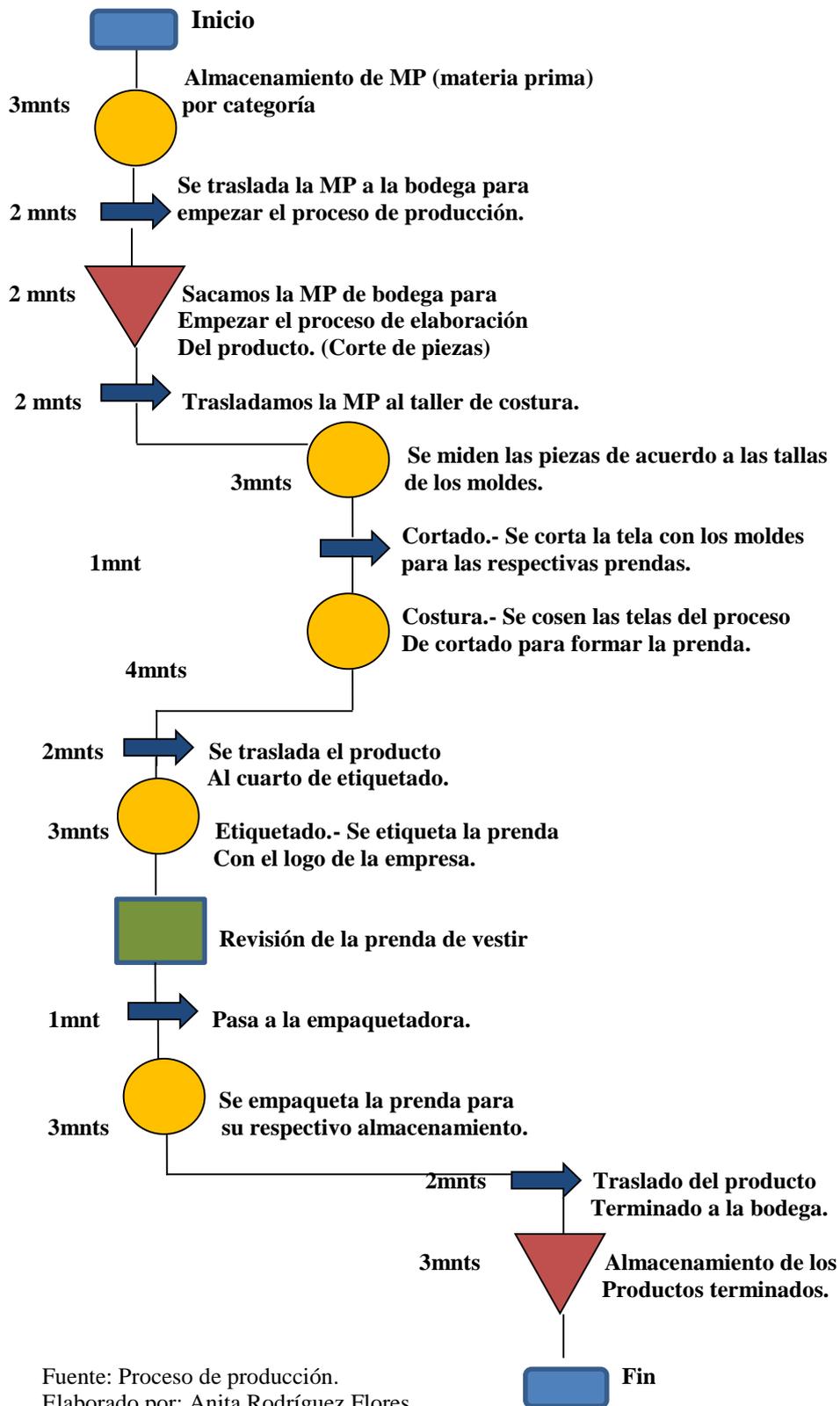
Simbología del diagrama de flujo

Cuadro # 32

Actividad	Símbolo	Resultado predominante
Inicio o fin		Inicio y fin del proceso
Inspección		Se verifica la calidad o cantidad del producto
Transporte		Se cambia de lugar o se mueve un objeto
Almacenaje		Se guarda o se protege el producto o los materiales
Operación		Se produce o se realiza una actividad

Fuente: Técnicas de Flujograma.
Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Gráfico # 22. Flujograma



4.13. Modelo de Michael Porter.

Una herramienta de gran utilidad para el análisis del medio en el que se prevee incursionar son las cinco Fuerzas Competitivas del Modelo de Michael Porter, quien en su libro “Estrategia Competitiva”, plantea un modelo holístico de cinco fuerzas fundamentales para analizar una unidad de negocio, y conocer lo atractiva que puede ser una estructura de la industria.

A partir del mismo la asociación puede determinar su posición actual para seleccionar las estrategias a seguir.

- Ingreso de competidores. Análisis de la industria en lo correspondiente a la facilidad que esta presenta, para que ingresen nuevas empresas o competidores, aun por encima de las barreras existentes.
- Poder de negociación de los proveedores. Análisis de los proveedores de materias primas, cuantos proveedores hay, posibilidades de aumento de los proveedores, competencia entre ellos, o son pocos o es un monopolio.
- Poder de negociación de los compradores. Factores que pueden incidir en el poder de negociación de los compradores y las posibilidades de asociaciones para compras en volumen buscando precios más favorables.
- Amenaza de sustitutos. Análisis de las posibilidades y facilidades de aparición de productos sustitutos especialmente a un precio más bajo.
- Rivalidad entre competidores existentes. Empresas con capacidad competir con las pertenecientes a un sector determinado. Determinar la competencia, y dominantes de igual fuerza y tamaño en el mercado o industria actual.

Las Cinco Fuerzas Competitivas

Gráfico # 23



Fuente: Estrategia Competitiva (2005)
Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

- Proveedores.

La provisión de materias primas consta principalmente de telas, cierres, botones, hilos, etc., en mayor importancia se tiene el abastecimiento de telas, las compras de estas deben ser en gran volumen y abonadas en tiempo y forma adecuadas.

- Clientes.

Se puede unificar los clientes para hablar del tipo de negociación que tienen para con la asociación, ya que cada caso merece ser tratado en forma particular. Sin embargo se pueden distinguir dos grandes grupos que se distribuyen por su tipo de negociación: los consumidores particulares y los mayoristas que compran para la venta en otros mercados del país.

- Nuevos participantes.

Se convierte en una amenaza cuando los factores que influyen en el mercado constituyen una barrera de entrada para el nuevo producto, en este caso si el producto es nuevo, al incursionar se puede presentar la resistencia de la clientela en adquirir una marca aún no conocida, o en ciertos casos los problemas económicos que pueden hacer recurrir a la compra de ropa de segunda, ya que se encuentran prendas aún en buen estado y a bajo costo.

- Productos Sustitutos.

En este grupo se encuentra la ropa de industrias, tanto nacionales como extranjeras, que reproducen en masa los modelos de temporada y los venden a precios relativamente bajos, se los encuentra en los mercados locales con mucha facilidad, y en ciertos casos no son de buena calidad. Esto puede que conlleve a limitar el potencial de producción que posea la organización.

- Competidores Potenciales.

Para realizar una estrategia competitiva, se requiere un análisis previo del mercado en que se enfoca. Los competidores potenciales serían las empresas de moda existentes, ya sean grandes o pequeñas que se dedican a la confección y comercialización de prendas de vestir; que ya poseen años de experiencia en el mercado, lo que puede establecerse como una amenaza para las ventas.

4.14. Estrategias de mercadeo.

4.14.1. Función del marketing.

Dentro del marco de la asociación, la mercadotecnia debe desempeñar funciones determinantes orientadas a analizar y comprender el mercado en que se encuentra,

identificar las necesidades de los clientes y favorecer una demanda de los productos. Para esto, se deberán tomar decisiones que afecten al producto, a la imagen, a los precios, etc.

Los puntos fuertes se observan en las capacidades que tendrá la asociación (capacidades, tecnologías, materias primas, organización, etc.)

- Creación de ambiente de confianza
- Comunicación, para que la información e ideas fluyan en la organización.
- Capacidad de cambio, flexibilidad y agilidad para la innovación constante.
- Elaborar prendas con modelos novedosos en el mercado.

Además de oportunidades a provechar en el mercado.

- Productos confeccionados en telas de alta calidad, ya que la tela utilizada en la confección determina su duración y condiciones de conservación. Para evitar situaciones desagradables, telas que se encogen en exceso, se arrugan con facilidad o que mudan de color en el primer lavado.
- En cuanto a la ropa que se encuentra en los diferentes puntos de la provincia, estas ofrecen modelos que los clientes tienen que ajustar a su figura o de lo contrario no los adquieren. Por el contrario el tener ventas por catálogo permite confeccionar tallas según el cliente lo requiera.

4.14.1.1. Objetivos de la mercadotecnia.

- Corto plazo: Colocar el producto en el mercado, en los primeros meses. Para cumplir este objetivo con las prendas confeccionadas se debe empezar a dar a conocer la nueva marca de ropa por medio de publicidad, es decir medios radiales, volantes, etc., para que de esta manera los futuros clientes se vayan familiarizando con el producto y así empezar a producir hasta lograr comercializarlo y atraer más clientes.

- Mediano Plazo: Posesionarse en el mercado de la provincia de Santa Elena. Una vez de haber conseguido ampliarnos en el mercado es importante programar las ventas de los productos para aumentar la demanda y cubrir las expectativas de la programación, ya sea por medio de distribución de los productos en más locales comerciales hasta lograr lo establecido a través de impulsores o de pequeños catálogos en los que se muestren cada uno de los productos esto permitirá el posicionamiento de la nueva marca en el mercado de la provincia.
- Largo Plazo: Posesionarse el mercado nacional en cuanto a la venta y distribución de ropa. A través de la entrega de pedidos óptimos en todas las provincias, manteniendo los altos niveles de elaboración y ventas del producto y buscar mercado internacional.

4.14.1.2. Estrategia para el mercado.

En las estrategias relativas a la obtención de una ventaja competitiva, se ha optado por la estrategia de bajo costo, ya que esto permitirá:

- Obtener mayor Rentabilidad.
- Resistencia en Guerra de Precios.
- Constituir una Barrera de Entrada.

La asociación tomará el papel de empresa retadora porque:

- Será competente.
- Luchará constantemente por incrementar su cuota de mercado.
- **Política de mezcla promocional.**

Cualquier estrategia de mercadeo, cuenta con varios factores que se interrelacionan y actúan conjuntamente. En este caso vamos a tratar un producto de uso diario como es la ropa este tipo de actividad que desarrolla deberá establecer estrategias y procesos.

Las estrategias que se deberán tener en cuenta siempre en mercadeo:

Estrategia de Selección del Mercado Objetivo.

Definir claramente una necesidad para un mercado objetivo, será el primer elemento de la estrategia de mercadeo. Es imperativo definir su potencial, sus características y formas de compra, sus niveles de consumo y preferencias para arrancar de manera exitosa.

En la industria de la moda se ve la necesidad de crear un producto de alta calidad, con diseños cómodos, y variedad para todo tipo de gusto, el mercado objetivo son para quienes buscan una marca accesible, disponible y sexy, de colores llamativos y precios bajos ya que esto juega un papel importante para motivar la compra compulsiva y las frecuentes visitas a la tienda, asegurando que los clientes tengan una fuerte relación con la marca, las personas serán de un estatus económico medio, se contará con precios módicos y con la ventaja de tener originalidad, accesibilidad a los productos de tendencia para la mayoría de los clientes.

Estrategia de Desarrollo del Producto.

Identificada la necesidad del mercado y su potencial, es clave definir la composición adecuada de los productos a ofrecer, las líneas de productos y formas de presentación.

Lo más importante es mantener los productos y los clientes a la vanguardia de la moda. El mercado de ropa tiene un gran auge en los últimos años y aún sigue creciendo; en este mercado de productos reversibles, el cual es defensorio de la naturaleza del negocio, la industria textil, más concretamente la producción de una moda fugaz y asequible, fácil de vender; así también delimita los clientes: gente joven básicamente.

La verdadera clave del éxito es conectar las originalidades que a menudo se ofrecen desde las pasarelas, con el gusto de la gente popular. Lo verdaderamente importante son los captadores de moda que trabajan en elaborar las prendas con los estilos de moda que se diseñan en otros países.

Dentro del programa de marketing, el elemento más crucial, probablemente sea, el producto, ya que alrededor de éste se adapta el precio, comunicación y distribución. Cada aspecto de la asociación está fuertemente influenciado por las características del producto.

Estrategia de Distribución.

Las actividades de logística y distribución serán otro punto de la estrategia de mercadeo. Incluye: canales por los cuales se van a distribuir los productos, formas de entrega, alianzas comerciales de venta y todas las actividades relacionadas con el manejo del producto, su cuidado y su llegada al consumidor final.

Para lograr los objetivos propuestos, que es asociar a las damas de la Parroquia Chanduy y que ellas se destaquen en la industria textil, es necesario implementar un sistema de distribución adecuado, la elección del canal correcto es de vital importancia ya que estos deben de estar acordes con el mercado objetivo, la línea de productos y las expectativas de la organización.

La intensidad del canal de distribución es exclusiva, pues el producto sólo se venderá en las tiendas establecidas en los puntos estratégicos de la península de Santa Elena, y la razón por la cual se ha elegido esta intensidad se debe a las características del producto y del mercado en el que se trabajara.

Diseño del canal:

Productor ----- Intermediario-----Consumidor

Estrategia de Promoción y Publicidad.

Es la parte en donde la asociación da a conocer a su mercado objetivo los productos y servicios que ofrece, llegando de manera directa (personal) o indirecta (masiva) al consumidor.

Algunos medios a utilizar son: televisión, radio, prensa, internet, folletos directos, vallas, publicidad personal, tele mercadeo, etc.

A partir de los objetivos publicitarios trazados, tomando en cuenta las estrategias de posicionamiento, imagen y diferenciación dispuestas, se utilizan los siguientes canales de publicidad y promoción para lograr las expectativas requeridas:

- Canales masivos. Se utilizarán medios masivos de publicidad como las vallas publicitarias y las revistas, con lo cual se buscará crear un conocimiento de la marca, así como un posicionamiento y diferenciación de la misma en el mercado.

- Canales digitales. Se creará una página Web, la cual sirva de información para las potenciales compradoras (especialmente las de público juvenil o universitarias), las cuales pueden informarse en línea o seleccionar las prendas a su gusto, para este fin se prevee disponer de un catálogo on-line.

De igual manera se utilizarán las redes sociales, debido a que en la actualidad este medio atrae a muchas personas, que podrían ser los futuros clientes, además serviría para incrementar en la mente del consumidor la marca de las prendas.

A partir de estos medios se podrá implementar diversas estrategias promocionales, las cuales se dirigirán a los clientes:

- Descuentos en mercadería.
- Precios oferta de introducción.

- Promociones de productos 2x1 o regalos especiales por compras.
- Otras promociones.

Estrategia de Ventas.

¿Cómo se va a vender?

La venta se realizará a través de locales establecidos en los puntos estratégicos,

¿Qué tipo de fuerza de ventas se va a utilizar?

La fuerza de venta con que se contará, es con personas de alta calidad humana y simpatía para ayudar a los clientes.

¿Cuáles serán las políticas de crédito y pago?

Las ventas se realizarán al contado, salvo el caso que utilicen tarjetas de crédito

Estrategia de precios.

Determinación de los precios, dados los siguientes elementos:

- Capacidad de compra, nivel socioeconómico, costos de producción, costos de distribución, costos financieros, costos logísticos, costos de publicidad y promoción, salarios etc.
- Importante: (Comparación de precios con la competencia)

Sobre el Precio: La determinación del precio genera segmentación, el precio determina en muchas ocasiones el mercado al que se quiere llegar (Bienes de lujo, Estratos altos, Medios o bienes de consumo masivo de bajo costo).

La política de fijación de precios en estos tipos de negocio es determinada por el mercado, debido a que se está en estricta relación con lo que este exige.

Con los productos cuyos precios figuran en los medios de publicidad se pierde un margen de utilidad porque siempre se publican los precios de los productos que en su mayoría no proporcionan ganancias, pero esta pérdida, estará compensada por la ganancia que proporcionan otros productos cuyos precios son más elevado.

Estrategia de Comunicación y Servicio al Cliente.

Partiendo de la forma de comunicarse con los consumidores y debido al tipo de producto, es necesario desarrollar una estrategia de servicio al cliente que logre satisfacer las necesidades de los mismos y que genere gran valoración de marca.

El servicio al cliente permite la interacción entre la organización y el consumidor así que debe ser considerado como vital para el desarrollo de la asociación.

Estrategia de localización.

Determinar la localización según el caso de:

- Plantas de producción. La planta de producción donde se da la creación de las prendas, será en la parroquia Chanduy, debido a que este lugar se encuentra la mano de obra calificada para emprender la actividad, es por esto que las mujeres emprendedoras se asociarán, y crearán el desarrollo de nuevas plaza de trabajo.
- Puntos de ventas. La mercadería será distribuida en puntos clave de la provincia como en primera instancia hasta que se encuentre la posibilidad de expandir a otros lugares del país.
- Puntos de distribución (mayoristas o minoristas). La producción será destinada a los puntos de ventas establecidos por la misma asociación, se puede decir que se encontrará en un mercado minorista con grandes expectativas de ampliación.

Estrategias de imagen empresarial.

Las empresas con fuerte noción de marca y alto respeto comercial son más exitosas que aquellas que no tienen una imagen adecuada. En la actualidad estas manejan presupuestos para ofrecer patrocinios, hacer obras benéficas, dar regalos a clientes, mantener reuniones sociales etc., para mostrar una buena imagen, ayudar y beneficiarse indirectamente de la buena publicidad.

La imagen es muy importante ya que se establece con las personas un vínculo emocional gracias a la identificación con los valores que se determinara en la organización. Los atributos que acompañan a cada producto con etiqueta inmediatamente son percibidos y reconocidos por el consumidor.

Cada vez son más los expertos en comunicación que recomiendan centrar la estrategia en esos valores que conectan la marca con la mente y las emociones de los clientes, más allá de las características propias de los productos ofrecidos.

Estrategias de Personal y Calidad.

Dentro de las políticas internas de la asociación se encontrarán elementos como:

- Capacitación: Es muy importante que estas personas se capaciten constantemente ya que en el mundo textil se necesita estar al margen de las grandes potencias.
- Salarios: El fin de asociatividad es crear fuente de trabajo por lo que cada miembro tendrá un sueldo digno, adquiriendo todos los beneficios de ley.
- Calidad en planta: Comprometerse en dar un producto que llene las expectativas del consumidor, y contar con la maquinaria necesaria para cumplir con la demanda.

- Tecnología: Para determinar en buena medida la eficiencia y eficacia de la asociación. La determinación de las políticas internas de producción constituirán la última gran estrategia de mercadeo, es por esto que se buscará la tecnología adecuada para la producción.
- Producción actualizada: En el momento de crear y confeccionar una colección, no se producirá en grandes masas una misma prenda, ya que las personas buscan que su ropa no sea vista en varias personas más, es por esto que se deberá producir y reponer cada vez que sea necesario.

4.15. Impacto ambiental.

4.15.1. Sistema de evaluación de impacto ambiental.

La gestión ambiental, es el instrumento que define la normatividad a que deben sujetarse las actividades, estrategias; planes, programas, y acciones para preservar el ambiente, implica la participación de sectores de la sociedad implicada en torno a un propósito común de los recursos naturales. En este caso, llevando a cabo la elaboración de prendas de vestir, se deberá considerar que en el proceso tanto en la etapa de corte o confección, habrán residuos de telas, hilos, elásticos, etc., ya que el producto terminado deja materiales sobrantes, sin embargo estos pueden ser aprovechados para evitar un desperdicio mayor de los mismos; si se considera una prevención mediante la implementación de acciones adecuadas.

4.15.1.1. Etapa 1. Identificación y clasificación.

Identificar necesidades y seleccionar estrategias.

Evaluar el impacto ambiental constituye la estimación de que tan importante es desarrollar una manera de contrarrestar los efectos que se dan cuando los sobrantes o rechazos de tela no se utilizan. Siendo estos desperdiciados, mientras

que hay acciones que nos permiten aplicar un uso a los mismos, dado que puede haber personas que requieren pequeñas porciones de tela sin necesidad de comprar por metros o en grandes cantidades; dichas personas estarían conformes con los cortes que se puedan ofrecer, o en otro caso con este material se podría elaborar productos sustitutos que también sean requeridos por los consumidores.

Considerar alternativas.

Para no desaprovechar los residuos, se elaborarían accesorios de tela que requieren cantidades mínimas de la misma; como cintillos, moños, etc. En casos de sobrar retazos considerables se podrían unir para realizar sabanas combinadas que se elaborarían con cuadritos de distintas telas para hacerlas vistosas, o aprovechar las tiritas pequeñas para combinarlas en relleno de almohada, es decir materiales que fueren desechados y reutilizados para elaborar subproductos.

Diseñar acción.

En el proceso de corte se optimizará la materia prima, si son telas que permiten cortes transversales se tratará de sacar la mayor cantidad de piezas que conforman las prendas. Aplicando acciones tales como, conocer beneficios de reproceso, reciclar, rediseñar, reutilizar, recuperar materiales, etc. De los cortes medianos utilizados para las sabanas se realizarán confecciones de colores llamativos combinados con encajes para hacer el producto innovador, también pueden emplearse en los demás subproductos.

Aplicar evaluación.

Optar por considerar estas acciones permite aprovechar al máximo la materia prima y si es necesario proveer de esta a la persona que la requiera, en todo caso sería utilizada por la asociación misma, ya que a pesar de dedicarse a la actividad de la confección de ropa para damas, también se podrían elaborar otros agregados.

4.15.1.2. Etapa 2. Preparación de análisis.

Descripción del ambiente.

Al arrojar los residuos de tela a la basura, serían llevados por el carro recolector y las tiraría a la basura ya existente sin darle beneficio alguno. Caso contrario si se la desechara y la quemara se estaría contaminando el aire con el humo de estas y afectaríamos a terceros, es decir la población que se encuentra en nuestro entorno.

Pronóstico y análisis.

Definiendo los agentes causales, se determinan cuáles son las variables que generan una situación de afectación y uso de los recursos naturales de manera integral, las acciones son las causas del impacto medidas cuantitativamente de acuerdo a su magnitud. Analizando el sector, se encuentran empresas industriales que emanan olores desagradables, contaminando el ambiente en el que laboran. Al contrario las empresas de confección no tienen estas características y no contaminarían el ambiente de esta manera, más aún si le damos a los sobrantes el uso adecuado, estos no se sumarán a la basura y no se seguirán acumulando a la problemática en el medio, de desechar lo que en otros lugares se reutiliza.

Manejo ambiental.

Aplicando las medidas tomadas se reducirá el impacto ambiental negativo que tendría la creación de la asociación de confecciones, se compensarán además dichas acciones con la retribución de hacer un bien en el ámbito social ya que cuidando el ambiente también se procura el bienestar de la colectividad. Motivar y crear conciencia ambiental en las operarias mediante el conocimiento de técnicas de prevención y promoviendo la importancia de cuidar el medio para el ser humano y los principales aspectos relacionados con la contaminación ambiental de desperdicios sólidos y su manejo adecuado.

4.15.1.3. Etapa 3. Calificación y decisión.

Una vez establecidas las medidas de acción teniendo las estrategias adecuadas con las que se van a manejar. Haciendo énfasis en que se producirá prendas de vestir sin necesidad de causar mayores estragos en el medio; sería una excelente presentación e imagen que se dará a las autoridades de la parroquia en la cual se va a estar situada la empresa, y de esta manera no se verán inconvenientes en permitir realizar un proyecto de proceso industrial textil en el sector. La mayoría de las personas no están acostumbradas a reutilizar los recursos y materiales; al ser la organización la que realice esta labor, se pondrá un impulso para que los habitantes aprovechen al máximo sus recursos y aprender a no desperdiciar material arrojándolos a la basura y no contribuir con el medio ambiente.

4.15.1.4. Etapa 4. Seguimiento y control.

Para realizar el seguimiento es necesario ejecutar el plan de manejo que permita cumplir el objetivo de reducir el impacto ambiental negativo, y mejorar la vinculación con la colectividad. Realizar monitoreos para verificar que las medidas tomadas se están cumpliendo teniendo en la organización una persona encargada de supervisar si se recolectan los retazos luego del corte de la tela tal como está previsto, medir los porcentajes que se utilizan como material para la elaboración de derivados, realizar un control externo ambiental para saber si se está manteniendo la tarea de conservar el ambiente de la comunidad. Demostrar que el propósito de reducir los impactos negativos se están poniendo en marcha llevando documentación que plasme las acciones tomadas y cuando las autoridades supervisen, tengan el sustento de lo previsto.

4.16. Presupuesto.

La implementación de una asociatividad conlleva a una serie de gastos diversos según sea la actividad requerida, dado que implica un proceso organizativo

conformado por varios elementos. Se debe concretar los recursos necesarios para los planes de operación, mediante la planificación financiera. El presupuesto de la empresa debe identificarse con el objetivo total de la organización, ya que expresa lo que la administración tratará de realizar en cuanto a los recursos económicos.

Cuadro # 33. Producción de prendas de vestir.

PRODUCCIÓN INDIVIDUAL MENSUAL					PRODUC. ASOCIATIVA MENSUAL			
Modistas	Blusas	Faldas	Vestidos	Frecuencia total	Blusas	Faldas	Vestidos	Frecuencia total
1	8	2	2	12	32	8	8	48
2	4	1	1	6	16	4	4	24
3	8	2	2	12	32	8	8	48
4	8	2	2	12	32	8	8	48
5	4	1	1	6	16	4	4	24
6	12	6	6	24	48	24	24	96
7	8	2	2	12	32	8	8	48
8	12	6	6	24	48	24	24	96
9	4	1	1	6	16	4	4	24
10	8	2	2	12	32	8	8	48
11	4	1	1	6	16	4	4	24
12	8	2	2	12	32	8	8	48
13	4	1	1	6	16	4	4	24
14	4	1	1	6	16	4	4	24
15	8	2	2	12	32	8	8	48
16	8	2	2	12	32	8	8	48
17	12	6	6	24	48	24	24	96
18	4	1	1	6	16	4	4	24
19	4	1	1	6	16	4	4	24
20	4	1	1	6	16	4	4	24
21	8	2	2	12	32	8	8	48
22	4	1	1	6	16	4	4	24
23	8	2	2	12	32	8	8	48
TOTAL	156	48	48	252	624	192	192	1.008

Fuente: Presupuesto.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Cuadro # 34. Recursos bienes y económicos de las participantes.

Modistas	Nombre y Apellidos	Bienes	Monetarios
1	Bernardino Flores Olga Elizabeth	\$ 400,00	\$ 50,00
2	Bernardino Lindao Martha Soraya	\$ 200,00	\$ 50,00
3	Borbor Cruz Jenny Jacqueline	\$ 400,00	\$ 50,00
4	Chanalata Troncoso Celia Natividad	\$ 400,00	\$ 50,00
5	Cristobal Jaime Ermencia Marcelina	\$ 200,00	\$ 50,00
6	Cristobal Villón Paquita Verónica	\$ 600,00	\$ 50,00
7	Freire Vera Jenny Mirian	\$ 400,00	\$ 50,00
8	Flores Quimí María Claudina	\$ 600,00	\$ 50,00
9	Flores Quimí Nancy de Fátima	\$ 200,00	\$ 50,00
10	Lindao Tircio Fresia Anabel	\$ 400,00	\$ 50,00
11	Mújica Quimí Jacinta Victoria	\$ 200,00	\$ 50,00
12	Rodríguez Banchón Ingrid Yolanda	\$ 400,00	\$ 50,00
13	Rodríguez Suarez Norma Violeta	\$ 200,00	\$ 50,00
14	Torres Bernardino Rosa Ibella	\$ 400,00	\$ 50,00
15	Torres Lindao Alemania	\$ 400,00	\$ 50,00
16	Torres Lucin Rosita Melba	\$ 400,00	\$ 50,00
17	Torres Quimí Elvia de Fátima	\$ 600,00	\$ 50,00
18	Torres Quimí Juana Jacqueline	\$ 400,00	\$ 50,00
19	Villón Banchón Catalina Elizabeth	\$ 100,00	\$ 50,00
20	Villón Banchón Nífida Feliciano	\$ 400,00	\$ 50,00
21	Villón Lindao Piedad Consuelo	\$ 400,00	\$ 50,00
22	Villón Mújica Mariana Consuelo	\$ 400,00	\$ 50,00
23	Villón Villón Dalida Magaly	\$ 600,00	\$ 50,00
TOTAL		\$ 8.700,00	\$ 1.150,00

Fuente: Presupuesto.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Cuadro # 35. Sueldos de personal.

PERSONAL	SALARIO MENSUAL	SALARIO ANUAL
Administrador	\$ 600	\$ 7.200
Asistente administrativa	\$ 350	\$ 4.200
Jefe de producción	\$ 500	\$ 6.000
Jefe de ventas y marketing	\$ 500	\$ 6.000
Contador	\$ 450	\$ 5.400
TOTAL	\$ 2.400	\$ 28.800

Fuente: Presupuesto.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Cuadro # 36. Maquinaria y equipo.

MAQUINARIA	P.U.	CANTIDAD	P.T.
Recta semi-industrial	\$ 600	1	\$ 600
Recta industrial	\$ 667	1	\$ 667
Overlock industrial (3 hilos)	\$ 600	2	\$ 1.200
Overlock industrial (4,5 hilos)	\$ 882	2	\$ 1.764
Zigzag industrial	\$ 984	2	\$ 1.968
Elasticadora industrial	\$ 2.200	2	\$ 4.400
Recubridora industrial	\$ 1.450	2	\$ 2.900
Cortadora industrial	\$ 140	2	\$ 280
TOTAL	\$ 7.523	14	\$ 13.779

Fuente: Presupuesto.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Cuadro # 37. Materia prima.

INSUMOS	BLUSAS	FALDAS	VESTIDOS
Telas	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 10,00
Hilos	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,70
Botones	\$ 0,40	\$ 0,20	\$ 0,00
Cierres	\$ 0,00	\$ 0,15	\$ 0,25
Elásticos	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,50
TOTAL	\$ 6,40	\$ 6,35	\$ 11,45

Fuente: Presupuesto.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Cuadro # 38. Proyección de ventas.

PRODUCTOS	PRECIO DE VENTA	UNIDADES MENSUALES	UNIDADES ANUALES	VENTAS
Blusas	\$ 15	\$ 624	\$ 7.488	\$ 112.320
Faldas	\$ 15	\$ 192	\$ 2.304	\$ 34.560
Vestidos	\$ 22	\$ 192	\$ 2.304	\$ 50.688
TOTALES		\$ 1.008	\$ 12.096	\$ 197.568

Fuente: Presupuesto.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Cuadro # 39. Costos directos.

PRODUCTOS	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL (sin asociación)	COSTO ANUAL (con asociación 70%)
Blusas	\$ 6,40	\$ 3.993,60	\$ 47.923,20	\$ 33.546,24
Faldas	\$ 6,35	\$ 1.219,20	\$ 14.630,40	\$ 10.241,28
Vestidos	\$ 11,45	\$ 2.198,40	\$ 26.380,80	\$ 18.466,56
TOTALES		\$ 7.411,20	\$ 88.934,40	\$ 62.254,08

Fuente: Presupuesto.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Cuadro # 40. Suministros y Materiales.

DETALLE	CANT.	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Resmas de papel	60	\$3,50	\$210,00	\$214,20	\$218,48	\$222,85	\$227,31
Esferos (cajas)	12	\$6,00	\$72,00	\$73,44	\$74,91	\$76,41	\$77,94
Lápices (cajas)	12	\$2,50	\$30,00	\$30,60	\$31,21	\$31,84	\$32,47
Tintas (frasco)	40	\$10,00	\$400,00	\$408,00	\$416,16	\$424,48	\$432,97
Clips (cajas)	30	\$0,50	\$15,00	\$15,30	\$15,61	\$15,92	\$16,24
Grapas	30	\$1,00	\$30,00	\$30,60	\$31,21	\$31,84	\$32,47
Grapadoras	12	\$2,00	\$24,00	\$24,48	\$24,97	\$25,47	\$25,98
Perforadoras	12	\$2,50	\$30,00	\$30,60	\$31,21	\$31,84	\$32,47
Sacagrapas	12	\$0,50	\$6,00	\$6,12	\$6,24	\$6,37	\$6,49
TOTAL			\$817,00	\$833,34	\$850,01	\$867,01	\$884,35

Fuente: Presupuesto.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Cuadro # 41. Activos fijos.

ACTIV FIJOS	TOTAL	%	V.U.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Maquinaria y equipos	\$ 13.779	10%	3	\$ 1.378	\$ 1.378	\$ 1.378	\$ 1.378	\$ 1.378
Muebles y enseres	\$ 2.500	10%	3	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250
Equipo de computo	\$ 2.500	33%	3	\$ 825	\$ 825	\$ 825	\$ 825	\$ 825
	\$ 18.779			\$ 2.453	\$ 2.453	\$ 2.453	\$ 2.453	\$ 2.453
DEP. ACUMULADA				\$ 2.453	\$ 4.906	\$ 7.359	\$ 9.812	\$ 12.265

Fuente: Presupuesto.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Cuadro # 42. Gastos Administrativos.

GASTOS ADMINISTRATIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Suelos y Salarios	28.800,00	30.240,00	31.752,00	33.339,60	35.006,58	159.138,18
Servicios básicos	720,00	756,00	793,80	833,49	875,16	3.978,45
Suministros y Materiales	817,00	833,34	850,01	867,01	884,35	4.251,70
TOTAL	30.337,00	31.829,34	33.395,81	35.040,10	36.766,09	167.368,34

Fuente: Presupuesto.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Cuadro # 43. Gastos Operacionales.

GASTOS OPERACIONALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Materia prima	62.264,08	65.377,28	68.646,15	72.078,46	75.682,38	344.048,35
Mantenimiento maquinaria	1.800,00	4.919,20	7.378,80	9.938,40	12.298,00	36.334,40
TOTAL	64.064,08	70.296,48	76.024,95	82.016,86	87.980,38	380.382,75

Fuente: Presupuesto.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Cuadro # 44. Gastos Generales.

GASTOS GENERALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Publicidad	1200,00	1224,00	1248,48	1273,45	1298,92	6.244,85
Transporte	1200,00	1224,00	1248,48	1273,45	1298,92	6.244,85
TOTAL	2.400,00	2.448,00	2.496,96	2.546,90	2.597,84	12.489,70

Fuente: Presupuesto.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Cuadro # 45. Financiamiento.

FINANCIAMIENTO		INVERSION
Activo Fijo		\$ 18.779,00
Capital de trabajo		\$ 8.271,17
Gastos de constitución		\$ 2.000,00
TOTAL		\$ 29.050,17
FINANCIAMIENTO	%S	INVERSION
Capital propio	33,91%	\$ 9.850,00
Financiamiento	66,09%	\$ 19.200,17
TOTAL	100%	\$ 29.050,17

Fuente: Presupuesto.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Cuadro # 46. Amortización.

Capital:	\$ 19.200	Pago:	Semestral
Interés:	10%	Periodos:	6
Años:	3	Dividendo:	\$ 3.783

PAGOS	DIVIDENDO	INTERES	CAPITAL	SALDO
0				\$ 19.200
1	\$ 3.783	\$ 960	\$ 2.823	\$ 16.377
2	\$ 3.783	\$ 819	\$ 2.964	\$ 13.413
3	\$ 3.783	\$ 671	\$ 3.112	\$ 10.301
4	\$ 3.783	\$ 515	\$ 3.268	\$ 7.034
5	\$ 3.783	\$ 352	\$ 3.431	\$ 3.603
6	\$ 3.783	\$ 180	\$ 3.603	\$ 0
TOTAL	\$ 22.697	\$ 3.497	\$ 19.200	

Fuente: Presupuesto.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Cuadro # 47. Estado de Resultados.

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Brutas	\$ 197.568	\$ 207.446	\$ 217.819	\$ 228.710	\$ 240.145
Costos directos	\$ 62.264	\$ 65.377	\$ 68.646	\$ 72.078	\$ 75.682
Utilidad Bruta	\$ 135.304	\$ 142.069	\$ 149.173	\$ 156.631	\$ 164.463
Costos Indirectos	\$ 34.537	\$ 36.264	\$ 38.077	\$ 39.981	\$ 41.980
Utilidad Operativa	\$ 100.767	\$ 105.805	\$ 111.096	\$ 116.650	\$ 122.483
Depreciación	\$ 2.453	\$ 2.453	\$ 2.453	\$ 2.453	\$ 2.453
Gastos financieros	\$ 1.779	\$ 1.186	\$ 532	\$ 0	\$ 0
Utilidad Antes de Impuestos	\$ 96.535	\$ 102.167	\$ 108.111	\$ 114.197	\$ 120.030
Participación Trabajadores	\$ 14.480	\$ 15.325	\$ 16.217	\$ 17.130	\$ 18.004
Impuestos	\$ 24.134	\$ 25.542	\$ 27.028	\$ 28.549	\$ 30.007
Utilidad Neta	\$ 57.921	\$ 61.300	\$ 64.866	\$ 68.518	\$ 72.018

Fuente: Presupuesto.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Cuadro # 48. Flujo de Efectivo.

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Ingresos						
Ventas	\$ 197.568	\$ 207.446	\$ 217.819	\$ 228.710	\$ 240.145	\$ 1.091.688
Aporte de Accionistas	\$ 9.850	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 9.850
Préstamo	\$ 19.200	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	
Total Ingresos	\$ 216.768	\$ 207.446	\$ 217.819	\$ 228.710	\$ 240.145	\$ 1.110.888
Egresos						
Costos directos	\$ 62.264	\$ 65.377	\$ 68.646	\$ 72.078	\$ 75.682	\$ 344.048
Costos indirectos	\$ 34.537	\$ 36.264	\$ 38.077	\$ 39.981	\$ 41.980	\$ 190.839
Compra de Activos Fijos	\$ 18.779	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 18.779
Capital de trabajo	\$ 8.271	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 8.271
Gastos constitución	\$ 2.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 2.000
Dividendo	\$ 7.565	\$ 7.565	\$ 7.566	\$ 0	\$ 0	\$ 22.697
Participación trabajadores	\$ 14.480	\$ 15.325	\$ 16.217	\$ 17.130	\$ 18.004	\$ 81.156
Impuestos	\$ 24.134	\$ 25.542	\$ 27.028	\$ 28.549	\$ 30.007	\$ 135.260
Total Egresos	\$ 172.031	\$ 150.073	\$ 157.533	\$ 157.738	\$ 165.674	\$ 803.050
Flujo Neto	\$ 44.737	\$ 57.373	\$ 60.286	\$ 70.971	\$ 74.471	\$ 307.838
Flujo Acumulado	\$ 44.737	\$ 102.111	\$ 162.396	\$ 233.367	\$ 307.838	

Fuente: Presupuesto.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Cuadro # 49. Valor Actual Neto.

VAN		
AÑOS	FLUJOS	
AÑO 1	\$ 44.137,00	
AÑO 2	\$ 57.373,14	
AÑO 3	\$ 60.285,62	
VAN		\$ 121.401,11
INV. INICIAL		\$ 29.050,17
		\$ 92.350,95

Fuente: Presupuesto.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Cuadro # 50. Tasa Interna de Retorno.

TIR		
AÑOS	FLUJOS	TIR
AÑO 0	-\$ 29.050,17	
AÑO 1	\$ 44.137,00	
AÑO 2	\$ 57.373,14	
AÑO 3	\$ 60.285,62	
TIR	159%	159,08%
		15,00%

Fuente: Presupuesto.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

Cuadro # 51. Recuperación de la Inversión.

AÑOS	FLUJOS	AÑO/ RECUP.	INV.INICIAL
AÑO 1	\$ 44.137,00	\$ 44.137,00	\$ 29.050,17
AÑO 2	\$ 57.373,14	\$ 101.510,14	
AÑO 3	\$ 60.285,62	\$ 161.795,76	

TI =	0,68
TI =	8,20
TI =	6,00
0	Años
8	meses
6	días

Fuente: Presupuesto.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

CONCLUSIONES

Con el convencimiento de que la sostenibilidad de la condición de mujer emprendedora se robustece cuando se promueve la asociación entre estas, se motiva a apoyar un potencial que puede generar mayores oportunidades. Como ya se ha expresado, las damas de Chanduy poseen cualidades y conocimientos en la actividad de la costura, labor que la mayoría de ellas, le han dedicado muchos años de sus vidas. El gobierno y la sociedad debe reconocer el fuerte impacto que las mujeres representan, más aún si están inmersas en la actividad del conocimiento, es por ello que se proyecta la elaboración de un plan asociativo que les permita abrir un campo en el que puedan además de socializar e intercambiar experiencias; establecer redes empresariales para alcanzar objetivos comunes potenciando el desarrollo de las competencias laborales.

Esta propuesta asociativa surge ante la necesidad de conseguir mayores ingresos económicos a través de la confección de prendas de vestir a la que se dedican, mediante el trabajo independiente no se obtienen mayores ganancias, ya que la demanda no es en gran manera y la clientela en parte es la misma población que tampoco cuenta con un nivel solvente para pagar mejores precios. Considerando contribuir a la solución de un problema real de la situación actual en la comunidad, dado que por parte del gobierno local está desatendido, se plantea transformar el nivel artesanal de confección utilizado normalmente a una industrialización de la misma (con la implementación de una entidad asociada que involucre a modistas de la cabecera parroquial).

Este plan de asociatividad se orienta a tener más claras las ideas de elaboración y comercialización de los bienes (indumentaria), siendo una alternativa válida que promueve el desarrollo de una cultura empresarial, por medio de damas emprendedoras, que contando con una guía adecuada en los diferentes aspectos comprendidos, podrán tener además, calidad en confecciones, buenas prácticas de manufactura, e incluso marketing y ventas.

RECOMENDACIONES

Se estima formar un gremio con personería jurídica, donde se capaciten a las damas, cuyo objetivo es impulsar su desarrollo profesional e independencia autónoma, que además les represente retribuciones económicas para su sustento, esto conlleva a la necesidad de aprendizaje, conocimiento y actualización de las últimas tendencias de la moda, y ampliar sus técnicas académicas en la rama de Corte y Confección.

Se aspira contar con asistencia técnica, capacitación y desarrollo personal, que brinden una articulación productiva a las asociadas, facilitando espacios para intercambiar ideales, y acceder a las oportunidades que se presenten, tanto por parte del Estado, como por demás programas involucrados. Lo que se aspira es mejorar la gestión competente de la organización, haciendo énfasis en la actividad comercial, a través del plan asociativo.

Las modistas requieren obtener resultados, como el desarrollo de capacidad individual y colectiva de todos los miembros de la asociación para el propio beneficio de las participantes. Contar con capacitación, motivación, creatividad y liderazgo, etc., entre otros aspectos, mediante la implementación del plan, con el que se espera mejorar las condiciones actuales en las que se encuentra el oficio.

Por instancia con la aplicación del plan asociativo para este grupo de modistas, se logrará mejorar además los niveles de vida para las intervinientes y sus familias, mediante el esfuerzo conjunto. Mejorar capacidad de sus miembros hoy individualizados con aspectos solidarios. Fortalecer el poder de asociación de este nuevo grupo comunitario para esta noble organización a través de la oferta de productos elaborados en variedad de diseños y buena calidad, como es la confección de prendas de vestir.

BIBLIOGRAFÍA

- AZAR Gabriela – SILAR Mario (2006). Metodología de Investigación y Técnicas para elaboración de Tesis” Hispana Libros Madrid.
- BERNAL Torres Cesar Augusto (2006). Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Segunda edición. México.
- BOGANTES Sánchez Isabel (2003). Confección de ropa para dama a la medida (trazo básico). Costa Rica.
- CABERA Alberto Julio (2006). Capacitación y Desarrollo Personal. Cuarta Edición. Limusa S.A. México.
- CHIAVENATO Idalberto (2004). Comportamiento organizacional. International Thomson. México.
- DAFT R. R. (2007). Teoría y diseño organizacional. International Thomson. México.
- DEMING William (2005). Calidad, productividad y competitividad. Díaz Santos. Madrid.
- HERNÁNDEZ Sampieri Roberto (2006). Metodología de la investigación. Cuarta Edición. Interamericana editores. México.
- IRIGOYEN Horacio (2005). Asociatividad como herramienta de gestión.
- MARIÑO Wilson (2008). 100 Tácticas de venta para pequeñas empresas. Edición Santillana. Quito.

- MARÍÑO Wilson (2008). 100 Técnicas para que tu pequeño negocio crezca. Edición Santillana. Quito
- MARÍÑO Wilson (2010). 100 Tips para crear tu propia empresa. Edición Santillana. Quito.
- MÉNDEZ Álvarez Carlos (2006). Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales.
- SCHEEL Mayenberger Carlos (2000). Competencias en arenas globales. Un enfoque metodológico para lograr alta competitividad. Editorial Trillas. México.
- STEFAN Zehle (2008). Como diseñar un plan de negocio. Primera edición. El comercio. Argentina.
- THIERRY Libaert (2005). El plan de comunicación organizacional. Noriega Editores. México.
- VALDEZ Luis (2007). Comunidades Productivas: Asociatividad y Producción en el Territorio. Edición electrónica gratuita.
- VALENCIA Ricardo. MUÑOZ Janeth (2005). Asociatividad empresarial Colombia. Departamento de publicaciones Cámara de Comercio de Bogotá.
- WHEELLEN T. Y HUNDER D. Administración estratégica y política de negocios. México.
- YÁNEZ Cornelio, ACEVEDO María, GÓMEZ Pilar. (2008). Modelos Asociativos Alfa-Beta. Colección Cadete.

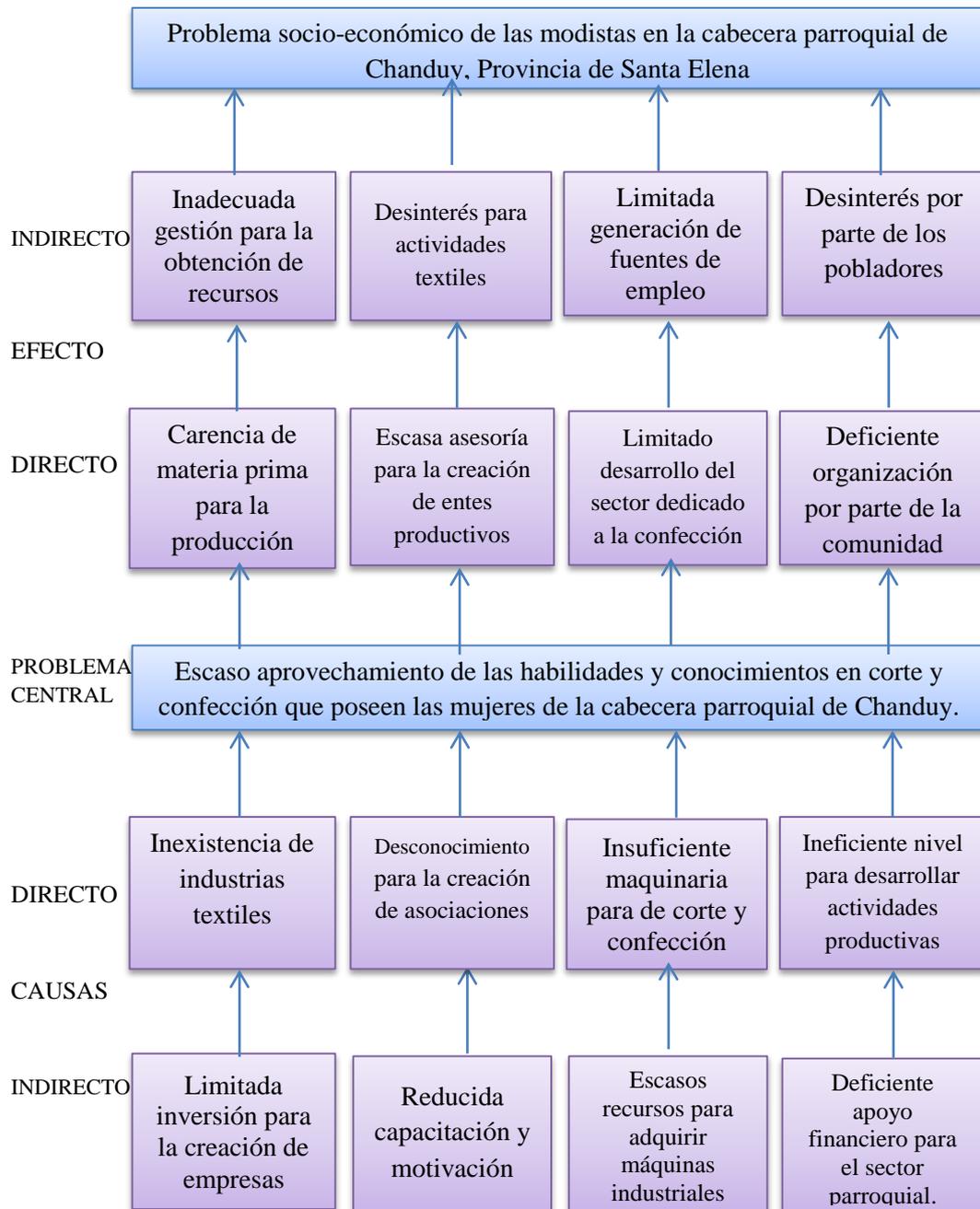
PÁGINAS WEB:

- www.asambleanacional.gov.ec
- www.desarrollosocial.gob.ec
- www.industrias.gob.ec
- www.planificacion.gob.ec
- www.inclusion.gob.ec
- www.setec.gob.ec
- www.elcosturerodestellablog.com
- <http://html.rincondelvago.com/industria-textil.html>
- www.mincetur.gob.pe/comercio/ueperu/consultora/docs_taller/Presentaciones_Tumbes_y_Piura/1.2.1.2.F1%20Asociatividad%2020080912.pdf
- www.buenastareas.com/ensayos/Asociatividad-En-El-Ecuador/4200015.
- www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101489836/1/Sector_textil_busca_nuevos_horizontes.html
- www.oei.es/etp/competencias_laborales_base_mejora_empleabilidad_personas.pdf

ANEXOS

ANEXO # 1.

ÁRBOL DE PROBLEMAS.

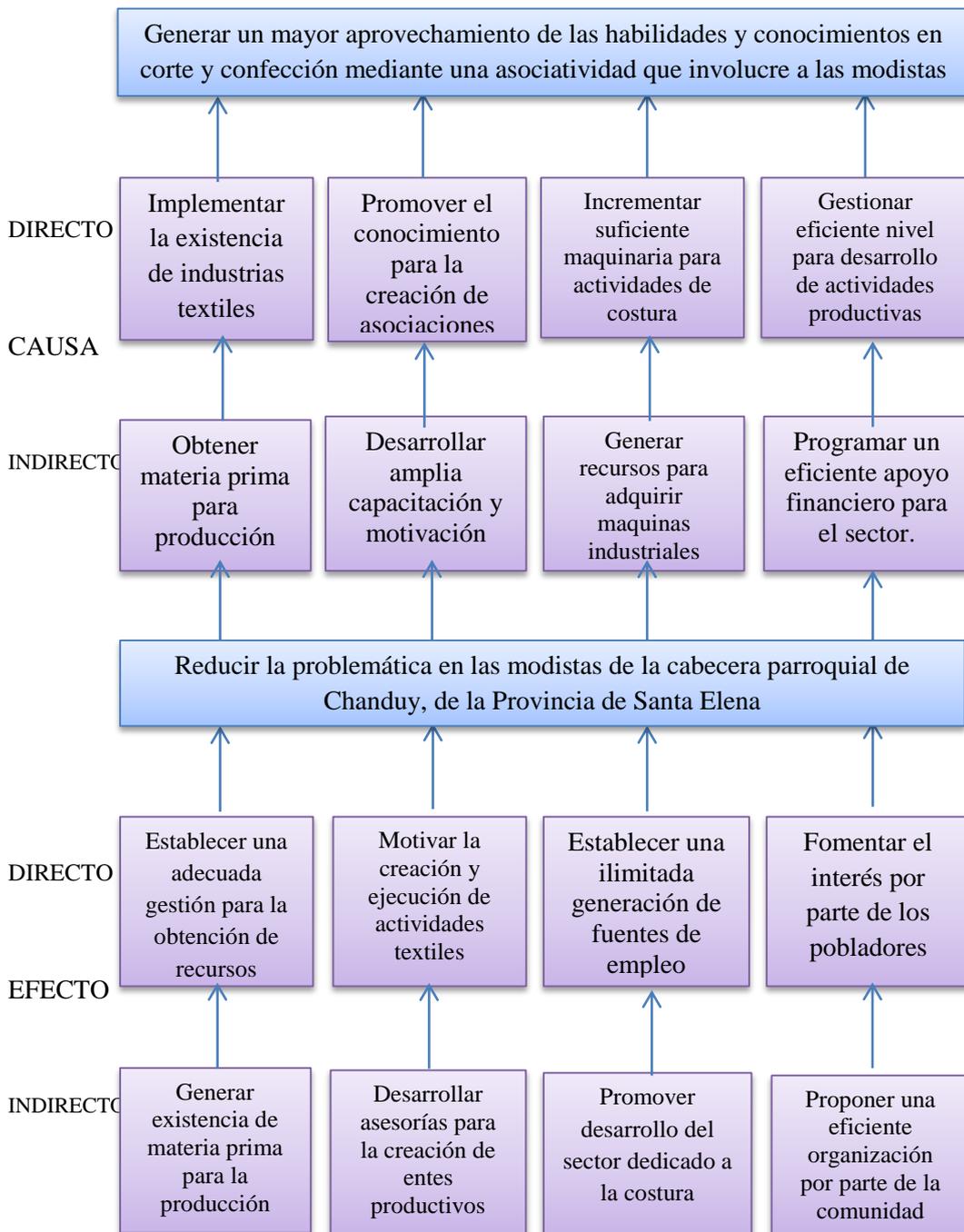


Fuente: Antecedentes del tema.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

ANEXO # 2.

ÁRBOL DE OBJETIVOS.



Fuente: Árbol de problemas.
Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

ANEXO # 3.

PLAN DE ACCIÓN.

PLAN DE ACCIÓN PARA LA ASOCIACIÓN DE MODISTAS			
Problema Principal: Escaso aprovechamiento de las habilidades y conocimientos en corte y confección que poseen las mujeres de la Parroquia Chanduy			
Fin del proyecto: Implementación de un Plan Asociativo aplicado a las modistas de la cabecera parroquial de Chanduy.		Indicadores: <ul style="list-style-type: none"> • Base de datos de las mujeres de la comunidad. • Encuestas y entrevistas para conocer cuántas damas conocen el oficio. 	
Propósito de Proyecto: Implementación de un Plan Asociativo aplicado a las modistas de la cabecera parroquial de Chanduy, Cantón Santa Elena; fomentándose en el desarrollo de las competencias laborales, la sensibilización sobre la asociatividad y estructura de redes asociativas.		Indicador: <ul style="list-style-type: none"> • Número de modistas dispuestas a formar parte de la asociación. 	
Programas	Objetivos	Estrategias	Actividades
Gestión Administrativa.	Promover el desarrollo de la asociación, la unidad y disciplina entre sus intervinientes mediante la implementación de procesos, valores éticos y estrategias administrativas para trabajar en colectividad.	Creación de un marco institucional. Propicio para la generación de acuerdos de colaboración y articulación de acciones conjuntas. La vinculación institucional con los actores sociales del proyecto, tanto a nivel territorial, como provincial, permiten crear las condiciones de base necesarias y adecuadas para promover la asociatividad de las mujeres emprendedoras dedicadas a la costura, en la parroquia Chanduy.	Determinar las actividades por el orden de prioridad, detallando los programas a realizar y responsables de dicha ejecución.
			Promover a todos los colaboradores de manera sencilla, ágil y oportuna las estrategias planificadas a implementar en la asociación.

Gestión Administrativa.	Promover el desarrollo de la asociación, la unidad y disciplina entre sus intervinientes mediante la implementación de procesos, valores éticos y estrategias administrativas para trabajar en colectividad.	Fomentar el trabajo en Red. Como eje estratégico del desarrollo micro emprendedor, que permite fortalecer los recursos locales y la generación de alianzas estratégicas en el sentido social y comercial de la comunidad; mediante la concreción de objetivos comunes que luego se materializarán mediante las prácticas asociativas.	Establecer el equipo de trabajo con el que se contará para la realización de la red asociativa.
			Inducir en las modistas la cooperación entre las mismas y dedicación a las tareas encomendadas.
	Mantener un ambiente de trabajo adecuado, mediante la aplicación de técnicas motivacionales que incentiven el desempeño coordinado y eficiente de todas las funciones.	Motivación y emprendimiento. Se pretende motivar a los colaboradores a cumplir con lo establecido, consiguiendo que estos adquieran el debido compromiso y responsabilidad para realizar sus labores y las tareas que le corresponden con eficiencia.	Seleccionar las estrategias a utilizar en las diversas etapas de la conformación de la sociedad.
			Determinar las ofertas promocionales de los servicios con mayor efectividad en el mercado.
	Establecer una capacitación y preparación adecuada a las actividades previstas, y un control continuo para mejorar las competencias laborales del personal.	Gestionar capacitación para el desarrollo personal y profesional. Tramitar, talleres, capacitación, etc. que impulsen el desarrollo personal de los intervinientes, se prevé contactar con los organismos involucrados en estas actividades, tales como, gobiernos locales, Ministerios, Universidad etc. Con la finalidad de impulsar tanto la superación personal como profesional, que beneficien y satisfagan las necesidades de la colectividad.	Implementación de módulos de capacitación al personal, mediante los ministerios públicos correspondientes.
			Sensibilización de la asociatividad como eje productivo.
La asistencia continúa. Para la resolución de problemáticas, que permite fortalecer el desarrollo competente e involucrar a las modistas en el proyecto. El conocimiento técnico aplicado a lo largo del proceso actúa como facilitador de inconvenientes que pueden suscitarse entre la vinculación de la colectividad y la propuesta principalmente.		Monitoreo de las tareas encomendadas para obtener una mejor valoración de resultados	
		Evaluación al personal para constatar los conocimientos adquiridos.	

Gestión Operativa	Conseguir que los colaboradores y clientes se sientan satisfechos del con la labor realizada, entregando un producto bien elaborado, buen acabado y de calidad que además beneficien la imagen de la asociación.	El proceso de producción Consta básicamente de tres etapas bien definidas: La recepción de la materia prima (tela, botones, hilo, etc.); la de preparación y corte que es donde se efectúa el cortado de la tela de acuerdo a los diseños y tallas a confeccionar; finalmente la confección y armado donde se cose y ensambla la prenda, incluyendo el empaque antes de ser remitido al almacén como producto terminado, con marca y logotipo para posesionarse a futuro.	Elaborar un proceso que permita cumplir con la aplicación de cada etapa.
			Determinar respectivos controles que permitan verificar la ejecución y cumplimiento de esta actividad.
	Ofrecer un lineamiento de acciones acorde a las normas actuales de prevención y protección ambiental.	Previsión del impacto ambiental Constituye la estimación de contrarrestar los efectos que se dan en el desarrollo del proceso de producción, la manera de aprovechar los sobrantes de telas, el uso eficiente de la energía, y consideración de alternativas para optimizar la materia prima.	Establecer la planificación de este estudio y sus parámetros.
			Seleccionar las estrategias a utilizar en las etapas de prevención.

Fuente: Plan de acción.

Elaborado por: Anita Rodríguez Flores.

ANEXO # 4.

ENTREVISTA.



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA**



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

Fecha: Octubre, 2012.

Lugar: Parroquia Chanduy.

Entrevistador: Anita Rodríguez Flores.

Las entrevistadas son mujeres que conocen el oficio de corte y confección en la cabecera parroquial de Chanduy. Estas entrevistas se han realizado en el hogar de cada una de ellas, entorno en el cual desarrollan sus actividades.

Datos

Entrevistado:

Edad:

Introducción.

A continuación tenemos la entrevista realizada a la Sra....., en la cual da a conocer aspectos de su vida, y en especial sobre su profesión.

Desarrollo

1.- ¿Cómo surgió su afición por la costura, y donde adquirió los conocimientos en confección?

2.- ¿Cuánto tiempo lleva dedicándose al oficio?

3.- ¿Con que tipo de máquinas de coser trabaja?

4.- ¿Ha ejercido el oficio de manera artesanal o industrial?

5.- ¿Piensa usted que el innovar las prendas de vestir mejoraría la producción de las mismas?

6.- ¿Qué cambios ha observado en el oficio de la costura a través del tiempo?

7.- ¿Qué futuro le ve a este trabajo?

8.- ¿Se considera una persona emprendedora en su actividad?

9.- ¿Qué destacaría de su labor como modista?

10.- ¿Si tuviera la opción de trabajar de manera colectiva, lo haría?

11.- ¿Cree usted que el trabajo en equipo mejoraría las habilidades del oficio?

12.- ¿Qué considera usted, se debe tener en cuenta para trabajar de manera conjunta entre modistas?

13.- ¿Sería conveniente que se de en el sector la creación de una asociación de modistas?

14. ¿Estaría dispuesta a colaborar con la asociación, en caso de llevarse a cabo?

15.- ¿Con respecto al oficio qué recomendaría a quienes como usted también se encuentran inmersas en esta actividad?

ANEXO # 5.

ENCUESTA.



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA**



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

Instrumento dirigido a las mujeres de la cabecera parroquial de Chanduy, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena.

El objetivo de esta encuesta es establecer las tendencias y criterios establecidos en el proceso de confección y el punto de vista organizacional de las modistas de la parroquia Chanduy.

INSTRUCTIVO: Para contestar este instrumento sírvase marcar con una “X” el número que corresponda a la respuesta favorable al tema de la investigación.

Por favor tener presente que de sus respuestas depende el éxito de este estudio.

Información General

* Edad

- Entre 18 a 30

- Entre 31 a 45

- Entre 46 a 60

Información Específica

INDICADORES		X
*1. ¿Sabe usted confeccionar una prenda de vestir?		
1. Si		
2. No		

En caso de que su respuesta sea positiva, prosiga a la siguiente pregunta. Caso contrario concluya la encuesta.	
*2. ¿Qué es lo que más le llama la atención con respecto a la moda?	
1. Elegancia	
2. Estilo	
3. Diseño	
*3. ¿Qué le motiva a confeccionar una prenda de vestir?	
1. Creatividad	
2. Necesidad	
3. Dedicación	
*4. ¿Practica la costura como un oficio o una actividad temporal?	
1. Trabajo diario	
2. Oficio temporal	
3. Actividades varias	
*5. ¿Cuántas horas diarias dedica a las actividades de costura?	
1. Una a tres horas	
2. Tres a cinco horas	
3. Cinco a más horas	
*6. ¿Con que frecuencia confecciona prendas de vestir?	
1. Semanal	
2. Quincenal	
3. Mensual	
*7. ¿Qué considera más relevante al elaborar una prenda de vestir?	
1. Modelo de la prenda	
2. Proceso de confección	
3. Calidad de materiales	
*8. ¿Quién le provee de la materia prima a utilizar en la confección?	
1. Clientes	
2. Almacenes	
3. Textileras/ Importadoras	
*9. ¿Realiza las actividades de confección de manera individual o requiere ayuda para dicha labor?	
1. Individualmente	
2. Colectivamente	
3. A menudo trabaja en equipo	
*10. ¿Le parecería conveniente trabajar con otras personas?	
1. Si	
2. No	
En caso de que su respuesta sea positiva, prosiga a la siguiente pregunta. Caso contrario pase al ítem #16	

*11. ¿Tiene conocimiento acerca de la asociatividad?	
1. Conoce el tema	
2. Tiene una idea del tema	
3. Desconoce el tema	
*12. ¿Le interesaría empezar nuevas oportunidades en el campo de la confección?	
1. De acuerdo	
2. Ni acuerdo ni desacuerdo	
3. No está de acuerdo	
*13. ¿Cómo visualiza la creación de una asociación de mujeres dedicadas a corte y confección?	
1. Muy Bueno	
2. Bueno	
3. Regular	
*14. ¿En qué cree beneficiaría a la comunidad formar parte de una asociación?	
1. Obtener recursos económicos	
2. Incrementar la actividad comercial	
3. Aprovechar el recurso humano	
*15. ¿Estaría dispuesta usted a pertenecer a una asociación de modistas en la Cabecera Parroquial de Chanduy?	
1. De acuerdo	
2. Ni acuerdo ni desacuerdo	
3. No está de acuerdo	

*16. Sírvase expresar, alguna sugerencia sobre la encuesta tratada:	
.....	
.....	
.....	
No escriba su nombre (recuerde que éste instrumento es anónimo)	

Lugar y Fecha.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO # 6 .

REQUISITOS PARA APROBACIÓN DE PERSONALIDAD JURÍDICA.

- Solicitud dirigida al responsable de la dirección distrital del Mies Salinas.
- Dos ejemplares del acta constitutiva en que conste la resolución de conformar la organización por parte de los socios fundadores, elección del directorio provisional firmada por el presidente y secretario provisional.
- Listado con los nombres completos y firmas de los socios fundadores que participaron en la constitución de la organización, de acuerdo al art. 3 del decreto ejecutivo No. 3054 (apellidos y nombres, nacionalidad, cédula de ciudadanía, domicilio, firma). Certificado por el secretario provisional.
- Copia de cédula de ciudadanía y certificado de votación actualizado de cada socio. Certificado por el secretario.
- Dos ejemplares originales del estatuto codificado, al final debe constar la certificación de las fechas en que se analizó y aprobó; y, deberá contener:
 - Nombre, domicilio exacto de la sede de la organización en formación, referente a la calle, parroquia, cantón, números telefónicos, correo electrónico de la organización.
 - Objetivos, fines específicos y fuentes de ingresos
 - Clases de miembros
 - Derechos y obligaciones de los miembros
 - Régimen disciplinario, de solución de controversias y económico.
 - Estructura y organización interna
 - Causas para la disolución y procedimiento para la liquidación.
 - Mecanismos de elección, duración y alternabilidad de la directiva.
- Certificación de la cuenta de integración de capital por el valor de \$400,00.

ANEXO # 7.

REQUISITOS PARA LA APROBACIÓN DE ESTATUTOS.

De organizaciones previstas en el código civil (corporaciones) y en leyes especiales (cámaras, asociaciones, núcleos, etc.) por ministerio de industrias y competitividad.

1.- Aprobación de estatutos de organizaciones de primer grado.

Solicitud dirigida al ministerio, suscrito por el presidente provisional y su abogado, en la cual se indicará la dirección de la organización y se adjuntarán los siguientes documentos en forma físicas y digital.

- Acta constitutiva suscrita por todos los socios, la cual deberá contener expresamente;
 - La voluntad de los socios de constituir la organización
 - La nómina de la directiva provisional

- Los nombres completos, profesión u ocupación, nacionalidad, números de cedula o identidad y ciudadanía o pasaportes, domicilio y firma de cada uno de los socios constituyentes, cuando sean personas naturales; y, denominación o razón social, objeto RUC, domicilio, representante legal y su firma, cuando se trate de personas jurídicas. En uno u otro caso se deberán acompañar además copias de las cédulas de identidad y certificados de votación; y, copias de los estatutos y acuerdos de aprobación, acta de autorización para pertenecer a la organización en formación y nombramiento del representante legal debidamente inscrito.

- Dos ejemplares del estatuto, certificados por el secretario, el cual deberá contener al menos, lo siguiente:
 - Nombre, domicilio y naturaleza de la organización

- Objetivo y fines específicos
 - Clase de socios
 - Derechos y obligaciones de los socios
 - Régimen disciplinario, de solución de controversias y económico
 - Causales para la pérdida de la calidad de socio
 - Estructura y organización interna
 - Causales para la disolución
- Cuenta de integración de capital a nombre de la organización por \$4000,00
 - Las corporaciones y organizaciones especiales pueden formarse con un mínimo de cinco personas naturales o jurídicas, salvo que en la ley especial se determine un número mayor.
 - De conformidad con el formato para el efecto.
 - Las corporaciones podrán denominarse: asociaciones, clubes, comités, centros, institutos, foros, cámaras, etc.; las organizaciones especiales como lo determine la ley correspondiente.
 - Según formato. Acuerdo No. 02.283, promulgado en el registro oficial No. 639 de 13 de agosto del 2002.

2.- Aprobación de estatutos de organismos de segundo y tercer grado.

Las personas jurídicas, además de los tres primeros documentos señalados anteriormente deberán presentar los siguientes instrumentos certificados.

- Acta de asamblea donde conste la decisión de participar en la constitución de la organización de integración, con los nombres completos, números del documento de identidad y ciudadanía o pasaporte y firmas respectivas de los socios asistentes a la misma, así como la designación de los delegados.
- Nómina de la directiva y documento que acredite la representación legal.
- Estatuto y Acuerdo de aprobación
- Depósito bancario a nombre de la organización por \$4000,00

ANEXO # 8.

REQUISITOS PARA REGISTRO DE SOCIOS Y CAMBIOS DE DIRECTIVA.

De organizaciones sujetas al código civil y leyes especiales

1.- Registro de socios.

a) Solicitud de registro dirigida al subsecretario regional del MIPRO en el litoral, firmada por el representante legal y un abogado o doctor en Jurisprudencia, acompañada de la siguiente información en forma física y digital:

- Nombre de la Institución
- Fecha en la que fue aprobada el estatuto o sus reformas y codificación
- Nomina actualizada de los socios, nombre del representante legal y domicilio de la entidad; y,
- Número y fecha del decreto ejecutivo o acuerdo ministerial.

b) Convocatoria a la asamblea o al directorio

c) Acta de asamblea o directorio en la cual se aprobó la inclusión o exclusión de socios, haciendo constar los nombres y firmas de los socios o miembros asistentes debidamente certificados por el secretario de la organización.

d) copia de cedula de ciudadanía y certificado de votación

2.- Registro de directivas.

Además de los documentos señalados anteriormente en los literales deberá acompañarse el acta de asamblea o directorio en la cual se eligió la directiva, haciendo constar los nombres y las firmas de los socios o miembros asistentes, debidamente certificados por el secretario de la organización.

ANEXO # 9.

**REQUISITOS PARA APROBACIÓN DE REFORMAS Y
CODIFICACIONES DE ESTATUTOS.**

De organizaciones sujetas al código civil y a leyes especiales.

1.- Organizaciones cuyos estatutos fueron aprobados por este ministerio.

Solicitud dirigida al Señor Subsecretario Regional del MIPRO en el Litoral, suscrita por el Presidente y un Abogado, acompañando los siguientes documentos certificados por el Secretario en forma física y digital:

- Acta de la asamblea en la cual se resolvió reformar el estatuto, con los miembros, números de los documentos de identidad o pasaportes y firmas de los socios presentes.
- Dos ejemplares del estatuto codificado con la incorporación de reformas

2.- Organizaciones cuyos estatutos no fueren aprobados por esta Secretaría de Estado.

ANEXO # 10.

REQUISITOS PARA LA ACREDITACIÓN.

La organización de la sociedad civil que por cualquier concepto reciban recursos públicos debe contar previamente con la correspondiente acreditación para desarrollar sus actividades, la cual será conferida por el Ministerio de Industrias y Competitividad y que tendrá una vigencia de cuatro años, siempre que cumplan con los siguientes requisitos:

1.- Encontrarse inscrita en el registro del ministerio, registro único de organización de la sociedad civil y registro único de proveedores.

2.- Proporcionar la siguiente información de manera detallada técnicamente cada uno de sus literales:

- a) Población entendida;
- b) Ámbito geográfico de intervención;
- c) Costos de actividades;
- d) Fuentes de financiamiento
- e) Experiencia profesional de sus directivos,
- f) Años de experiencia en actividades a ser desarrolladas o similares;
- g) Indicadores de eficiencia, eficacia y calidad;
- h) Designación del titular de la auditoría.

3.- Presentar anualmente informe de actividades, reportes financieros e informes de auditoría.

ANEXO # 11.

REQUISITOS PARA APLICAR A SETEC.

El solicitante deberá realizar el trámite correspondiente, a través del portal web de la SETEC, para lo cual deberán enviar el convenio de responsabilidad y uso de medios electrónicos para uso del servicio del portal web de la Secretaría Técnica de Capacitación y Formación Profesional (dos originales), en lo pertinente, previo a la entrega de su clave.

Documentos habilitantes para la suscripción de convenio de responsabilidad en el uso de clave electrónica

Para solicitantes personas jurídicas sujetas al control de la superintendencia de compañías:

1. Certificado de cumplimiento de obligaciones y existencia legal otorgado por la Superintendencia de Compañías (original o copia certificada);
2. Copia certificada del nombramiento del representante legal y su razón de inscripción en el Registro Mercantil;
3. Copia de la cédula y papeleta de votación vigente del representante legal;
4. RUC actualizado al año en que realiza su solicitud de suscripción de Convenio;
5. Hoja de datos generales incluida junto con los Convenios (por duplicado) firmados por el empleador.

ANEXO # 12.

REGISTRO EN INCOP.

El proveedor que desee registrarse en el rup observará el procedimiento que para efecto dicte Incop. Si existen interconexiones de sistemas o bases de datos, Incop podrá establecer mecanismos complementarios en cuanto a inscripción, habilitación y actualización de información. El proveedor habilitado, que accede al portal de compras públicas se someterá sin reservas, al contenido del acuerdo de responsabilidad que le solicitará aceptar el sistema, previo a acceder al mismo. Las entidades contratantes se registrarán en el portal www.compraspublicas.gov.ec. Para ello ingresarán la información requerida, una vez que Incop haya constatado la validez de autorización del representante de la entidad contratante, entregará el permiso de accesibilidad para operar en el portal, bajo mecanismos de accesibilidad controlada mediante entrega de usuarios y contraseñas.

El portal no aceptará más de un registro por entidad contratante, lo cual se valida con el número de registro único de contribuyentes. Sin perjuicio de lo indicado, la entidad que cuente con establecimientos desconcentrados administrativa y financieramente, podrá inscribir a cada uno como unidad de contratación individual, es condición indispensable que posea ruc independiente, En este caso, el responsable del establecimiento será considerado máxima autoridad, para efectos previstos en la ley y el presente reglamento general.

Obtención de registro: Ingrese a www.compraspublicas.gob.ec, regístrese como proveedor o entidad contratante del estado ecuatoriano dependiendo el caso.

- a. Llenar la información que el sistema le va solicitando en cada uno de los pasos establecidos para el registro en el portal
- b. En el paso último imprimir el formulario de registro y el acuerdo de responsabilidad el cual debe estar firmado por el interesado
- c. Dirigirse con toda la documentación solicitada para el registro en las oficinas del registro único de proveedores a nivel nacional

ANEXO # 13.

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA.

Capítulo tercero. Derechos de las personas y grupos de atención prioritaria.

Sección novena. Personas usuarias y consumidoras

Art. 55.- Las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos, y las representen y defiendan ante las autoridades judiciales o administrativas. Para el ejercicio de este u otros derechos, nadie será obligado a asociarse.

Capítulo cuarto. Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades

Art. 57.- Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos:

- Conservar y desarrollar sus propias formas de convivencia y organización social, y de generación y ejercicio de la autoridad, en sus territorios legalmente reconocidos y tierras comunitarias de posesión ancestral.
- Participar mediante sus representantes en los organismos oficiales que determine la ley, en la definición de las políticas públicas que les conciernan, así como en el diseño y decisión de sus prioridades en los planes y proyectos del Estado.

Capítulo sexto. Trabajo y producción

Sección primera. Formas de organización de la producción y su gestión

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

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

Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente.

La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

Sección tercera. Formas de trabajo y su retribución

Art. 325.- El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores.

Art. 326.- El derecho al trabajo se sustenta en los siguientes principios:

1. El Estado impulsará el pleno empleo y eliminación del subempleo y desempleo.
2. Los derechos laborales son irrenunciables e intangibles. Será nula toda estipulación en contrario.
3. En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales, reglamentarias o contractuales en materia laboral, estas se aplicarán en el sentido más favorable a las personas trabajadoras.
4. A trabajo de igual valor corresponderá igual remuneración.
5. Toda persona tendrá derecho a desarrollar sus labores en un ambiente adecuado y propicio, que garantice su salud, integridad, seguridad, higiene y bienestar.

6. Toda persona rehabilitada después de un accidente de trabajo o enfermedad, tendrá derecho a ser reintegrada al trabajo y a mantener la relación laboral, de acuerdo con la ley.
7. Se garantizará el derecho y la libertad de organización de las personas trabajadoras, sin autorización previa. Este derecho comprende el de formar sindicatos, gremios, asociaciones y otras formas de organización, afiliarse a las de su elección y desafiliarse libremente.

De igual forma, se garantizará la organización de los empleadores.

8. El Estado estimulará la creación de organizaciones de trabajadores, y empleadores, de acuerdo con la ley; y promoverá su funcionamiento democrático, participativo y transparente con alternabilidad en la dirección.
9. Para todos los efectos de la relación laboral en las instituciones del Estado, el sector laboral estará representado por una sola organización.
10. Se adoptará el diálogo social para la solución de conflictos de trabajo y formulación de acuerdos.
11. Será válida la transacción en materia laboral siempre que no implique renuncia de derechos y se celebre ante autoridad administrativa o juez competente.
12. Los conflictos colectivos de trabajo, en todas sus instancias, serán sometidos a tribunales de conciliación y arbitraje.
13. Se garantizará la contratación colectiva entre personas trabajadoras y empleadoras, con las excepciones que establezca la ley.
14. Se reconocerá el derecho de los trabajadores y sus organizaciones sindicales a la huelga. Los representantes gremiales gozarán de las garantías necesarias en estos casos. Los empleadores tendrán derecho al paro de acuerdo con la ley.
15. Se prohíbe la paralización de los servicios públicos de salud y saneamiento ambiental, educación, justicia, bomberos, seguridad social, energía eléctrica, agua potable y alcantarillado, producción hidrocarburífera, transporte y distribución de combustibles, transportación pública, correos y telecomunicaciones.

ANEXO # 14.

LEY ORGÁNICA DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO.

Título I. Del Ámbito, Objeto y Principios.

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

Art. 2.- Ámbito.- Se rigen por la presente ley, las personas naturales, jurídicas, y demás formas de organización que, de acuerdo con la constitución, conforman la economía popular y solidaria, sector financiero popular y solidario e instituciones públicas encargadas de la rectoría, regulación, control, fortalecimiento, promoción y acompañamiento. Las disposiciones de la presente ley no se aplicarán a las formas asociativas gremiales, profesionales, laborales, culturales, deportivas, religiosas, entre otras, cuyo objeto social principal no sea la realización de actividades económicas de producción de bienes o prestación de servicios.

Concordancias: Constitución de la república del Ecuador 2008, arts. 14, 283, 288, 311 código civil (libro i), arts. 41, 564.

Art. 3.- Objeto.- La presente ley tiene por objeto:

- a) Reconocer, fomentar y fortalecer la economía popular y solidaria y el sector financiero popular y solidario en ejercicio y relación con los demás sectores;
- b) Potenciar las prácticas de economía popular y solidaria que se desarrollan en comunidades, pueblos, nacionalidades, y en sus unidades económicas productivas;

- c) Establecer un marco jurídico común para las personas naturales y jurídicas que integran la economía popular y solidaria, y sector financiero popular y solidario;
- d) Instituir el régimen de derechos, obligaciones y beneficios de las personas y organizaciones sujetas a esta ley; y,
- e) Establecer la institucionalidad pública que ejercerá la rectoría, regulación, control, fomento y acompañamiento.

Concordancias: Constitución de la república del Ecuador 2008, arts. 311

Art. 4.- Principios.- Las personas y organizaciones amparadas por esta ley, en el ejercicio de sus actividades, se guiarán por los siguientes principios:

- a) La búsqueda del buen vivir y del bien común;
- c) El comercio justo y consumo ético y responsable;
- d) La equidad de género; respeto a la identidad cultural;
- e) Autogestión; distribución equitativa y solidaria de excedentes.
- f) La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas; y,

Concordancias: Constitución de la república del Ecuador 2008, Arts. 11, 21, 275

Art. 5.- Acto económico solidario.- Los actos que efectúen con sus miembros las organizaciones a las que se refiere esta ley, dentro del ejercicio de las actividades propias de su objeto social, no constituyen actos de comercio o civiles sino actos solidarios y se sujetarán a la presente ley.

Concordancias: Código de comercio, arts. 3

Art. 6.- Registro.- Las personas y organizaciones amparadas por esta ley, deberán inscribirse en el registro público que estará a cargo del ministerio de Estado que tenga a su cargo los registros sociales. El registro habilitará el acceso a los beneficios de la presente ley.

Art. 7.- Glosario.- Para fines de la presente ley, se aplicará las denominaciones:

- a) Organizaciones del sector asociativo, como "asociaciones";

- b) Organizaciones del sector cooperativista, como "cooperativas";
- c) Comité interinstitucional de la economía popular y solidaria y del sector financiero popular y solidario, como "Comité interinstitucional";
- d) Superintendencia de economía popular y solidaria, como "Superintendencia";
- e) Instituto nacional de economía popular y solidaria, como "Instituto";
- f) Junta de regulación del sector financiero popular solidario "Junta de regulación"
- g) Corporación nacional de finanzas populares y solidarias, como "Corporación."

Título II. De la Economía Popular y Solidaria.

Capítulo I. De las formas de organización de la economía popular y solidaria.

Sección 2. De las organizaciones del sector asociativo.

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

Art. 19.- Estructura Interna.- Forma de gobierno y administración de asociaciones que constarán en su estatuto social, preverá la existencia de un órgano de gobierno, como máxima autoridad; órgano directivo; órgano de control interno y administrador, que tendrá la representación legal; todos ellos elegidos por mayoría absoluta, sujetos a rendición de cuentas, alternabilidad y revocatoria del mandato.

Concordancias: Constitución de la república del Ecuador 2008, arts. 105

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

ANEXO # 15.

CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIÓN.

TITULO III

De la Generación de un Sistema Integral de Innovación, Capacitación Técnica y Emprendimiento.

Art. 11.- Sistema de Innovación, Capacitación y Emprendimiento.- El Consejo Sectorial de la Producción, anualmente, diseñará un plan de capacitación técnica, que servirá como insumo vinculante para la planificación y priorización del sistema de innovación, capacitación y emprendimiento, en función de la Agenda de Transformación Productiva y del Plan Nacional de Desarrollo.

Este sistema articulará la labor de varias instituciones públicas y privadas en sus diferentes fases de desarrollo y sus diferentes instrumentos, en una sola ventanilla de atención virtual, desconcentrada y descentralizada para la difusión de: capacitación para la generación de competencias emprendedoras, instrumentos de financiamiento, de capital de riesgo, banca de desarrollo orientada al financiamiento de emprendimientos, y fondo nacional de garantías; asistencia técnica y articulación con los gobiernos autónomos descentralizados, organizaciones sin fines de lucro, empresas, universidades, incubadoras, etc.

Del Desarrollo Productivo de la Economía Popular, Solidaria y Comunitaria

Art. 22.- Medidas específicas.- El Consejo Sectorial de la Producción establecerá políticas de fomento para la economía popular, solidaria y comunitaria, así como de acceso democrático a los factores de producción, sin perjuicio de las competencias de los Gobiernos Autónomos Descentralizados y de la institucionalidad específica que se cree para el desarrollo integral de este sector, de acuerdo a lo que regule la Ley de esta materia.

Para fomentar y fortalecer la economía popular, solidaria y comunitaria, el Consejo Sectorial de la Producción ejecutará las siguientes acciones:

a) Elaborar programas y proyectos para desarrollo y avance de la producción nacional, regional, provincial y local, del Estado Intercultural y Plurinacional, garantizando los derechos de las personas, colectividades y la naturaleza;

b) Apoyar y consolidar el modelo socio productivo comunitario para lo cual elaborará programas y proyectos con financiamiento público para: recuperación, apoyo y transferencia tecnológica, investigación, capacitación y mecanismos comercialización y de compras públicas, entre otros;

c) Promover la igualdad de oportunidades a través de la concesión de beneficios, incentivos y medios de producción;

d) Promover la seguridad alimentaria a través de mecanismos preferenciales de financiamiento de las micro, pequeña, mediana y gran empresa de las comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias;

e) Financiar proyectos productivos de las comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias que impulsen la producción agrícola, pecuaria, artesanal, pesquera, minera, industrial, turística y otras del sector.

Los ministerios del ramo o secretarías nacionales que tengan como competencia el de la economía popular, solidaria y comunitaria, presentarán al término del ejercicio económico anual, al ministerio que presida el Consejo Sectorial de la Producción, reportes sobre los recursos invertidos en programas de generación de capacidades, innovación, emprendimientos, tecnología, mejora de productividad, asociatividad, fomento y promoción de oferta exportable, comercialización, entre otros, con el objeto de potenciar este sector de la economía.

ANEXO # 16.

CODIFICACIÓN DE LA LEY DE ORGANIZACIÓN Y DE COMUNAS.

H. CONGRESO NACIONAL

LA COMISIÓN DE LEGISLACIÓN Y CODIFICACIÓN

RESUELVE EXPEDIR:

CODIFICACIÓN DE LA LEY DE ORGANIZACIÓN Y DE COMUNAS.

CODIFICACIÓN 2004-04

Elaborada por la comisión de legislación y codificación, de acuerdo con lo dispuesto en el número 2 del Art. 139 de la constitución política de la república.

TÍTULO I

CONSTITUCIÓN.

Art. 1.- Establecimiento y nominación de las comunas.- Todo centro poblado que no tenga la categoría de parroquia, que existiera en la localidad o que se estableciere en lo futuro, y que fuere conocido con el nombre de caserío, barrio, partido, comunidad, parcialidad o cualquiera otra designación, llevará el nombre de común, a más del nombre propio con el que haya existido o se fundare.

Art. 2.- Sujeción a la jurisdicción parroquial.- Las comunas se regirán por esta ley y adquirirán personería jurídica, por el solo hecho de atenerse a ella.

En la aplicación de la presente ley se garantiza el ejercicio de los derechos colectivos de los pueblos indígenas que se autodefinen como nacionalidades de raíces ancestrales que forman parte de estas colectividades de acuerdo a lo dispuesto en el Art. 84 de la Constitución Política de la Republica.

Art. 4. Dependencia administrativa del ministerio de agricultura y ganadería.- administrativa entre las comunas dependen del ministerio de agricultura y

ganadería. Los derechos que esta ley concede a las comunas, estarán supervisados y dirigidos por el indicado ministerio.

Art. 6.- Posesión de bienes colectivos.- Los habitantes de las comunas podrán poseer bienes colectivos, como tierras de labranza y pastoreo, industrias, acequias, herramientas, semovientes, establecimientos educacionales, etc.

Art. 7.- Uso y goce de bienes colectivos.- Los bienes que posean o adquieran en común, serán patrimonio de todos sus habitantes; su uso y goce se usarán en cada caso, a la mejor conveniencia de cada uno de ellos, mediante reglamentación que se dicten, libremente, para su administración.

Art. 8.- Del Cabildo.- El órgano oficial y representativo de la comuna en el cabildo, integrado por cinco miembros, quienes ejercerán las funciones de presidente, vicepresidente, tesorero, síndico y secretario.

Art. 9.- Registro de habitantes de la comuna.- En cada comuna se establecerá un registro, que será llevado por el presidente y por el secretario, en un libro en el cual se anotarán los nombres de todos los habitantes que vivan en el lugar.

Art. 10.- Inventarios de bienes colectivos.- Igualmente se llevará un registro de Inventarios de los bienes que en común posea la comuna, según el registro que, impreso proporcionará el ministerio, propia de dichos inventarios, autenticada por el presidente y el secretario.

ANEXO # 17.

ESTATUTOS DE LA ASOCIACIÓN ARTESANAL.

Capítulo I. De la constitución, domicilio, fines y medios

Art. 1.- Constituyese la Asamblea, domiciliada en la comunidad, parroquia, cantón, provincia de, República del Ecuador, como persona jurídica de derecho privado, sin fines de lucro, patrimonio, duración indefinida y número de socios ilimitado, la cual se regirá por su Estatuto; Reglamento Interno; Reglamento para la aprobación de estatutos, reformas y codificaciones, liquidación y disolución, y registro de socios y directivas, de las organizaciones previstas en el Código Civil y en las Leyes Especiales; Ley de Fomento Artesanal; y, Ley de Arbitraje y Mediación.

Art. 2.- La asociación no podrá intervenir en asuntos políticos ni religiosos.

Art. 3.- Son fines de la Asociación:

- a) Promover la unidad, solidaridad y mutua colaboración, en coordinación con el directorio y los diferentes grupos de trabajo;
- b) Tecnificar la producción y comercialización de bienes;
- c) Buscar mercados y mejores precios para la venta de su producción;
- d) Procurar mejores estilos de vida para sus socios, familias y comunidad;
- e) Realizar planes de trabajo, proyectos y programas que vayan directamente en beneficio de los socios, la familia y la comunidad;
- f) Preparar los socios para que participen en la dirección de la organización;
- g) Mantener relaciones de confraternidad con organizaciones similares;
- h) Adquirir toda clase de bienes muebles e inmuebles, maquinaria y demás herramientas necesarias para la producción;
- i) Realizar gestiones ante las instituciones públicas y privadas, tanto nacionales como internacionales, para obtener el financiamiento de los diferentes proyectos y programas que vaya a implementar.

- j) Agrupar en su seno a todos los productores de bienes primarios y secundarios de la zona que así lo desearan;
- k) Buscar préstamos favorables para mejorar la producción; y,
- l) Promover el ahorro y crédito en beneficio de sus socios.

Art 4.- Para el cumplimiento de sus fines, la asociación podrá utilizar todos los medios legales permitidos por la ley.

Capítulo II. De los socios

Art. 5.- Son socios todos los que suscribieron el acta constitutiva y los que posteriormente solicitaren su ingreso por escrito y fueren aceptados por el directorio, previo el cumplimiento de los requisitos establecidos en el estatuto y reglamento interno y que se encuentren al día en el cumplimiento de sus obligaciones pecuniarias con la asociación.

Art. 6.- Son derechos de los socios:

- a) Intervenir en la deliberación de la asamblea general con voz y voto;
- b) Elegir y ser elegidos para los cargos directivos de la asociación;
- c) Participar en los eventos que la asociación promueva;
- d) Solicitar información de la gestión económica y social de la asociación;
- e) Gozar de los beneficios que establezca la asociación para sus socios;
- f) Someter a consideración de la asamblea general y del directorio, proyectos y sugerencias para la mejor marcha de la asociación; y,
- g) Ser copropietario de bienes muebles e inmuebles que tenga la asociación.

Art. 7.- Son obligaciones de los socios:

- a) Cumplir y hacer cumplir el estatuto, reglamento interno y demás resoluciones y acuerdos determinados por los órganos directivos;
- b) Contribuir en forma efectiva al cumplimiento de los objetivos;
- c) Asistir a las asambleas ordinarias y extraordinarias convocadas; y,
- d) Cancelar cumplidamente lo determinadas por la asamblea general.

Art. 8.- La calidad de socio se pierde:

- a) Por retiro voluntario aceptado por la asamblea general.
- b) Por muerte. Caso que exista la voluntad del cónyuge o de un hijo mayor de edad que en representación de los hijos menores quiera seguir en la Asociación, se efectuará la sustitución del socio, en caso de que no existan herederos en directos se aplicará lo dispuesto en el código civil; y,
- c) Por expulsión.

En el Ministerio de Industrias y Competitividad (MIC) se deberá mantener actualizado el registro de los socios.

Art. 9.- Para la liquidación de lo que le corresponde a un socio se seguirá el siguiente procedimiento:

- a) Se tendrá en cuenta el balance inmediato anterior a la fecha de separación del socio. De los conceptos de activos y de utilidades se establece lo que le corresponde en forma proporcional.
- b) Se realizará un cálculo de todo lo que el socio adeude a la organización por: créditos personales, multas pendientes, cuotas no pagadas, daños ocasionados en bienes a cargo del socio. Todo este valor se restará del valor resultado del literal anterior.
- c) El socio tendrá un plazo de días para apelar o justificar cualquier reclamo.

Capítulo III. De los organismos de dirección

Art. 11.- La asamblea general, es la máxima autoridad de la asociación y la integran todos los socios en goce de sus derechos, y sus decisiones serán tomadas por simple mayoría de votos y será convocada y presidida por el presidente.

Art. 12.- Las asambleas serán ordinarias y extraordinarias. Las asambleas ordinarias, se efectuarán el 30 de cada mes previa convocatoria, realizada con dos días de anticipación. Las asambleas extraordinarias se realizarán en cualquier momento cuando el caso así lo amerite, previa convocatoria del directorio o por solicitud de la mitad más uno de los socios.

Art. 13.- La asamblea se instalará legalmente con la mitad más uno de los socios en primera convocatoria, y en segunda se instalará con los socios presentes, siempre que este particular conste en la convocatoria.

Art. 14.- Las resoluciones de la asamblea general, serán obligatorias para todos los socios, inclusive para los ausentes a la asamblea.

Art. 15.- Son atribuciones de la asamblea general:

- a) Conocer y aprobar el balance cada seis meses elaborado por el gerente y previamente controlado por el presidente;
- b) Evaluar los trabajos realizados de acuerdo a los fines propuestos;
- c) Elegir y remover justificadamente a los miembros del directorio.
- d) Aprobar y reformar los estatutos y el reglamento interno de la asociación;
- e) Aprobar presupuesto anual, plan general de actividades; cuotas ordinarias y extraordinarias;
- f) Ratificar la separación o expulsión de los socios, así como su reingreso según el caso;
- g) Resolver los conflictos y reclamos con medidas prácticas y concretas de conformidad con los estatutos y el reglamento interno.

Art. 16.- El directorio es el órgano ejecutivo de la asociación y tiene la responsabilidad de planificar, organizar y dirigir la administración.

Art. 17.- El directorio estará integrado por: presidente; vicepresidente; secretario; tesorero; y, vocal. El directorio deberá inscribirse en el MIC.

Art. 18.- El Directorio se reunirá en forma ordinaria el quince de cada mes y extraordinaria cuando el caso así lo amerite. El quórum será la mitad más uno de sus integrantes y sus resoluciones serán por simple mayoría de votos.

Art. 20.- Son atribuciones del directorio:

- a) Organizar la administración de la asociación;
- b) Elaborar el plan de trabajo y el presupuesto anual, para ser puesto a consideración de la Asamblea para su estudio y aprobación al MIC;
- c) Estudiar y proponer la reforma de estatutos y reglamentos para su aprobación en la asamblea general;
- d) Ejecutar las resoluciones emanadas de la asamblea general;
- e) Elegir el banco para el depósito de los fondos de la asociación; y,
- f) Nombrar las comisiones que se requieran;

Art. 21.- Para ser miembro del directorio se requiere:

- a) Haber pertenecido a la asociación mínimo seis meses antes de la elección;
- b) Estar al día en el pago de cuotas y más obligaciones con la organización;
- c) No haber incurrido en faltas o procedimientos desleales a los miembros;
- d) Ser mayor de 18 años;

Art. 22.- Los dirigentes cesarán en sus funciones en los siguientes casos:

- a) Cuando sean legalmente reemplazados mediante elección y la posesión del nuevo directorio;
- b) Será declarado vacante el cargo cuando los dirigentes faltaren sin causa justificada a cinco sesiones alternadas o a tres sesiones seguidas durante el periodo para el cual fue electo; y,
- c) Por no respetar los estatutos y reglamentos.

Art. 23.- Son atribuciones y deberes del presidente:

- a) Representar legal, judicial y extrajudicialmente a la asociación;
- b) Convocar y presidir las sesiones del directorio y asamblea general;
- c) Obtener el RUC de la organización y remitir una copia al MIC;
- d) Firmar la correspondencia oficial más documentos de la organización; y,
- e) Tomar decisiones en los casos de extrema urgencia, debiendo de ello informar en las sesiones del directorio.

Art. 24.- Son atribuciones y deberes del vicepresidente:

- a) Asistir cumplidamente a sesiones de consejo directivo y asamblea general;
- b) El vicepresidente, colaborará en las funciones del presidente en ausencia temporal o definitiva, así como cumplir con las disposiciones estatutarias y reglamentarias vigentes. El vicepresidente subrogará al presidente con todas sus atribuciones y deberes.

Art. 25.- Son atribuciones y deberes del secretario:

- a) Redactar y firmar con el presidente la correspondencia oficial;
- b) Tramitar correspondencia en relación al movimiento de la asociación.;
- c) Convocar a sesiones de asamblea y directorio, previo aviso del presidente;
- d) Expedir, previa orden del presidente, los certificados que se soliciten;
- e) Llevar con diligencia el libro de actas, y archivo de la organización, y,
- f) Las demás inherentes a su cargo.

Art. 26.- Son atribuciones y deberes del tesorero:

- a) Recaudar y recibir los fondos de la asociación, los mismos que estarán bajo su responsabilidad. Para desempeñar el cargo, si el directorio así lo estimare, deberá rendir una caución económica,
- b) Presentar cada tres meses un informe de balance de los valores recibidos a la asamblea general;
- c) Permitir la revisión de los libros de contabilidad a su cargo con orden de la directiva, cuando el caso así lo requiera o por orden de la asamblea;
- d) Registrar y firmar con el presidente, en todas las cuentas bancarias y para efectos de movilización de fondos; y,
- e) Recibir inventario y entregar correctamente al nuevo encargado;

Capítulo VI. De las sanciones

At. 27.- Son acreedores a sanciones los socios morosos, los que sin causa justificada faltaren a las sesiones ordinarias y extraordinarias. Si la falta cometida es grave y comprobada dará lugar a que se considere la expulsión.

Art. 28.- Los socios que incumplieren con disposiciones reglamentarias se harán acreedoras, según el caso y la gravedad de la falta, a las siguientes sanciones;

- a) Amonestación;
- b) Multas;
- c) Suspensión de los derechos por 90 días; y,
- d) Expulsión

Capítulo V. Del patrimonio

Art. 29.- Constituye el patrimonio de la asociación:

- a) Cuotas ordinarias y extraordinarias de socios, así como cuotas de ingreso;
- b) Las herencias, legados, donaciones y subvenciones, que se hicieren a la Asociación personas naturales o jurídicas.
- c) Los bienes que se obtengan por la realización de actividades diversas acorde con los fines propuestos;
- d) Las multas recaudadas por sanciones.

Capítulo VI. Régimen de solución de controversias

Art. 30.- Solución de controversias entre socios.- Los conflictos internos del centro “.....” deberán ser resueltos por los organismos propios de la organización y con estricta sujeción a las disposiciones del presente estatuto de no lograrlo la solución de los conflictos serán sometidos a la resolución de los centros de mediación y arbitraje y productivamente de igual manera se procederá en caso de surgir controversias en otras organizaciones.

Capítulo VII. De la disolución

Art. 31.- La asociación podrá disolverse en los siguientes casos;

- a) Por no cumplir con sus fines;
- b) Por disminuir sus socios a un número menor a 5;

- c) Por resolución mayoritaria y unánime de los socios presentes en la última asamblea general; y,
- d) Por una de las causas determinadas en el código civil.

La disolución deberá ser comunicada al Ministerio de Industrias y competitividad (MIC) para su aprobación.

Capítulo viii. Disposiciones generales

Art. 33.- El presente estatuto podrá ser reformado con la aprobación del directorio y de la asamblea general convocada expresamente para el efecto después de, por lo menos dos años.

At. 34.- Las generalidades existentes en los estatutos, serán especificadas en el reglamento interno.

Art. 35.- Los conflictos internos deberán ser resueltos de conformidad con las disposiciones estatutarias y en caso de persistir, se someterán al procedimiento de mediación ante el centro correspondiente de la procuraduría general del estado y al arbitraje ante el centro respectivo, mediación y reglamentos correspondientes.

CERTIFICACIÓN: Certifico que los presentes estatutos, fueron leídos, discutidos y aprobados en sesiones de asamblea general realizadas el día..... de.....del.....

Secretaria

ANEXO # 18.

REGLAMENTO INTERNO.

ASOCIACIÓN “.....”

CAPITULO I: Aplicación del presente reglamento

CAPITULO II: Estructura organizacional

CAPITULO III: Área de administración

CAPITULO IV: Área de producción y calidad

CAPITULO V: Área de ventas y marketing

CAPITULO VI: Área financiera

CAPITULO VII: Área operativa

CAPITULO VIII: Derechos y obligaciones del colaborador

Capítulo I. Aplicación del presente reglamento

Art. 1. El presente reglamento contiene las disposiciones internas, que regulan las relaciones laborales entre la red empresarial y todos sus miembros q la conforman, estableciendo sus derechos y obligaciones.

Art. 2. El presente reglamento Interno podrá ser modificado cuando así lo exija el desarrollo institucional y/o las disposiciones legales vigentes que le sean aplicables. Todas las modificaciones del reglamento interno de trabajo serán puestas a conocimiento de los colaboradores.

Art. 3. Los casos no contemplados en el presente reglamento, se regirán por las disposiciones que en cada caso dicte la empresa en el ejercicio del derecho que establece las leyes y normas laborales vigentes.

Art. 4. El presente reglamento es de aplicación a todos los funcionarios y colaboradores de la red empresarial “.....”

Capítulo II. Estructura organizacional.

Art. 5. “.....” es la primera red empresarial de la parroquia Chanduy que agrupa a mujeres modistas del sector, debido a su integración y producción cuenta con los siguientes departamentos:

- Área de administración.
- Área de producción y calidad
- Área de ventas y marketing
- Área financiera
- Área del operativa

Art. 6. Los departamentos antes mencionados podrán ser modificados según lo que el administrador crea conveniente, ya sea si se aumenta la producción y la demanda de clientes.

Capítulo III. Área de administración.

Art. 7. El administrador de..... será designado de los socios que conforman la red empresarial, siendo el mismo parte de la junta de accionistas, está totalmente obligado cumplir y hacer cumplir todas las disposiciones que existen como políticas de la red empresarial.

Art. 8. Los departamentos de la asociación..... estarán regulados por el administrador quien estará en toda la obligación de crear o eliminar departamentos dentro de la empresa.

Art. 9. La estructura empresarial debe respetarse en base a la jerarquía que este tenga, en base a la misión y visión cumpliendo los objetivos.

Capítulo IV. Área producción y calidad.

Art. 10. Se establece que el jefe de producción lleve la responsabilidad de cumplir con lo que la empresa requiere, caso contrario será sancionado por escrito.

Art. 11. Los integrantes de..... están obligados a dejar en orden y buen estado todas las máquinas y realizar una limpieza impecable en las mismas, caso contrario serán sancionados en forma verbal por primera vez y si no cumplen con lo expuesto, tendrán llamados de atención por escrito para que acaten las disposiciones de este reglamento.

Art. 13. El controlador de calidad debe persuadir a los productores para que la materia prima acta para la producción no sea mal utilizada.

Art. 14. El jefe de producción debe seguir el proceso necesario para cumplir con el objetivo que la red desea alcanzar y la buena calidad del producto que a ofertar.

Capítulo V. Área de ventas y marketing

Art. 15. El jefe del departamento de ventas y marketing será escogido mediante el proceso y políticas que la red tiene en sus estatutos.

Art. 16. El jefe de ventas debe cumplir con las metas específicas que tiene la organización mediante el plan de marketing propuesto.

Art. 17. Dentro de este departamento se deben proyectar las ventas anuales que ayuden a determinar el desarrollo de la red empresarial.

Capítulo VI. Área financiera.

Art. 18. Mostrar los estados financieros de manera clara y oportuna para que las decisiones que se tomen para mejoras de la asociación sean satisfactorias.

Art. 19. No se debe ocultar información que perjudique a la asociación ni dar la información de..... a empresas competidoras.

Capítulo VII. Área operativa.

Art. 20. El operario no debe de retrasarse al inicio de la jornada de trabajo, para evitar inconvenientes en la producción establecida.

Art. 21. La adquisición de maquinarias es potestativa de la administración según las aplicaciones que se realicen en los procesos productivos.

Art. 22. Las capacitaciones serán continuas para los productores según la maquinaria que se adquiera.

Art. 23. Capacitación obligatoria a los productores que tengan un tiempo mínimo en la red, siendo esto parte del desarrollo de la organización.

Capítulo VIII. Derechos y obligaciones del colaborador.

Art. 23 Los colaboradores de la sociedad acceden a los derechos siguientes:

- a. Recibir una remuneración mensual acorde a las funciones que desempeñan y los plazos establecidos.
- b. Percibir las gratificaciones que otorga la organización.
- c. Al descanso anual remunerado por vacaciones, de acuerdo al rol vacacional que previamente determine talento humano conforme a las normas legales vigentes.
- d. Percibir la participación anual de utilidades conforme a ley.
- e. Hacer uso de licencias o permisos por causas justificadas.
- f. A la capacitación actualizada y perfeccionamiento de conocimientos.
- g. Al ser evaluado periódicamente sobre su rendimiento laboral y ser considerado para ocupar cargos de mayor jerarquía, de ser el caso.
- h. Ser asegurado al IESS
- i. Estabilidad laboral de acuerdo a disposiciones legales y administrativas.
- j. Ser considerado para ocupar cargos de mayor jerarquía, teniendo en cuenta su rendimiento, estudios universitarios y experiencia.

k. Utilizar los canales de comunicación regulares para la formulación de sugerencias, observaciones y reclamos.

l. Condiciones de trabajo adecuadas para el desempeño de sus funciones.

Los colaboradores de la red empresarial, además de las obligaciones que establece la legislación vigente. Deben sujetarse a lo siguiente:

a. Cumplir y hacer cumplir las disposiciones previstas en los estatutos de la red empresarial y los contenidos en el presente reglamento.

b. Guardar un comportamiento acorde con las normas de cortesía y buen trato hacia sus superiores, compañeros de trabajo y públicos en general.

c. Ejercer con eficiencia y eficacia las funciones que les sean encomendadas.

d. Cumplir puntualmente con el horario de trabajo.

e. Guardar en todo momento absoluta reserva y discreción sobre las actividades, documentos, procesos y demás información, que por la naturaleza de sus funciones desarrolle la empresa.

f. Reintegrar el valor de los bienes que estando bajo su responsabilidad se perdieran o deterioraren por descuido o negligencia debidamente comprobada.

g. Conservar en buen estado los bienes de la organización.

h. Proponer a través de los órganos jerárquicos superiores, iniciativas que contribuyan al mejoramiento de la eficiencia y productividad institucional.

i. Proporcionar la documentación y/o información que le sea solicitada.

j. Acudir al centro de labores correctamente vestido o uniformado de ser el caso portar una identificación que especifique que labora para la red empresarial

k. Cumplir con las comisiones de servicio que se le encomienden.

l. Cumplir con las disposiciones internas en materia de seguridad e higiene ocupacional que imparta la asociación.

m. Dedicarse exclusivamente a cumplir sus funciones no debiendo intervenir en las que competen a otros servidores, sin autorización del jefe jerárquico.

n. Permanecer en su centro laboral dentro del horario de trabajo, de acuerdo con las normas de asistencia, permanencia y puntualidad.

ANEXO # 19.

ACTAS DE CONSTITUCIÓN.

ASOCIACIÓN DE MODISTAS “.....”

Fundado el.....

Acuerdo Ministerial N°.....

Chanduy – Santa Elena - Ecuador

Ing. Javier Encalada

DIRECTOR DISTRITAL DEL MIES SALINAS

De nuestras consideraciones:

Quienes hacemos la Asociación de Modistas “.....”, de Chanduy, parroquia Chanduy, cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena, tiene a bien saludarle y expresarles nuestros deseos de éxitos al frente de los destinos de la Institución que dirige a la vez nos permitimos exponer y solicitar.

En asamblea celebrada el día....., se eligió el directorio legal periodo-.... con la finalidad y según el art. 31 la directiva cumplirá con sus funciones administrativas hasta el....., por tal motivo estamos enviando los requisitos exigidos para que se registre nuestra directiva legal y su respectiva inscripción en el respectivo registro que lleva el ministerio para lo cual adjuntamos solicitud:

- Copia de convocatorias a asamblea general de elección del tribunal electoral, aprobación del reglamento de elección de directiva periodo.
- Acta de elección del tribunal electoral firmada por todos los socios presentes y certificada por la secretaria.
- Acta de aprobación del reglamento de elección de directiva.
- Acta de elección de la directiva debidamente certificada
- Copias del estatuto certificado, y acuerdo ministerial del estatuto.

Por la atención, nos suscribimos con la más alta consideración y estima.

Atentamente

Presidenta

Secretaria

ANEXO # 20.
CONVOCATORIA.

ASOCIACIÓN DE MODISTAS “.....”
Fundado el.....
Acuerdo Ministerial N°.....
Chanduy – Santa Elena – Ecuador

TRIBUNAL ELECTORAL
CONVOCATORIA

Chanduy,.....

Señores (Sras.):
Socios (as) de la asociación
Presente.

De nuestras consideraciones:

Por disposición del presidente de la asociación, me permito convocarle a una asamblea general a realizarse el día; en las instalaciones de la sociedad obrera democrática de Chanduy, ubicada en la calle Santa Elena, a las; para cuyo efecto se desarrollará los siguientes puntos del orden del día:

- 1.- Lectura y aprobación del acta de asamblea general celebrado el día.....
- 2.- Lectura discusión y aprobación del reglamento de elección de la directiva de la Asociación de Modistas “.....”

Más si a la hora indicada no hubiere quórum, la asamblea se instalará válida una hora después con los que estuvieren presentes.

Particular que ponemos en conocimiento de usted, para que esté presente en el lugar y en la hora señalada.

Atentamente;

Presidente (T.S.E.)

Secretaria (T.S.E.)

ANEXO # 21.

ACTA DE ASAMBLEA GENERAL.

ASOCIACIÓN DE MODISTAS “.....”

Fundado el.....

Acuerdo Ministerial N°.....

Chanduy – Santa Elena – Ecuador

ACTA DE ASAMBLEA GENERAL EXTRAORDINARIA

En Chanduy, cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena a los....., siendo exactamente las 16:05 minutos, en el local de la Sede, ubicado en la calle Santa Elena, y acogiéndonos a lo estipulado en el Art. 50.- del estatuto vigente, se reúnen en asamblea general extraordinaria los miembros de la asociación de modistas “.....”, con el único objetivo de elegir el tribunal electoral, estando presentes los socios de base. Para efecto, una vez constatado el quórum reglamentario se procede a la lectura los puntos del orden del día: el mismo que consta de los siguientes puntos.

- 1.- Constatación del quórum
- 2.- Instalación de la asamblea
- 3.- Lectura y aprobación del acta de asamblea general celebrado el día.....
- 4.- Elección y posesión del tribunal electoral de conformidad al art. 30 de la primera reforma del estatuto de la asociación de modistas “.....”

Orden del día que puesto a consideración de los asambleístas es aprobado por unanimidad, procediéndose inmediatamente al desarrollo del primer punto.

- 1.- Se constata el quórum con 23 socias
- 2.- Se da la bienvenida y da por instalada la asamblea
- 3.- Lectura y aprobación del acta de asamblea general celebrado el día.....

Se da lectura al acta de asamblea general celebrado el..... la misma que puesto a consideración es aprobado por la sala, sin modificación.

- 4.- Elección y posesión del tribunal electoral de conformidad al art. 30 de la primera reforma del estatuto de la asociación de modistas “.....”

Con estos antecedentes, cumpliendo los procedimientos establecido en el art. 50 se procede a elegir el tribunal electoral.

Pide la palabra la Sra....., propone como presidente del tribunal electoral a la Sra..... Apoya la moción la Sra..... y no habiendo más candidatas se proclama presidente: a la mencionada compañera. La Sra..... mociona a la Srta..... para que sea secretaria del tribunal: apoyan la moción todos los presentes, quedando como secretaria la Srta. La Sra. mociona, a la Sra. como vocal del tribunal, apoya la moción la Sra., de esta manera queda electo el directorio del tribunal electoral de la siguiente manera: Sra..... presidente, Srta..... secretaria y la Sra.....

Una vez electo los tres miembros del tribunal electoral y posesionado por parte del vicepresidente de la institución, agradecieron por la designación recaída en sus personas, tal como dispone el Art. 52 del estatuto vigente. En unidad de criterio de los miembros, el tribunal electoral, presidido por la Sra.....una vez posesionado manifestó, dando cumplimiento a disposiciones estatutaria específicamente en el Art. 51 y 53. En mi calidad de presidente del tribunal electoral, convoque desde ya a las socios calificadas a la gran asamblea general extraordinaria donde se conocerá y aprobará el reglamento de elecciones la misma que se efectuará el; En el local de la sede social; Dios mediante a las, por tanto se invita a todos los socios calificados a concurrir a las convocatorias de asambleas que cada vez se pone más interesantes. Y de no hacerlo el socio será objeto de una sanción.

No teniendo más que tratar la presidente de la asociación, Sra..... Siendo exactamente las..... minutos, agradece a los compañeros asambleístas y da por clausurada la asamblea general, para testimoniar lo actuado firma la presidente y la secretaria del directorio que lo certifican, como el tribunal electoral electo en esta asamblea:

Atentamente;

Presidente (T.S.E.)

Secretaria (T.S.E.)

ASOCIACIÓN DE MODISTAS “.....”

Fundado el.....

Acuerdo Ministerial N°.....

Chanduy – Santa Elena – Ecuador

TRIBUNAL ELECTORAL

ACTA DE ASAMBLEA

En la parroquia Chanduy, Provincia de Santa Elena a los del, siendo exactamente las, en el local de la Sede de la Asociación, ubicado en la sociedad obrera democrática de Chanduy bajo la conducción de la Sra.; Presidente del tribunal electoral de la asociación “.....” y acogiéndonos a lo estipulado en el Art. 51 del estatuto vigente, se reúnen en asamblea general extraordinaria los miembros del tribunal electoral de la asociación, estando presentes los directivos del tribunal electoral: Sra. presidente,....., Srta. Secretaria,....., el Vocal Sra....., y socios de base:

Para el efecto la Sra.....; presidente del tribunal electoral de la asociación una vez constatado el quórum reglamentario ordena a la Srta. secretaria del tribunal electoral, de lectura al único punto del orden del día:

1.- Elección de la directiva legal periodo de (2 años).....-

Orden del día que puesto a consideración de los asambleístas es aprobado por unanimidad, procediéndose inmediatamente al desarrollo del primer punto.

La Sra..... presidente del tribunal electoral manifestó de quienes formamos el tribunal electoral acatando el art.51 del estatuto vigente se ha convocado asamblea general extraordinaria de elección de directiva legal, periodo-.....

Inmediatamente siguiendo con el curso de la asamblea se procede a la elección del directorio legal por voto nominal mediante terna. Se abre el debate e interviene la Sra.....; presidente del tribunal y explica los procedimientos de elección, los asambleístas escucharon atentamente luego de la explicación se procedió a elegir el directorio legal. Solicita la palabra el socio, Sra..... Para mocionar a la socia..... para que encabece la terna para Presidente, apoya la moción la socia..... Solicita la palabra la socia Sra. para mocionar a la socia para que encabece la terna para presidente, apoya la moción la socia Sra.

Acto seguido la socia, mociona la socia Sra., La moción que apoya la Sra. Una vez conformada la terna se somete a votación obteniendo los siguientes resultados:

Sra..... .. votos
Sra..... .. votos
Sra..... .. votos
Total Votos

En consecuencia queda electo como presidente la socia.....
A continuación se procede a integrar la terna para vicepresidente. La socia.....
mociona a la socia..... Apoya la moción la Sra.....
La socia..... mociona a la socia....., apoya la moción la Sra.....
La socia..... mociona a la socia....., apoya la moción la Sra.....

Una vez conformada la terna se somete a votación y el resultado es:

Sra..... .. votos
Sra..... .. votos
Sra..... .. votos
Total Votos

Queda de esta forma electa la vicepresidente de la asociación la socia.....

Para la designación de Secretaria:

La socia..... mociona a la compañera....., apoya la moción.....
La socia..... mociona a la compañera....., apoya la moción.....
La socia..... mociona a la compañera....., apoya la moción.....

Conformada la terna para secretaria, una vez sometido a votación el resultado es el siguiente:

Sra..... .. votos
Sra..... .. votos
Sra..... .. votos
Total Votos

La Sra....., queda electa secretaria de la asociación de modistas “.....”

Para el cargo de Tesorera se conforma la siguiente terna:

La socia.....mociona a..... La socia....., apoya la moción.
La socia..... mociona a..... La socia....., apoya la moción.
La socia.....mociona a..... La socia....., apoya la moción.

Se somete a votación y el resultado es el siguiente:

Sra..... votos
Sra..... votos
Sra..... votos
Total Votos

Queda electa Tesorera de la Institución la socia.....

Para Sindico de la Institución la terna es la siguiente:

La socia.....mociona a la Sra....., apoya la moción la socia.....

La socia.....mociona a la Sra....., apoya la moción la socia.....

La socia..... mociona a la Sra....., apoya la moción la socia.....

Una vez establecido la terna se somete a votación quedando el resultado de la siguiente manera:

Sra..... .. votos
Sra..... .. votos
Sra..... .. votos
Total Votos .. votos

Quedando designado como sindico de la asociación la socia, Sra.....

Para primer vocal principal la terna es la siguiente:

Sra..... .. votos
Sra..... .. votos
Sra..... .. votos
Total Votos .. votos

Para vocales suplentes la terna es la siguiente:

Sra..... .. votos
Sra..... .. votos
Sra..... .. votos
Total Votos .. votos

Resultando electos como vocales suplentes los socios antes mencionados por orden de votos respectivamente:

De esa forma queda electo el directorio de la asociación de modistas “.....” que regirán los destinos administrativos por el periodo de (2 años).....-

Sra..... Presidenta
Sra..... Vice-Presidente
Sra..... Secretaria
Sra..... Pro-Secretario
Sra..... Tesorero
Sra..... Sindicato

VOCALES PRINCIPALES

Sra..... 1 er Vocal
Sra..... 2 do Vocal
Sra..... 3 er Vocal

VOCALES SUPLENTES

Sra..... 1 er Vocal
Sra..... 2 do Vocal
Sra..... 3 er Vocal

Acto seguido el directorio legal electo por el periodo 201...-201..., se posesiona de sus respectivos cargos por (2 años como lo estipula el art. 31) previa promesa formal tomada por la presidente del tribunal electoral; Sra....., los mismos que ofrecieron cumplir con la máxima responsabilidad, procurando realizarlo honestamente, con constancia y dedicación permanente, tratando de no defraudar a quienes le confiaron.

Finalmente la sala resuelve que por desconocimiento de las leyes que rige la Subsecretaria del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), no ha podido legalizar directiva alguna y esta vez con la finalidad y de acuerdo art. 30 la directiva contara con un presidente, un vicepresidente, un secretario, un prosecretario, un tesorero, un síndico, tres vocales principales y tres vocales suplentes y según el art.31 la directiva cumplirá con sus funciones administrativas hasta eldel, este particular se le hará constar en el oficio dirigido a la subsecretaria una vez que se presente para el petitorio de la calificación del registro de directiva legal.

Por no haber otro asunto que tratar, siendo exactamente las..... minutos la presidente del tribunal electoral; Sra....., clausura el acto eleccionario para testimoniar lo actuado firman la presidente Sra..... y la secretaria del tribunal Srta..... que lo certifican, como los directivos electos y socios en general.

Atentamente;

Presidente (T.S.E.)

Secretaria (T.S.E.)

ANEXO # 22.

CERTIFICADO DE COMODATO.

SOCIEDAD OBRERA DEMOCRÁTICA DE CHANDUY



ANTIGUA COMUNIDAD INDÍGENA DE CHANDUY 1560-1912

FUNDADO EL 26 DE SEPTIEMBRE DE 1912

Acuerdo Ministerial N° 322-25-2 1912

Acuerdo Ministerial N° 00224-17-2 1988

Chanduy-Santa Elena-Ecuador



Parroquia Chanduy, 28 de febrero del 2013



El cabildo de la sociedad Obrera Democrática de Chanduy, representada por su Presidente a petición de la parte interesada tiene a bien:

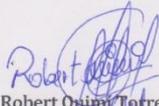
CERTIFICAR

Que:

- ❖ Nuestra institución en sesión de directorio celebrada el 19 de febrero del presente año, **ha cedido en calidad de comodato por el lapso de 1 AÑO las instalaciones de nuestra organización para que se desarrolle y funcione la ASOCIACIÓN DE MODISTAS CHANDUY.**
- ❖ En el transcurso de la ejecución del presente comodato, la Asociación se compromete a cuidar del entorno y dar el mantenimiento respectivo al local de nuestra organización.
- ❖ Acciones son aceptadas por las representantes de la Asociación

Particular que certifico en honor a la verdad, firmo mi responsabilidad en el presente documento autorizando a la interesada hacer uso del mismo en lo que estime conveniente.

Unión y trabajo


Robert Quimi Torres
PRESIDENTE



ANEXO # 24.

ILUSTRACIÓN DE MAQUINARIA.

Máquina de Coser de Puntada Recta



Overlock Industrial



Máquina Recubridora



Ojaladora y Botonadura



Máquina Atracadora



Máquina Bastera



Máquina Collaretera



Máquina Cerradora



Bordadora Semi-industrial



Bordadora Industrial



Máquina Elastiquera



Máquina Cortadora



ANEXO # 25.

FOTOGRAFÍAS DE LAS DAMAS PARTICIPANTES.



