



**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**“PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LOS ARTESANOS EN  
ORFEBRERÍA DEL CANTÓN LA LIBERTAD,  
PROVINCIA DE SANTA ELENA,  
PERIODO 2013”**

**TESIS DE GRADO**

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

**AUTORA: ÁNGELA KATIUSCA ANDRADE SANDOVAL.  
TUTORA: ECON. IRENE PALACIOS BAUZ. MBA**

**LA LIBERTAD – ECUADOR  
2013**

**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**“PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LOS ARTESANOS EN  
ORFEBRERÍA DEL CANTÓN LA LIBERTAD,  
PROVINCIA DE SANTA ELENA,  
PERIODO 2013”**

**TESIS DE GRADO.**

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

**AUTORA: ÁNGELA KATIUSCA ANDRADE SANDOVAL.  
TUTORA: ECON. IRENE PALACIOS BAUZ. MBA**

**LA LIBERTAD – ECUADOR  
2013**

**La Libertad, Abril de 2013.**

**APROBACIÓN DEL TUTOR.**

En mi calidad de Tutora del trabajo de investigación, “**PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LOS ARTESANOS EN ORFEBRERÍA DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, PERIODO 2013**”, elaborado por la Srta. Ángela Andrade Sandoval, egresada de la Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad 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**

.....

**Eco. Irene Palacios Báuz. MBA**

**TUTORA.**

## DEDICATORIA

A Dios por darme la oportunidad de vivir y proveer los recursos para poder culminar mi carrera profesional y ser lo que ahora soy. A mi madre por el apoyo incondicional, quien ha sido el pilar fundamental para esforzarme día a día.

A mis amigas(os) y a todas aquellas personas que me han brindado su afecto y apoyo invaluable para poder culminar con éxito una meta más en mi vida.

**Ángela.**

## AGRADECIMIENTO

A todos los artesanos orfebres del Cantón La Libertad, que colaboraron en proporcionar la información necesaria para el desarrollo de este trabajo de investigación, así como su asistencia en las diferentes reuniones que se efectuaron día a día.

A mi tutora de tesis, Eco. Irene Palacios Báuz. MBA y a todos los catedráticos de la Escuela de Ingeniería en Desarrollo Empresarial por sus enseñanzas y contribución a mi formación profesional y personal. De igual manera a todos los docentes y directivos encargados de las correspondientes revisiones y certificaciones para que mi trabajo de tesis tenga la validación correspondiente.

**Ángela.**

**TRIBUNAL DE GRADO**

---

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

---

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

---

Econ. Irene Palacio Báuz, MBA.  
PROFESORA-TUTORA

---

Ing. Soraya Linzán Rodríguez, MSc.  
PROFESORA DEL ÁREA

---

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

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

**“PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LOS ARTESANOS EN  
ORFEBRERÍA DEL CANTÓN LA LIBERTAD,  
PROVINCIA DE SANTA ELENA,  
PERÍODO 2013”**

**Autor:** Ángela Andrade Sandoval

**Tutora:** Eco. Irene Palacios B. MBA.

**RESUMEN.**

El presente trabajo “Plan de Asociatividad para los Artesanos en Orfebrería del Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, periodo 2013”, propone la asociación de pequeños y medianos productores, con el fin de que tengan la posibilidad de acceder al mercado superando barreras de entrada de los productos y reduciendo costos de elaboración, facilitando la constitución legal mediante modelos de negocios asociativos. El beneficio que tendrá la elaboración de esta propuesta es el establecer dicha Asociatividad mediante la participación de socios artesanales orfebres, mecanismos de acceso a capital de trabajo. Mediante esta constitución legal de la Asociatividad de los artesanos, se tendrá la oportunidad de ser parte de un modelo de negocios asociativo rentable que contribuya a generar ingresos y empleo a la comunidad. Como resultado se obtendrá el conocimiento práctico por parte de los artesanos que se involucren en la Asociatividad, cada uno de ellos en sus diferentes rangos y procesos, permitiendo aumentar la competitividad y poder incursionar en mercados internacionales, también encamina a lograr economías de escala y un volumen de producción similar al de las grandes empresas incrementando el poder de negociación tanto con los clientes como con los proveedores, basado en la investigación de campo y documental, respaldándose con la aplicación de métodos y técnicas de investigación que permitieron delinear una estrategia de recolección de los datos e información del personal y clientes que mantienen relación directa con los artesanos orfebres, y que previa la elaboración de un diagnóstico se propone realizar e implementar esta propuesta de tesis. Es por eso que el presente trabajo se constituye en un factor importante en la creación del Plan de Asociatividad para los Artesanos en Orfebrería del Cantón La Libertad, con el fin de que facilite a los artesanos a manejar este negocio de forma legal y no empírica, como también a manejar estrategias de producción, comercialización, venta y organización grupal, brindando a una sociedad cada vez más exigente, productos nuevos e innovadores que facilite el desarrollo de procesos efectivos que conlleven al alcance de los objetivos institucionales de la Asociación.

## ÍNDICE GENERAL

	<b>Página.</b>
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DEDICATORIA .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
TRIBUNAL DE GRADO .....	v
RESUMEN.....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xv
INTRODUCCIÓN. ....	1
<b>MARCO CONTEXTUAL</b> .....	4
1. TEMA. ....	4
2. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	4
3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	12
4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	14
5. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN. ....	15
6. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	15
<b>CAPÍTULO I</b> .....	18
<b>MARCO TEÓRICO</b> . ....	18
1.1. La Asociatividad. ....	18
1.1.1. Asociatividad Empresarial. ....	20
1.1.2. Importancia de la Asociatividad.....	22
1.1.3. La Asociatividad como estrategia competitiva. ....	24
1.1.4. Proceso de Asociatividad. ....	25

1.1.4.1. Etapa de gestación.....	25
1.1.4.2. Etapa de estructuración. ....	26
1.1.4.3. Etapa de madurez. ....	26
1.1.4.4. Etapa productiva o de gestión .....	26
1.1.4.5. Etapa de declinación. ....	26
1.1.5. Tipos de Asociatividad.....	26
1.1.6. Beneficios Generales de la Asociatividad.....	31
1.1.7. Niveles de Asociatividad.....	32
1.1.8. Objetivos Asociativos. ....	32
1.1.9. Ventajas de la Asociatividad.....	33
1.1.10. Características de Asociatividad. ....	34
1.2. Competitividad.....	36
1.2.1. Importancia de la competitividad en la industria. ....	37
1.2.2. El papel de la innovación en la competitividad. ....	39
1.2.3. Análisis de la Competencia y la Competitividad. ....	43
1.2.3.1. Ranking de Competidores.....	43
1.2.3.2. Perfiles de los Competidores.....	43
1.2.4. Los insumos y la competitividad. ....	46
1.2.5. Productividad y Competitividad. ....	46
1.2.6. Oferentes y la competitividad. ....	47
1.3. Marco Legal. ....	48
1.3.1. Requisitos del Proceso de Asociatividad. ....	48
1.3.2. Acuerdo Ministerial de Concesión de Personería Jurídica a las Cooperativas, Asociaciones, Fundaciones, Comités, Barrios entre otras organizaciones.....	49
1.3.3. Actas Constitutivas. ....	51
1.3.7. Plan Nacional del Buen Vivir. ....	58
1.3.8. Ministerio de Inclusión Económica y Social - MIES. ....	59
1.4. Marco Situacional. ....	59
1.4.1. La Asociación.....	59
1.4.2. ¿Qué es una Asociación? .....	60

1.4.3. Tipos de Asociaciones.....	61
<b>CAPÍTULO II.</b> ....	62
<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.</b> .....	62
2.1. Diseño de Investigación. ....	62
2.2. Modalidad de la Investigación. ....	63
2.3. Tipos de Investigación. ....	64
2.4. Métodos de la Investigación.....	65
2.4.1. Método Inductivo. ....	65
2.4.2. Método Analítico. ....	66
2.5. Instrumentos de la Investigación.....	66
2.6. Técnicas.....	67
2.7. Población y Muestra.....	70
2.7.1. Población.....	70
2.7.2. Muestra.....	70
2.7.3. Determinación de la Población Y Muestra. ....	72
2.8. Procedimientos de la Investigación.....	75
<b>CAPÍTULO III.</b> .....	76
<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.</b> .....	76
3.1. Análisis e Interpretación de Resultados. ....	76
3.2. Análisis de los Resultados de la Encuesta. ....	77
3.3. Comprobación de Hipótesis. ....	105
3.4. Conclusiones y Recomendaciones. ....	111
3.4.1. Conclusiones Encuestas. ....	111
3.4.2. Conclusiones Entrevistas. ....	112
3.4.3. Recomendaciones Encuestas.....	113
3.4.4. Recomendaciones Entrevistas.....	114

<b>CAPÍTULO IV.</b> .....	115
<b>PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LOS ARTESANOS EN ORFEBRERIA DEL CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2013.</b> .....	115
4.1. Presentación. ....	115
4.2. Estrategia de Implementación de la Propuesta.....	115
4.3. Filosofía de la Asociación de Artesanos Orfebres del Cantón La Libertad. ....	116
4.4. Misión de la Asociación de Artesanos Orfebres del Cantón La Libertad. ....	116
4.5. Visión de la Asociación de Artesanos Orfebres del Cantón La Libertad. ...	116
4.6. Objetivos de la Asociación de Artesanos Orfebres del Cantón La Libertad. ....	117
4.6.1. Objetivo General. ....	117
4.6.2. Objetivos Específicos.....	117
4.7. Valores Éticos de la Asociación de Artesanos Orfebres del Cantón La Libertad. ....	118
4.10. Estructura Organizacional .....	120
4.10.1. Orgánico Funcional de la Asociación de Artesanos Orfebres del Cantón La Libertad. ....	122
4.11. Matriz de los Objetivos Estratégicos.....	134
4.11.1 Objetivos Estratégicos de la Asociación de Artesanos Orfebres del Cantón La Libertad. ....	135
4.13. Procedimientos de la Asociación. ....	138
4.13.1. Procedimiento de Compras. ....	138
4.13.2. Control de Inventario. ....	139
4.13.3. Hoja de Cotización.....	140
4.13.4. Orden de Compra de Bienes y Servicios. ....	141
4.13.5. Verificación de Compra. ....	142
4.14. Procedimiento Administrativo. ....	143
4.14.1. Plan de Trabajo. ....	144
4.14.2. Presupuesto General.....	145
4.14.3. Evaluación de Planes.....	146
4.15. Proceso de Implementación. ....	147
4.16. Ejecución.....	148

4.17. Evaluación.....	148
4.18. Ingresos y Gastos para la Implementación del Proceso Asociativo.....	149
4.19. Conclusiones y Recomendaciones.....	152
4.19.1. Conclusiones.....	152
4.19.2. Recomendaciones.....	153
4.21. BIBLIOGRAFÍA.....	154
<b>ANEXOS.....</b>	<b>157</b>
<b>GLOSARIO DE TÉRMINOS.....</b>	<b>191</b>

## ÍNDICE DE CUADROS.

	<b>Página.</b>
CUADRO # 1: Planteamiento del Problema.....	9
CUADRO # 2: Operacionalización de las Variables. ....	16
CUADRO # 3: Características de Asociatividad. ....	35
CUADRO # 4: Modelos de Actas Constitutivas – MIES .....	52
CUADRO # 5: Instrumentos de Investigación. ....	67
CUADRO # 6: Distribución de la Población. ....	73
CUADRO # 7: Muestra.....	74
CUADRO # 8: Género de los encuestados .....	77
CUADRO # 9: Edad de los encuestados.....	78
CUADRO # 10: Nivel de instrucción. ....	79
CUADRO # 11: Compra de los productos de orfebrería. ....	80
CUADRO # 12: Ubicación de los talleres orfebres. ....	81
CUADRO # 13: Evaluación del lugar donde prestan sus servicios. ....	82
CUADRO # 14: Apreciación de los productos de los orfebres. ....	83
CUADRO # 15: Atributos de los productos orfebres. ....	84
CUADRO # 16: Accesibilidad en los precios.....	85
CUADRO # 17: Atención que recibe de los orfebres. ....	86
CUADRO # 18: Frecuencia de Compra de los artículos. ....	87
CUADRO # 19: Lugares con similares productos. ....	88
CUADRO # 20: Compra de producto similar.....	89
CUADRO # 21: Lugares de venta de productos similares. ....	90
CUADRO # 22: Conocimiento de precios de productos en el extranjero. ....	91
CUADRO # 23: Valor del producto en el extranjero.....	92
CUADRO # 24: Formación de una Asociación.....	93
CUADRO # 25: Oportunidad de exportar. ....	94
CUADRO # 26: Cualidades del producto.....	95
CUADRO # 27: Productos ofrecidos por una Asociación.....	96
CUADRO # 28: Datos para comprobar hipótesis:.....	106

CUADRO # 29: Significado de la Fórmula .....	107
CUADRO # 30: Elementos de la Misión. ....	117
CUADRO # 31: Matriz de Objetivos Estratégicos .....	134
CUADRO # 32: Control de Inventario .....	139
CUADRO # 33: Hojas de Cotización. ....	140
CUADRO # 34: Orden de compra de bienes y servicios.....	141
CUADRO # 35: Verificación de Compra .....	142
CUADRO # 36: Plan de trabajo.....	144
CUADRO # 37: Presupuesto General.....	145
CUADRO # 38: Evaluación de Planes.....	146
CUADRO # 39: Proceso de Implementación. ....	147
CUADRO # 40: Ingresos y Egresos Proyectados a 5 Años.....	149
CUADRO # 41: Análisis Comparativo sobre la Situación Económica .....	150

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

	<b>Página</b>
GRÁFICO # 1: Interacción de la Innovación y Competitividad. ....	40
GRÁFICO # 2: Relación de Innovación – Competitividad. ....	41
GRÁFICO # 3: Género de los encuestados.....	77
GRÁFICO # 4: Edad de los encuestados .....	78
GRÁFICO # 5: Nivel de instrucción.....	79
GRÁFICO # 6: Compra de los productos de orfebrería. ....	80
GRÁFICO # 7: Ubicación de los talleres orfebres.....	81
GRÁFICO # 8: Evaluación del lugar donde prestan sus servicios. ....	82
GRÁFICO # 9: Apreciación de los productos de los orfebres.....	83
GRÁFICO # 10: Atributos de los productos orfebres.....	84
GRÁFICO # 11: Accesibilidad en los precios. ....	85
GRÁFICO # 12: Atención que recibe de los orfebres. ....	86
GRÁFICO # 13: Frecuencia de Compra de los artículos.....	87
GRÁFICO # 14: Lugares con similares productos. ....	88
GRÁFICO # 15: Compra de producto similar. ....	89
GRÁFICO # 16: Lugares de venta de productos similares.....	90
GRÁFICO # 17: Conocimiento de precios de productos en el extranjero.....	91
GRÁFICO # 18: Valor del producto en el extranjero. ....	92
GRÁFICO # 19: Formación de una Asociación. ....	93
GRÁFICO # 20: Oportunidad de exportar.....	94
GRÁFICO # 21: Cualidades del producto. ....	95
GRÁFICO # 22: Productos ofrecidos por una Asociación. ....	96
GRÁFICO # 23: Organigrama Asociación de Artesanos Orfebres del Cantón La Libertad. ....	121
GRÁFICO # 24: Las cinco fuerzas de Porter.....	136
GRÁFICO # 25: Procedimiento de Compras.....	138
GRÁFICO # 26: Procedimiento administrativo.....	143

## ÍNDICE DE ANEXOS.

	<b>Página.</b>
ANEXO # 1: Encuesta a posibles clientes. ....	157
ANEXO # 2: Entrevista a los futuros Socios. ....	161
ANEXO # 3: Plan de Acción. ....	162
ANEXO # 4: Carta Aval de los artesanos orfebres del Cantón La Libertad.....	164
ANEXO # 5: Carta de responsabilidad del Presidente Provisional de los Artesanos Orfebres.....	165
ANEXO # 6: Carta de revisión del Gramatólogo. ....	166
ANEXO # 7: Actas de sesiones con los diferentes orfebres. ....	167
ANEXO # 8: Detalle de cada uno de los rubros necesarios para la implementación del proceso de asociatividad.....	171
ANEXO # 9: Acta de Constitución de la Asociación. ....	177
ANEXO # 10: Estatutos de la Asociación de Artesanos Orfebres del Cantón La Libertad. ....	180
ANEXO # 11: Herramientas de los artesanos orfebres.....	185
ANEXO # 12: Proceso de elaboración de las artesanías.....	186
ANEXO # 13: Moldura y Soldado.....	187
ANEXO # 14: Proceso de pulimiento.....	188
ANEXO # 15: Lijado.....	189
ANEXO # 16: Productos terminados.....	190

## **INTRODUCCIÓN.**

La globalización económica, como una realidad vigente de la cual ningún país está exento, ha generado cambios en los procesos productivos de los artesanos orfebres. En Ecuador la industria de la orfebrería en los últimos años ha experimentado una caída drástica en su actividad debido a causales como la comercialización de productos similares, los ilícitos aduaneros como el contrabando de mercancía, la falsificación de marcas y las altas tasas activas de interés.

En una sociedad tan exigente las empresas que se mantienen en el mercado o gozan de un buen prestigio son aquellas que su personal se encuentra permanentemente capacitándose para atender las diferentes inquietudes que tengan la sociedad. Es por esto que los cambios estructurales de las últimas décadas, unido al proceso de Globalización, han producido modificaciones en las condiciones en que opera la economía, ello ha obligado a las pequeñas y medianas empresas realizar innovaciones estratégicas para adaptarse a las nuevas exigencias del mercado, siendo la asociatividad la estrategia más poderosa encontrada por las empresas de menor tamaño para enfrentar tales cambios y sobrevivir en una competencia desigual.

Se puede establecer que la experiencia asociativa de las micro, pequeñas y medianas empresas urbanas y rurales, en los diversos países del mundo desarrollados y en desarrollo, han adoptado diferentes nombres y experiencias. Desde nuestro trabajo de investigación, entendemos que la asociatividad se da cuando un empresario acompaña a otro u otros, es decir se unen en función de un objetivo común, para poder competir con grandes empresas que en muchas ocasiones manejan el mercado local, para sus intereses. Esta relación asociativa está determinada por un interés mutuo que se afecta por diferentes variables y que intentamos identificar, ilustrando la aplicación exitosa de la asociatividad.

La Asociatividad como forma de respuesta de la comunidad organizada, es una forma eficiente de poder responder a los desafíos de una sociedad individualista y competitiva, hoy más que nunca se necesita fortalecer las redes y lazos ciudadanos, en el barrio, en el trabajo, en las escuelas, como consumidores, etc., en la medida que aúnen fuerzas serán escuchados y podrán demandar respuestas a sus insatisfacciones.

Es por eso que se consideró necesario el Plan Asociativo para los Artesanos Orfebres del Cantón La Libertad Provincia de Santa Elena, en donde se va a proponer un modelo asociativo para el mejoramiento del nivel competitivo de los artesanos del sector de la Orfebrería.

Este Plan Asociativo es importante porque permite aumentar la competitividad y poder incursionar en mercados internacionales, también encamina a lograr economías de escala y un volumen de producción similar al de las grandes empresas incrementando así el poder de negociación tanto con los clientes como con los proveedores de la Provincia de Santa Elena que consumen este producto tallado en orfebrería.

En el **capítulo I** se refiere al marco teórico, en el cual se desglosa los antecedentes de la asociatividad y de la orfebrería de la cual se realiza la investigación, la variable dependiente como es la competitividad mediante la asociación, además una breve definición conceptual de lo que es empresa y asociatividad y los elementos que las componen.

Dentro del **capítulo II** se encontrará la metodología a ser utilizada y mediante la cual se tiene como objetivos: la recolección de información de fuentes primarias y secundarias, utilización de los instrumentos y procedimientos de investigación, definir la población y muestra a ser investigada con la finalidad de dar soluciones óptimas a los problemas teóricos o prácticos para que el proceso de asociatividad de los artesanos orfebres sea eficiente.

En el **capítulo III** se detalla el análisis de cada una de las tabulaciones y gráficos estadísticos de las respectivas encuestas realizadas a un determinado grupo de personas llamado muestra, de igual manera lo referente al desarrollo de las entrevistas que se efectuaron con el fin de recolectar información necesaria para el desarrollo del trabajo.

El **capítulo IV** se incluye los datos finales obtenidos a través de la investigación que se ha realizado, en este caso la descripción del plan de Asociatividad para los artesanos en orfebrería del Cantón La Libertad, este capítulo permite conocer los objetivos, misión y visión que se desean alcanzar, el estado actual de la Asociatividad y así elaborar el plan de acción a seguir con el fin de lograr los objetivos planteados.

Los cuatros capítulos, explican el proceso de investigación realizado y los métodos aplicados con la finalidad de proponer un plan de Asociatividad eficiente que permita mejorar la elaboración de estas artesanías en orfebrería, y la implementación de metodologías a toda la asociación, ya que estas promueven a la satisfacción laboral y al cambio de mentalidad de todas las personas que en ella trabajan.

## **MARCO CONTEXTUAL**

### **1. TEMA.**

“INCIDENCIA DEL TRABAJO ASOCIATIVO EN LOS NIVELES DE COMPETITIVIDAD DE LOS ARTESANOS EN ORFEBRERÍA DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, PERIODO 2013. PLAN ASOCIATIVO PARA LOS ARTESANOS EN ORFEBRERÍA DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, PERIODO 2013”.

### **2. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.**

#### **Antecedentes del problema.**

El surgimiento de la metalurgia en América se remonta 1.500 años antes de nuestra era. La difusión de la tradición metalúrgica se extendió a otras culturas y latitudes, a través del intercambio comercial y la expansión territorial de algunos pueblos, alcanzando gran parte de la actual Colombia, norte de Chile y la sierra peruana, especialmente Chavín de Huantar. En estas regiones la metalurgia, particularmente la orfebrería, alcanzó un nivel de desarrollo sorprendente, produciendo una de las expresiones más destacadas del arte precolombino. El oficio de los metales llegó a ser tan destacado que los buenos orfebres gozaban de un status de privilegio, que otros no poseían.

La materia prima utilizada, es decir, el oro, la plata y ciertos materiales (piedras, marfil y nácar), ocupaban un lugar destacado en la mitología de estos antiguos pueblos: poseían un origen sagrado y un valor simbólico; se asociaban a dioses, ceremonias y ritos específicos. En las civilizaciones como Egipto Ra, Incas Inti y demás donde prevaleció el culto solar; al oro se le atribuyó poderes relacionados directamente con el Dios Sol.

En el vastísimo material arqueológico, legado de los antiguos orfebres, no sólo es posible apreciar el valor estético de los objetos, sino también reconocer en ellos a un pueblo, su cultura, sus creencias y su sociedad. Uno de los diseños de esta época fue el Pendiente de Oro y turquesa de un sacerdote guerrero Cultura Monche del antiguo Perú.

La perfección lograda por los orfebres mixtecos en el uso de estas técnicas, asombró a joyeros y cronistas europeos, quienes narran en diferentes obras la experiencia que tuvieron al contemplar la exquisita maestría de los orfebres mesoamericanos. En esta época se elaboró el Pectoral de oro con mosaico de turquesas, orfebrería mixteca, así como también el fragmento del pectoral donde se aprecia la intervención de varios especialistas en vidrio, piedra y los orfebres que aportaron la estructura en oro.

### **2.1.1. Arte de la Orfebrería en Ecuador.**

La orfebrería es un arte que nació hace mucho tiempo. Nuestros antepasados utilizaban materiales rústicos para trabajar el metal. Aunque sus herramientas no eran muy sofisticadas ya realizaban joyas con técnicas muy avanzadas, que hasta ahora utilizamos como por ejemplo el cincelado.

La metalurgia en el Ecuador Aborigen aparece plenamente consolidada hacia el inicio de los primeros cacicazgos del período de Desarrollo Regional (400/300 a.C.). Los cacicazgos se caracterizan por ser sociedades jerárquicas que requirieron del establecimiento de un sistema ideológico capaz de sostener un ordenamiento social de tal naturaleza, este sistema ideológico buscó en la religión su contenido y desarrolló la metalurgia como vehículo de expresión política del poder. La metalurgia solo pudo surgir en una sociedad que mantenía la producción especializada a cargo de un sector social, mientras el trabajo primario lo efectuaba la mayoría de la población.

La investigación metalúrgica en el Ecuador no ha recibido mayor atención, razón por la cual desconocemos los procesos de trabajo específicos en los cacicazgos de la costa norte del Ecuador, tales como La Tolita, Jama-Coaque, Bahía y Guangala. Sin embargo, podemos asumir que practicaban los mismos procedimientos básicos para trabajar los metales.

Es por eso que se desea implementar este plan de asociatividad para los artesanos orfebres del cantón La Libertad, con el fin de lograr una estructura jurídica como es la asociación y cuyos integrantes aporten con conocimientos e ideas a fin convertir el trabajo artesanal en otra de las principales fuentes de ingreso.

### **2.1.2. Orfebrería en la Provincia de Santa Elena.**

La provincia de Santa Elena se caracteriza no solo por ser dueña de hermosos paisajes turísticos, sino también por la destreza de sus habitantes en el arte de la orfebrería, es así que en algunas localidades de esta hermosa provincia se fabrican diferentes artesanías en tagua, concha perla, spondylus, cuero de res, oro y plata. La materia prima tal como el espondylus, tagua, perla de mar, concha y demás es comprada a los buzos de la zona quienes las extraen principalmente de Ayangué, mientras que el oro y plata es adquirido en la ciudad de Guayaquil.

La calidad de las artesanías es muy buena, los diseños son originales y además los artesanos han tomado cursos de capacitación en diseño y creatividad. Pero no solo el arte de la orfebrería se la práctica en la Ruta del Spondylus de la provincia de Santa Elena, sino también uno de sus cantones como es La Libertad, existiendo un grupo de artesanos que se dedica a la orfebrería en diferentes materiales como la tagua, spondylus, oro y plata, pero que aún no se han constituido como asociación, trabajando de una manera informal en sus domicilios, constituyéndose esta labor en su fuente de ingreso para solventar sus necesidades personales y familiares, siendo microempresarios y generando fuentes de trabajo a sus propios familiares, como es el caso de la mayoría de los artesanos que se dedican a esta profesión, teniendo una ganancia neta de \$ 450 mensuales.

Debido a la falta de maquinarias, capital y poco reconocimiento en el mercado peninsular, ha visto una oportunidad el conformar una asociación inicialmente con 20 personas ubicados en el barrio Enríquez Gallos del Cantón La Libertad, ya que están conscientes de que se podría contar con el apoyo económico por parte de instituciones del Estado y con un lugar adecuado para el desarrollo de sus funciones, así como maquinarias con tecnología que le permitan a los orfebres ofrecer un producto de calidad que cumpla con la expectativas exigidas por el mercado.

La orfebrería, como toda labor artesanal, es considerada por los artesanos como una actividad que implica un profundo conocimiento individual y colectivo, ya que el transformar elementos de la naturaleza en elementos de cultura requiere de un largo proceso de acumulación y transmisión de saberes técnicos, simbólicos y experiencias.

Por ejemplo para crear una corona de oro los orfebres adquieren la materia prima que puede oro, plata, bronce, tagua, espondylus, etc., luego se le proporciona el diseño respectivo y finalmente aplican sus conocimientos adquiridos a través de los años (saberes técnicos, sociales y culturales), que son necesarios para martillar, cortar y pulir cada lámina, controlar la fuerza y con sensibilidad golpear las láminas hasta convertirlas en delicados tallados.

Estas funciones son realizadas en sus domicilios con la ayuda de sus familiares o conocidos, que aportan ideas y conocimientos, además conocen los materiales de mejor calidad y gustos que tiene la comunidad peninsular, así como también colores y demás requisitos necesarios para la posterior venta del producto terminado.

En la actualidad es muy relevante e importante la autonomía del investigador y la persistencia del aprendiz, que son valores esenciales de estos artesanos orfebres, ya que cada orfebre lo realizaría con un estilo propio, eso sin separarse de los parámetros que te marque y te encargue el cliente.

## **2.2. Planteamiento del problema.**

Con el transcurso del tiempo la economía mundial ha sufrido grandes cambios, las nuevas tendencias tecnológicas, la globalización, la enorme explosión de conocimientos en todos los ámbitos, las informaciones y comunicaciones, han dado como resultado que los gobiernos y empresas se interesen por estos temas.

Alfred Marshall, economista inglés de finales de siglo XIX, comento sobre las bondades de la cooperación empresarial, pero solo a partir del siglo XX se le dio verdadera importancia a este tema, debido a los cambios mencionados anteriormente.

La cooperación empresarial se justifica para proveer un bien o servicio en el cual hay economías de escala (los empresarios pueden unirse para compartir información, infraestructura, insumos, etc.). Además, también se justifica desde el punto de vista de transferencia de conocimiento y de reducción en los costos de transacción, con el fin de satisfacer las diferentes necesidades de los clientes y poder mantenerse en el mercado.

La Provincia de Santa Elena como todas las provincias del Ecuador posee una gran historia, diversas características, costumbres, atributos turísticos, económicos, sociales y culturales. Por ello como en cada país, provincia, ciudad, etc., existen distintas culturas y costumbres que encaminan al desarrollo o no de la población, en la actualidad la península después de su gran lucha por cumplir el objetivo de provincialización no ha logrado obtener el desarrollo macro económico esperado al no saber aprovechar la variedad de riquezas marinas, su flora y fauna, su facilidad turística, etc. Como por ejemplo es el caso de los artesanos orfebres que esperan obtener una oportunidad de agruparse con el fin de ofrecer sus productos de una manera formal y con mayor oportunidad de venta, para de esta manera mejorar su competitividad y por ende su estilo de vida.

Esto demuestra que los peninsulares no conocemos bien a nuestra provincia, para así sacarle provecho aprendiendo a valorar las virtudes, amar a nuestra tierra, respetar a nuestro suelo, y ampliar nuestro conocimiento al solucionar nuestros problemas. Este Plan de Asociatividad va dirigido a infinidad de artesanos orfebres que tienen el arte en sus manos al poder crear variedad de artesanías y joyas en oro y plata que son muy valorados en otros países, el problema es que no se sabe explotar esta riqueza artística que tiene la provincia al contar con artesanos orfebres que tienen mano de obra calificada para dar producción y subyugar a la formalización de una ASOCIACIÓN que los ayude a mejorar la atención al cliente, a dar productos con calidad, a obtener créditos que les permitan desarrollar su talento formando sus propios talleres y a exportar sus joyas.

**CUADRO # 1:** Planteamiento del Problema.

<b>Síntomas</b>	<b>Causas</b>	<b>Efecto</b>
Artesanos poco interesados en progresar y explotar sus conocimientos.	Falta de recurso económico en los talleres orfebres del Cantón La Libertad.	No satisfacer las necesidades del cliente, brindando productos de calidad.
No contar con dinero suficiente para invertir en los talleres de orfebrería	No obtener créditos de ninguna entidad por no estar legalmente constituidas.	No poseer las maquinarias con tecnología para optimizar la producción.
Poco interés de capacitarse de nuevas técnicas de orfebrería	Estar al día en los avances tecnológicos.	No tener la capacitación necesaria para explotar sus conocimientos.
Poco interés de los clientes en comprar el producto.	Malos antecedentes de haber han quedado mal con los clientes.	Baja Rentabilidad.

**Fuente:** Dr. Carlos Méndez, libro "Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación".  
**Elaborado por:** Ángela Andrade

Es por ello que se requiere capacitarse profesionalmente con el fin de utilizar de manera adecuada los recursos que nuestra provincia provee, teniendo como objetivo principal los artesanos orfebres transformar la materia prima en productos atractivos como joyas, adornos, utensilios, etc., y que gocen de una calidad óptima para satisfacer las necesidades y exigencias de nuestros clientes, pero sobre aplicando las nuevas tendencias tecnológicas para estar al nivel de la competencia y poseer de una buena aceptación en el mercado.

Este Plan de Asociatividad propone romper el paradigma tradicional y ofrecer un producto con un alto valor agregado de diseño, gran volumen, buenos acabados y con estándares de calidad internacional, pensando inicialmente en el mercado local, luego nacional y después internacionalizar las joyas ofreciendo las oportunidades de apertura comercial.

En la Provincia de Santa Elena, en especial el Cantón La Libertad que es el cantón más comercial requiere de urgencia que su comercio bajo se supere con una producción propia que beneficie la economía de la comunidad, brindando más plazas de trabajo, dando importancia de que los Peninsulares poseemos todas las herramientas necesarias para poner en marcha una ASOCIACIÓN DE ARTESANOS EN ORFEBRERIA.

Con lo expuesto anteriormente sabemos que los habitantes de la Provincia de Santa Elena deberían valorar y explotar nuestra riquezas, esto conlleva al escaso desarrollo que se tiene en la actualidad impidiendo sobresalir en la lucha diaria de la convivencia, por ello es necesario implementar estrategias que garanticen un desarrollo futuro. También es necesario que se realicen talleres y campañas para nuestros artesanos orfebres para que se especialicen en sus ramas, siendo creativos y utilizando la materia prima de una mejor manera contribuyendo así al desarrollo de la península y por ende del país. Esta Asociación asumirá el reto y la responsabilidad moral de generar para la sociedad ecuatoriana un desarrollo sostenible y sustentable que satisfaga las necesidades de nuestro entorno.

### **2.3. Formulación del problema.**

¿Cómo incide el desarrollo de un trabajo asociativo, en el mejoramiento de los niveles de competitividad de los artesanos en orfebrería del cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, Año 2013?

### **2.4. Sistematización del problema.**

Se establecieron las siguientes interrogantes:

1. ¿Cómo incide la falta de creatividad de los artesanos en orfebrería para el trabajo en conjunto?
2. ¿Mejoraría la calidad de los productos que ofrecen los artesanos en orfebrería si se trabaja de manera conjunta y complementaria?
3. ¿Qué efectos positivos tendría realizar un trabajo asociativo?
4. ¿Cómo incide la falta de asesoría y capacitación en los niveles de competitividad de los artesanos orfebres peninsulares?
5. ¿Los precios de materia prima disminuirán de manera significativa al contar con una agrupación de artesanos en orfebrería que negocie la adquisición de estos recursos?
6. ¿Mejorarían los niveles de competitividad de los artesanos en orfebrería del cantón La Libertad en el mercado local, al aplicar las diferentes estrategias de un mecanismo de cooperación?

### **3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.**

El presente trabajo busca, mediante la aplicación de la teoría y los conceptos necesarios, descubrir el por qué los artesanos orfebres que elaboran joyas de oro y plata que pertenecen al Cantón La Libertad, en la actualidad no logran desarrollar su talento artístico, esto puede ser ocasionado por situaciones internas (baja de ventas, desmotivación, etc.) o por otra parte podría ser el entorno (gobierno, no poder obtener microcréditos, mercado, competencia) que le están impidiendo desarrollar sus destrezas y habilidades. Esta investigación permitirá al investigador reconocer cuales son los factores positivos o negativos que le ayudaran a los artesanos orfebres para que se encaminen al desarrollo o no de sus familias y de la población en general.

En el Ecuador somos productores de oro y plata, las localidades donde existen estos metales preciosos por lo general son zonas del país que tienen bajo desarrollo económico, debido a que estos recursos no generan un valor agregado, por lo cual hace imperativo buscar mecanismos para generar mayor aprovechamiento de los mismos y así bajar los niveles de desempleo local, en este sentido la orfebrería es considerada uno de los oficios que genera mayor valor agregado en la actualidad. Es por eso que los artesanos orfebres a través de la conformación de la Asociación buscan el fomento, desarrollo y defensa de la actividad de la joyería y orfebrería en esta Provincia.

Con la constitución de la Asociación, se busca entre otras medidas la implementación de programas que impulsen el desarrollo de esta actividad, aumento de su productividad y rentabilidad, la formalización de programas de capacitación para los trabajadores y profesionales vinculados a la actividad de la joyería. De esta manera fomentar el desarrollo de la joyería y orfebrería como sector tradicional en la Provincia de Santa Elena, conservación y reconocimiento de esta valiosa tradición. La adquisición de bienes y servicios necesarios para el desarrollo de la actividad orfebre.

Por ello es muy importante desarrollar actividades de apoyo a la comercialización de artículos de joyería y orfebrería e impulsar el interés de los jóvenes peninsulares en esta actividad a fin de que esta zona sea reconocida también por la diversidad de productos orfebres que serán fabricados por los artesanos a través de la conformación de esta nueva Asociación y que por ende contribuirá al mejoramiento económico de la provincia de Santa Elena.

El mecanismo asociativo se considera como una alternativa o una excelente opción para aumentar la competitividad de las empresas u organizaciones. Existen varios motivos de gran relevancia por los cuales las personas y empresas se asocian:

1. Minimización de costos
2. Aumentar su capacidad productiva
3. Fijar medios independientes de mercado y distribución
4. Para definir marcas que sean reconocidos en los mercados pertenecientes a las empresas asociadas.
5. Incrementar o fortalecer la capacidad de negociación
6. Para complementar recursos, esfuerzos y potencialidades
7. Para competir mejor

Para lograr el cumplimiento de los objetivos del tema de estudio, se emplearán las técnicas de investigación como son: La Observación, Encuestas, Entrevistas, etc.; A través de la aplicación de estas técnicas se busca descubrir cuáles son los verdaderos motivos que conllevan a crear la Asociación de Artesanos en Orfebrería del Cantón La Libertad, por ello a esta investigación se le dedicará el tiempo necesario para generar conocimientos válidos y confiables dentro del área artesanal. Por otra parte, en cuanto a su alcance, esta investigación abrirá nuevos caminos para el desarrollo artesanal en el Cantón La Libertad porque les brindará mayores beneficios a los artesanos orfebres que conformen esta asociación. Por ello los resultados de la investigación se verán reflejados en la aplicación de las técnicas seleccionadas y que son válidas en el medio.

## **4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.**

### **4.1. Objetivo general.**

Determinar la incidencia de un trabajo asociativo en los niveles de competitividad de los artesanos en orfebrería del cantón La Libertad, mediante el análisis e intervención de los diferentes actores, para el diseño de un plan de asociatividad.

### **4.2. Objetivos específicos.**

1. Analizar los factores que inciden en la creatividad de los artesanos en orfebrería, mediante diferentes ideas para determinar la aceptación de sus productos en el mercado local.
2. Determinar si mejoraría la calidad de los productos que ofrecen los artesanos en orfebrería del cantón La Libertad, al ejecutar un trabajo de manera conjunta y complementaria.
3. Diagnosticar los efectos positivos en la labores de los artesanos orfebres, mediante un trabajo asociativo.
4. Identificar temas relevantes de asesoría y capacitación para los artesanos en orfebrería, mediante reuniones con los distintos actores que permitan conocer sus diferentes falencias.
5. Establecer la relación costo-beneficio en cuanto a los precios de la materia prima, mediante el poder adquisitivo que se obtenga de manera individual o grupal de los artesanos en orfebrería.
6. Definir el mecanismo de cooperación adecuado para los artesanos en orfebrería con el fin de mejorar sus niveles de competitividad en el mercado local.

## **5. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.**

El trabajo asociativo, mejorará los niveles de competitividad de los artesanos en orfebrería del cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena.

## **6. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.**

Las variables son aquellas propiedades que poseen ciertas características o particularidades y son susceptibles de medirse u observarse, las variables indican los aspectos relevantes del fenómeno en estudio y que está en relación directa con el planteamiento del problema.

En un estudio experimental la variable dependiente es la característica que se investiga y que siempre debe ser evaluada, mientras que la variable independiente es la característica que se puede medir por separado y que puede ser causa de la variable dependiente.

El tema del proyecto de la presente de investigación es:

**“Incidencia del trabajo asociativo en los niveles de competitividad de los artesanos en orfebrería del cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, periodo 2013. Plan asociativo para los artesanos en orfebrería del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, periodo 2013”.**

Identificación de las variables:

**Variable Independiente:** Trabajo Asociativo

**Variable Dependiente:** Competitividad de los Artesanos en Orfebrería del Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena

**CUADRO # 2:** Operacionalización de las Variables.

HÍPOTESIS	VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTOS	
El trabajo asociativo, mejorará los niveles de competitividad de los artesanos en orfebrería del cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, Periodo 2013	<b>Variable Independiente</b>  Trabajo Asociativo	Arte de organizar el trabajo y crear mecanismos de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común, facilitando la división del trabajo, consolidándose como una excelente opción para incrementar la competitividad de las empresas, y lograr los resultados y la productividad mediante la Asociatividad. <b>MONCHÓN FRANCISCO (2004) Principios de economía, Madrid-España, Edit. Mc. Graw-hill.</b>	Organización del trabajo	Coordinación	¿Cómo artesanos orfebres se han organizado con el fin de formar una Asociación? ¿Conoce Ud. que los artesanos orfebres prestan sus servicios en sus talleres, ubicados en sus propios domicilios? ¿Cómo evalúa Ud. el lugar donde prestan sus servicios los orfebres? ¿Qué le parecen los productos que le ofrecen los orfebres del Cantón La Libertad? ¿De los atributos que poseen los productos orfebres en plata cuál considera Ud. que es el más importante? ¿Cree Ud. que los precios de los productos son accesibles? ¿Cómo valora Ud. la atención que recibe por parte de los orfebres del cantón La Libertad? ¿Con qué frecuencia realiza compras de artículos relacionados con la orfebrería? ¿Conoce Ud. otros lugares que le ofrezcan los mismos productos? ¿Podría Ud. mencionar cuales son los lugares donde adquiere productos similares? ¿Ud. ha comprado productos de orfebrería de plata a los artesanos del Cantón La Libertad? ¿Ha comprado algún producto similar? ¿Le gustaría que los orfebres del Cantón La Libertad se agrupen y ofrezcan sus productos de manera formal? ¿Considera Ud. que los artesanos orfebres a través de la formación de una agrupación tendrían la oportunidad de exportar sus productos?	Entrevista	
			Mecanismos de cooperación	Trabajo en equipo			Encuesta
			Esfuerzo conjunto	Diversidad de productos			Encuesta
			Búsqueda de objetivos	Participación de trabajadores			Encuesta
			División de trabajo	Cronograma de trabajo			Encuesta
			Competitividad	Posicionamiento en el mercado			Encuesta
			Logro de resultados	Cumplimiento de metas			Encuesta
			Productividad del trabajo	Logros Alcanzados			Encuesta
			Asociatividad	Rentabilidad			Encuesta

	<p><b>Variable Dependiente</b></p> <p>Competitividad de los Artesanos en orfebrería del Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena.</p>	<p>La competitividad es la capacidad que tiene una empresa de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado.</p>	<p>Rentabilidad</p> <p>Mercado</p> <p>Competidores</p> <p>Valor y cantidad del producto.</p> <p>Insumos</p> <p>Productividad</p> <p>Oferentes</p> <p>Producción</p>	<p>Ingresos</p> <p>Oferta Demanda</p> <p>Productos Servicios Satisfacción del cliente</p> <p>Costos Unidades</p> <p>Materia prima Maquinarias y equipos</p> <p>Promedio ventas</p> <p>Estrategias</p> <p>Aceptación del producto</p>	<p>¿Cree Ud. que mediante la venta de productos innovadores mejoraría la rentabilidad de los artesanos orfebres del cantón La Libertad?</p> <p>¿Con la agrupación de los artesanos orfebres, mejorarán los niveles de competitividad en el mercado local?</p> <p>¿Considera Ud. que mediante la agrupación de los artesanos orfebres mejorará la demanda de sus productos?</p> <p>¿Qué productos les gustaría que ofrezcan los artesanos orfebres del cantón La Libertad?</p> <p>¿Con los actuales productos o servicios que ofrecen los artesanos orfebres satisfacen las diferentes necesidades de los clientes?</p> <p>¿Considera Ud. que la calidad de los productos de los artesanos orfebres mejoraría al trabajar de manera conjunta y complementaria?</p> <p>¿Mediante la agrupación de los artesanos orfebres del cantón La Libertad, disminuirán sus costos de producción?</p> <p>¿Considera Ud. que con esta forma de agrupación podrán tener acceso a créditos para la compra de materia prima, maquinarias y equipos?</p> <p>¿Se debe plantear un promedio de ventas con el fin de conocer la productividad que tienen los artesanos orfebres?</p> <p>¿Considera necesaria la aplicación de estrategias innovadoras para ofrecer mejores productos?</p> <p>¿La producción de los artesanos orfebres goza de una buena aceptación por parte del mercado local?</p>	<p>Encuesta</p> <p>Entrevista</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Entrevista</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Entrevista</p>
--	---	--	---	--	--	---

Fuente: Dr. Carlos Méndez, libro "Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación".

Elaborado por: Ángela Andrade

## **CAPÍTULO I.**

### **MARCO TEÓRICO.**

#### **1.1. La Asociatividad.**

Los cambios estructurales acontecidos en el Ecuador desde la década del 90, han producido modificaciones en las condiciones en que opera la economía que han obligado a las Pymes a un replanteo estratégico para adaptarse a las nuevas exigencias competitivas.

La globalización económica si bien por un lado, brinda oportunidades de acceso a nuevos mercados como consecuencia de los avances en los flujos de información, tecnología y capital, por otro, para el sector de pequeñas y medianas empresas en particular, trae aparejado amenazas que exigen a las empresas un cambio de estrategias a fin de lograr una mayor eficiencia para afrontar la competencia. En este nuevo escenario, la forma de funcionamiento tradicional de las Pymes se ha visto en la necesidad de encarar procesos de reconversión para sobrevivir en el mercado.

No obstante ello, a pesar de la flexibilidad que caracteriza a este sector, una gran parte del mismo no ha podido afrontar con éxito las nuevas condiciones imperantes. Frente a esta realidad, el desarrollo de capacidades innovadoras, se convierte en un elemento fundamental para la búsqueda de una mayor competitividad.

La transformación requerida por las nuevas condiciones de la economía, tienen como fin superar la insuficiencia de escalas individuales, se orienta a incentivar los procesos asociativos entre las pequeñas y medianas empresas o entre las medianas empresas y empresas grandes.

Dada esta realidad, surge la necesidad de diseñar estrategias colectivas no sólo como herramienta apropiada para incrementar la competitividad, sino en algunos casos, como única alternativa de supervivencia para las micro y pequeñas empresas.

Asociar (del latín asociarse), es unir una persona a otra que colabore en el desempeño de algún trabajo, comisión o encargo. Juntar una cosa con otra para concurrir a un mismo fin.

VEGAS Juan (2000), “Informe de la Secretaría de la UNCTAD, Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo”, manifiesta:

“Surge como mecanismo de cooperación entre las empresas pequeñas y medianas que están enfrentando un proceso de globalización. Cada empresa 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” pág. 56

ROSALES R. (2005), “Estrategias Gerenciales para la Pequeña y Mediana Empresa” Editorial ECAFSA/THOMSON, 3era. Edición, México, manifiesta:

“La Asociatividad es un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, 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. 37.

POLIAK Raúl (2001), menciona:

“Asociatividad es el alto grado de autonomía gerencial que mantienen los participantes después de adoptar la decisión. Por ejemplo, la manera de emplear los recursos o beneficios obtenidos a partir de la asociatividad es de la incumbencia exclusiva de cada empresa, la cual debe responder ante el resto de participantes por la cuota parte de los esfuerzos acontecidos. Pág. 152.

KAGAMI M. (1995) “Instituto de economía”, Edición, América latín:

“Bajo esta modalidad los directivos de las empresas no son obligados a compartir información que estimen confidencial para sus compañías, como en el caso de la cooperación compulsiva de las redes verticales, o las exigencias de las alianzas estratégicas”. Pág. 44.

ROSALES R. (2006), considera:

“La Asociatividad como Estrategia de Fortalecimiento de las PYMES”, Revista SELA, menciona “una distinción adicional de la Asociatividad, es el carácter amplio de actividades de cooperación que puede abarcar. La asociatividad se puede establecer para múltiples propósitos desde el financiamiento hasta la investigación conjunta de determinado problema y, al mismo tiempo, abarcar las diferentes etapas de los procesos básicos de las empresas, a saber, diseño, manufactura, comercialización, servicio post-venta, entre otros” pág. 80.

CHIRIBOGA M. y ARELLANO J. (2004), “Diagnóstico de la comercialización agropecuaria en Ecuador implicaciones para la pequeña economía campesina”, Editorial VECO define:

“En la asociatividad tampoco hay restricciones para la participación en cuanto al tipo de actividad que desempeñe la empresa participante. 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”. Pág. 72

### **1.1.1. Asociatividad Empresarial.**

Las pequeñas y medianas empresas ecuatorianas tienen en frente una gran fuente de oportunidades generadas por la globalización y el avance tecnológico, las cuales deben ser aprovechadas a tiempo y con eficiencia, para ello, deben cambiar sus estructuras estratégicas y buscar su internacionalización. Estas estrategias deben fomentar el crecimiento y permanencia en el tiempo, con mejores niveles de competitividad y productividad.

Una de esas estrategias es la Asociatividad Empresarial que busca desarrollar redes para optimizar recursos en las organizaciones, lograr economías de escala, mejorar el nivel de negociación entre fusiones y lograr la internacionalización de los participantes.

En otras palabras, las empresas que pertenecen a las redes empresariales cooperan entre sí en algunas actividades sin que eso impida que compitan entre ellos, en un mismo mercado. Este tipo de redes nace con el objetivo de superar retos comunes como, por ejemplo, disminuir las barreras para la exportación y explotar oportunidades en mercados internacionales, lanzamiento de nuevos productos, innovación continua.

VEGAS RODRÍGUEZ JUAN (2000), “Informe de la Secretaría de la UNCTAD, Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo”, define:

“La Asociatividad empresarial es un proceso que pretende la cooperación interempresarial (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”. pág. 45

VILLARÁN (2000) “Asociatividad en PYMES”, señala que:

“En muchos casos la asociatividad es vista como un asunto de urgencia para reorganizar la estructura productiva del país. La asociación de un grupo de productores atomizados generaría beneficios en torno al sistema productivo, lo que redundaría en una mayor eficiencia en la producción y en el fortalecimiento de la dinámica empresarial. Para él, una de las mayores fortalezas del significado de asociatividad es su relación con el concepto de “capital social” entendido como: “un atributo comunitario que engloba aspectos de la vida social como son las redes sociales, normas y confianza mutua, las cuales son formas más objetivas de alcanzar objetivos y metas comunes de los individuos que gozan de ese capital social” Pág. 98.

### **1.1.2. Importancia de la Asociatividad.**

Dentro de las empresas, se toman decisiones de diferente naturaleza a partir de la información y recursos disponibles y en función de los objetivos a alcanzar, entre esos objetivos está el crecimiento, en el que, la empresa busca incrementar las operaciones aumentando el número de productos que ofrece o los mercados que atiende, esto se logra a través de tres estrategias, que son:

- a. La concentración (enfoque a línea principal de negocios o mercado).
- b. Integración vertical (control de proveedores y clientes).
- c. Y, la integración horizontal (combinando operaciones con la competencia).

En el medio ambiente que rodea a las empresas, la mayoría de gente desea una mayor y mejor sociabilidad, sin embargo, las personas dan más importancia al esfuerzo individual para su bienestar, olvidándose de que según: El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Asociatividad y Capital Social, Santiago de Chile, Fyrma Gráfica, (2000), en “identidad individual no puede ser elaborada en forma aislada, ello remite siempre a identidades colectivas. Es, pues la afirmación misma de la libertad individual la que conduce a preocuparse del vínculo social.” Pág. 109.

Este vínculo social se convierte en capital cuando el aporte creativo de determinadas organizaciones dinamiza la vida social a través de redes donde la confianza social y las de cooperación son sólidas y contribuyen al bienestar general.

Las relaciones de confianza y de compromiso permiten:

1. Compartir información y disminuir así la incertidumbre acerca de la conducta de los otros.
2. Reducir la tentación de actitudes oportunistas mediante la coordinación.

3. Gracias al carácter reiterativo de la cooperación, incentivar la prosecución de experiencias exitosas; y fomentar una toma de decisión colectiva y así se logran resultados equitativos para todos los participantes.

Esta realidad también se aplica a las pequeñas y medianas empresas, que deben superar patrones mentales, donde, se establece la existencia de un sólo ganador y muchos perdedores en la búsqueda del crecimiento; en tal situación, estas empresas para superar los efectos de la apertura, deben, reestructurar sus sistemas productivos a través de estructuras flexibles, promoviendo la Asociatividad y la articulación productiva en todos los niveles.

Para las PYME, la Asociatividad es “un mecanismo de cooperación, 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.” La Asociatividad es un elemento de gran importancia, ya que constituye un mecanismo de agregación de intereses exclusivo para las pequeñas y medianas empresas.

Las grandes empresas apelan a la cooperación a través de alianzas estratégicas y aun cuando una misma empresa pueda mantener múltiples alianzas, siempre y cuando exista un acuerdo específico entre dos partes y no hay, en consecuencia, el carácter colectivo. Muchas veces el individuo no puede solicitar préstamos o crédito, puesto que no tiene una firma colateral. Así mismo los pequeños artesanos que ofrecen una limitada cantidad de productos, por lo regular no reciben buen precio por sus productos, ya que no se encuentran constituidos.

RURALTER-Snv-Intercooperation-Agraria (2008):

“Estudio regional sobre factores de éxito de empresas asociativas”. Al estar asociados estos artesanos tendrán la posibilidad de realizar alianzas estratégicas con otros gremios que se interesen en ofertar los productos, y de esta manera realizar esquemas organizacionales en la búsqueda de mayor eficiencia en todos los ámbitos. Pág. 88.

### **1.1.3. La Asociatividad como estrategia competitiva.**

La idea de asociarse se vuelve cada vez más popular entre las pequeñas y medianas empresas que buscan en esta alternativa el fortalecimiento de sus oportunidades en el mercado en que se desenvuelven, ya que es un mecanismo donde cada una de ellas mantiene su autonomía jurídica y gerencial, en busca de un objetivo común.

La asociatividad permite el esfuerzo colectivo de varias empresas que se unen para solventar problemas comunes y se lleva a cabo mediante la acción voluntaria de los participantes. El modelo asociativo surge como uno de los mecanismos de cooperación que persigue la creación de valor a través de la solución de problemas comunes originados fundamentalmente por la insuficiencia del tamaño de las empresas, por lo que resulta difícil la incorporación de tecnologías, la penetración a nuevos mercados, el acceso a la información, entre otros.

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 jerarquía.

Con el objeto de aprovechar y potenciar las fortalezas de cada uno de los integrantes, el modelo asociativo posibilita desarrollar proyectos más eficientes, minimizando los riesgos individuales. Las entidades asociadas, generalmente, mediante la implementación de acciones conjuntas mejoran la competitividad e incrementan la producción a través de alianzas entre los distintos agentes que interactúan en el mercado incrementando las oportunidades de crecimiento individual y colectivo.

El modelo asociativo en general, sin dejar de lado la autonomía de las empresas participantes, posibilita el direccionamiento de la empresa, resolución de problemas comunes, tales como:

- Reducción de costos
- Incorporación de tecnología
- Mejora del posicionamiento en los mercados
- Acceso a mercados de mayor envergadura
- Capacitación de recursos humanos
- Incremento de productividad
- Acceso a recursos materiales y humanos especializados
- Desarrollo de economías de escala
- Disponibilidad de información
- Captación de recursos financieros
- Optimización de estándares de calidad
- Desarrollo de nuevos productos
- Ventajas competitivas
- Mejora de las posibilidades de negociación con clientes y proveedores.

#### **1.1.4. Proceso de Asociatividad.**

Para la formación de un grupo asociativo es necesario distinguir diferentes fases que podemos clasificar de la siguiente manera:

- Etapa de gestación
- Etapa de estructuración
- Etapa de madurez
- Etapa productiva o de gestión
- Etapa de declinación

##### **1.1.4.1. Etapa de gestación.**

Durante este periodo se despierta el interés de los participantes al iniciarse un proceso de acercamiento. Aquí comienzan las acciones para la creación e integración del grupo asociativo, se analiza el potencial de cada una de las empresas o integrantes, las ventajas de llevar adelante el proyecto.

#### **1.1.4.2. Etapa de estructuración.**

En esta etapa, los empresarios ya han definido su rol dentro del grupo y han aceptado al mismo como herramienta para alcanzar el o los objetivos planteados. En este momento se definen las estrategias a seguir para el logro de los objetivos comunes.

#### **1.1.4.3. Etapa de madurez.**

A esta altura del proceso de desarrollo, los empresarios ya han definido pautas de organización del grupo, el mismo ha adquirido identidad como tal, y existe claridad sobre las acciones a seguir. En esta etapa se define la forma jurídica, basándose en las necesidades planteadas por la actividad a desarrollar. Así se crean las bases para la auto-sostenibilidad del grupo.

#### **1.1.4.4. Etapa productiva o de gestión**

Este es el periodo donde se llevan a cabo las acciones para la obtención de los resultados esperados. Los procesos operativos internos se agilizan para llevar adelante la gestión empresarial.

#### **1.1.4.5. Etapa de declinación.**

Esta etapa comienza cuando los rendimientos de la gestión disminuyen y la relación costo beneficio del accionar del grupo es negativa. Es aquí donde deberá tomarse la decisión de desintegrar el grupo o iniciar nuevos proyectos.

#### **1.1.5. Tipos de Asociatividad.**

La asociatividad puede adoptar diversas modalidades, dependiendo del objetivo por el cual se fusionan determinadas organizaciones, cada modalidad implica diversas formas de participación de los actores y genera mayores o menores responsabilidades.

El movimiento asociativo ha comenzado a desarrollarse con mayor impulso, en los últimos años despertando el interés de diferentes actores. En este escenario es posible identificar una amplia gama de relaciones interempresariales. Entre ellas podemos mencionar relaciones de empresas con proveedores, con clientes, pequeños y medianos empresarios entre sí, Pymes con instituciones intermedias, Pymes y el Estado, entre otras.

En este contexto, es conveniente destacar otras estrategias colectivas que, si bien persiguen objetivos similares, presentan algunas diferencias con los proyectos asociativos.

Entre las más difundidas podemos citar a las cooperativas que son una de las prácticas más difundidas desde el último siglo. Entre las diferencias más significativas con la asociatividad, se destacan, la propiedad del patrimonio, la vigencia de la forma jurídica de los participantes, la distribución de utilidades, entre otras.

Asimismo podemos mencionar las redes verticales que constituyen una posibilidad de crecimiento para las pequeñas y medianas empresas a través de la participación en cadenas de producción con grandes firmas, que son las que, en la mayoría de los casos, establecen las condiciones.

Para realizar un tipología referida a las modalidades de asociatividad seguimos a ROSALES Ramón (2008), cuando manifiesta:

“Dado el amplio espectro de actividades que pueden desarrollarse a través de la asociatividad y las múltiples combinaciones organizacionales que se pueden adoptar para llevar a cabo el esfuerzo colectivo, es conveniente estructurar una especie de tipología de la asociatividad” pág. 97

Los diferentes tipos de asociatividad pueden agruparse atendiendo a varios criterios, a saber:

1. En función de las diferentes fases del proceso empresarial: del diseño a la comercialización.
2. En relación a cada una de las funciones básicas que existen en cualquier empresa: financiamiento, aprovisionamiento, recursos humanos, servicios, etc.
3. Según el alcance de la asociatividad: geográfico, sectorial, especializado, diversificado, integral, etc.

Las relaciones asociativas pueden tener su origen en una amplia gama de objetivos que van desde simples uniones para operaciones concretas hasta uniones perdurables en el tiempo para operaciones recurrentes. En la práctica según la profundidad y duración de la asociación, la relación puede ir desde la informalidad hasta la constitución de figuras jurídicas específicas.

En nuestro país, la ley 19.550 de Sociedades Comerciales y sus modificaciones, prevé la constitución de Uniones Transitorias De Empresas (UTE) y Asociaciones de Colaboración Empresarial (ACE). La primera consiste en la unión de dos o más empresas para el desarrollo o ejecución de una obra, servicio o suministro concreto, dentro o fuera del país, compartiendo las pérdidas o ganancias producidas por la ejecución de la actividad en forma conjunta.

Las Asociaciones de Colaboración Empresarial se constituyen cuando dos o más empresas establecen una organización común con la finalidad de facilitar o desarrollar determinadas fases de la actividad empresarial de sus miembros o de perfeccionar o incrementar el resultado de tales actividades.

ROSALES R. (2006), “La Asociatividad como Estrategia de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas”, Revista SELA manifiesta:

“La Asociatividad puede adoptar diversas modalidades, dependiendo del objetivo por el cual se producen que van desde simples uniones para operaciones concretas hasta uniones perdurables en el tiempo para operaciones recurrentes. En la práctica según la profundidad y duración de la asociación, la relación puede ir desde la informalidad hasta la constitución de figuras jurídicas específicas”. Pág. 58

Los diferentes tipos de Asociatividad pueden agruparse atendiendo diversos tipos de criterios, que se detallan a continuación:

**Asociatividad horizontal:** Es aquella que se da entre empresas competidoras que operan en la misma actividad productiva. El objetivo es lograr economías de escala o reducir excesos de capacidad.

**Asociatividad vertical:** Vincula a empresas que operan en industrias separadas que se encuentran verticalmente integradas en la misma cadena productiva. El objetivo es de complementación.

**Asociatividad gremial:** Forma asociativa evolucionada y eficaz, conformada por microempresarios individuales y también corporativos, que está orientada a la representación y servicios. En la práctica sobre agremiación, encontramos a las cooperativas de ahorro y crédito, federaciones y confederaciones que existen en el sector financiero.

**Subcontratación:** Son relaciones verticales, entre los distintos eslabones de la cadena de valor. En muchos casos, se trata de pequeñas o medianas empresas que orientan su producción a clientes grandes.

**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.

**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.

**Distritos industriales:** Son aglomeraciones regionales de un número de empresas de una rama de la industria que se complementan mutuamente y cooperan de manera intensiva para fortalecer la competitividad de la aglomeración.

**Núcleos empresariales:** Son equipos de trabajo formados por empresarios del mismo rubro o de rubros diferentes con problemas a superar en común, que se unen para compartir experiencias y buscar soluciones en conjunto.

**Pools de compra:** Son grupos de empresas que necesitan adquirir productos o servicios similares y se reúnen con el objeto de aumentar el poder de negociación frente a los proveedores.

**Redes de servicios:** Son grupos de personas de una misma profesión pero con diferentes especialidades, o un conjunto de instituciones que organizan un equipo de trabajo interdisciplinario para cubrir integralmente la necesidad de potenciales clientes.

**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.

**Grupos de exportación:** Es cuando varias empresas de un mismo sector se agrupan para encarar juntas un proyecto de exportación y cuentan con un coordinador que las va guiando en el trazado de una estrategia que le permita al grupo colocar sus productos en el exterior. En general, se logra reducir costos en aspectos que van desde el armado del proyecto exportador y el acceso a la información sobre mercados hasta la promoción y la comercialización del producto. También les posibilita a los integrantes del grupo mejorar la oferta, tener un mayor poder de negociación y armar una imagen comercial fuerte frente a sus clientes.

**Consortios:** El Art. 445 de la Ley General de Sociedades establece que el contrato de consorcio 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. Los Consortios se pueden formalizar legalmente sin que las empresas pierdan su personería jurídica pero con una gerencia común.

#### **1.1.6. Beneficios Generales de la Asociatividad.**

La asociatividad es un mecanismo de cooperación entre empresas independientes, 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. Los modelos asociativos constituyen una estrategia que permite lograr el desarrollo sustentable de la Pequeña y Mediana Empresa, especialmente, en un contexto tan complicado como el que vive actualmente la economía mundial.

CHIRIBOGA M. y ARELLANO J. (2004), “Diagnóstico de la comercialización agropecuaria en Ecuador implicaciones para la pequeña economía campesina”, Editorial VECO. En los ámbitos económicos, políticos y socio culturales se pueden considerar:

**Económico:** Los beneficios surgen de la decisión de afrontar riesgos de un nuevo proyecto, mejoras tecnológicas para los asociados, diferenciación del producto, servicio, o forma de comercialización.

**Ámbito político:** La adopción del criterio “la unidad hace la fuerza”, permite obtener mayor representatividad o apoyo ante organismos públicos o privados, conseguir apoyo financiero, legal o estatal, entre otros.

**Social y cultural:** Se considera que la asociatividad permite generar cultura sobre comportamiento organizacional, espacios para compartir o desarrollar conocimientos, innovaciones o mejoras, también lograr mayor flexibilidad en la organización enfocada a la dinámica y necesidades del mercado.

### **1.1.7. Niveles de Asociatividad.**

Es bien sabido que las micro y pequeñas empresas tienen un papel clave en la generación de empleo y en el desarrollo de economías regionales, no obstante ello, son las grandes empresas las que, dada su escala poseen la discrecionalidad de fijar precios y condiciones en base a sus estructuras de costos y beneficios.

El movimiento asociativo ha comenzado a desarrollarse con mayor impulso, fundamentalmente en los últimos años despertando el interés de diferentes actores. En este escenario es posible identificar una amplia gama de relaciones interempresariales. Entre ellas podemos mencionar relaciones de empresas con proveedores, con clientes, pequeños y medianos empresarios entre sí, Pymes con instituciones intermedias, Pymes y el Estado, entre otras.

**Primer Nivel:** Exclusivo de empresarios o consumidores, que buscan optimizar sus intereses por medio de asociaciones diversas, con una orientación hacia el interior basada en su autodeterminación y propia responsabilidad.

**Segundo Nivel:** Orientada a representar sus intereses frente al gobierno, a las propias empresas y otros actores sociales principalmente gremios de empresarios y también de consumidores.

**Tercer Nivel:** Conformación de sus propios entornos por medio de la cooperación y el establecimiento de redes con instituciones públicas y privadas, estas pueden ser incluso mixtas de empresarios y consumidores con el Estado.

### **1.1.8. Objetivos Asociativos.**

En el enfoque planteado, la asociatividad es una estrategia de índole empresarial que posibilita el logro competitivo, que de forma individual difícilmente se puede alcanzar. La decisión de hacerlo de forma conjunta persigue los siguientes objetivos:

### **Mejorar la productividad de las empresas, lo que implica:**

1. Aumentar la cantidad y calidad de la producción al menor costo.
2. Acceder y optimizar el uso del capital, mano de obra calificada, tecnología y capacidad de gestión con esfuerzos compartidos en espacios de aprendizaje empresarial.

### **Aumentar su posicionamiento en el mercado interno y externo, lo que incluye:**

1. Acceso a la tecnología de información, oportunidades y captura de nuevos clientes.
2. Acceso a nuevos procesos en un ambiente de aprendizaje.

Considerando el interés del Estado por encontrar formas asociativas que apoyen la competitividad de las empresas; este es enfocado como una estrategia de lucha contra la pobreza, más que de mejora en la calidad de vida de los sectores participantes, que implicaría la generación de empleo de calidad y contribución a la seguridad económica de la población.

#### **1.1.9. Ventajas de la Asociatividad.**

El modelo asociativo en general, sin dejar de lado la autonomía de las empresas participantes, posibilita la resolución de problemas comunes, trayendo como ventajas las siguientes:

1. Resolver y enfrentar problemas de manera conjunta manteniendo la autonomía de los participantes.
2. Mejora la competitividad y la productividad, ya que permite:
  - a. Economía de recursos
  - b. Incorporación de Tecnología
  - c. Aumento del Poder de negociación con clientes y proveedores

- d. Amplia la cobertura de la negociación
  - e. Reducción de costos
  - f. Mejora el posicionamiento en los Mercados
3. Aprovecha las oportunidades, neutraliza las amenazas, pone a su disposición sus fortalezas y disminuye sus debilidades.
  4. Adopta diversas modalidades jurídicas, organizaciones y/o empresariales, es decir que existen diferentes tipos de asociatividad, tales como franquicias, subcontratación, etc.
  5. Promueve el uso y el desarrollo de la complementariedad.
  6. Amplia la cobertura de la promoción. Más oportunidades
  7. Aprendizaje por intercambio de experiencias.
  8. Se genera en las empresas y en los empresarios varios "Efectos Secundarios":
    - a. Mentalidad más abierta
    - b. Mayor confianza
    - c. Una Visión a más largo plazo
    - d. Mayor integración
    - e. Mayor positivismo
    - f. Más dinamismo

#### **1.1.10. Características de Asociatividad.**

Las características de la asociatividad le otorgan a este mecanismo de cooperación inter-empresas una alta flexibilidad de afiliación, operación y ámbito de acción que puede ser empleado tanto por empresas insertadas en redes verticales u horizontales, o incluso para aquéllas que no pertenezcan a ninguna red.

ROSALES R. (2007), "La Asociatividad como Estrategia de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas. Revista SELA, manifiesta:

“La Asociatividad es el alto grado de autonomía gerencial que mantienen los participantes después de adoptar la decisión, se puede establecer para múltiples propósitos desde el financiamiento hasta la investigación conjunta de determinado problema y, al mismo tiempo, abarcar las diferentes etapas de los procesos básicos de las empresas, a saber, diseño, manufactura, comercialización, servicio post-venta, entre otros”. pág. 59.

Entre las principales características tenemos:

**CUADRO # 3:** Características de Asociatividad.

<b>Características de Asociatividad</b>	
1.	La Asociatividad es un mecanismo de cooperación típico de las pequeñas empresas y medianas empresas.
2.	Las más grandes recurren a alianzas estratégicas que generalmente se concretan entre dos actores, y no existe, por lo tanto, el carácter colectivo de la asociatividad.
3.	Su incorporación es voluntaria: ninguna empresa es forzada a integrar un grupo, sino que lo hace cuando tiene la convicción de que puede generarle oportunidades de crecer y mejorar.
4.	No excluyen a ninguna empresa por el mercado en el cual operan: estos modelos son aplicables a cualquier tipo de empresa, sin importar a qué industria pertenecen.
5.	Según el tipo de asociatividad que se adopte, puede estar enfocado a un determinado rubro o incorporar socios de actividades diversas.
6.	En el caso de los grupos asociativos, cada empresa mantiene su autonomía, y decide qué hacer con los beneficios que obtiene del proyecto.

**Fuente:** ROSALES R. (2007)  
**Elaborado por:** Ángela Andrade

## **1.2. Competitividad.**

Pineiro (2007), manifiesta:

“La competitividad es un concepto que no tiene límites precisos y se define en relación con otros conceptos. La definición operativa de competitividad depende del punto de referencia del análisis -nación, sector, firma-, del tipo de producto analizado -bienes básicos, productos diferenciados, cadenas productivas, etapas de producción- y del objetivo de la indagación -corto o largo plazo, explotación de mercados, reconversión y demás”. Pág. 33

Alic, (1997), “Significa la capacidad de las empresas de un país dado para diseñar, desarrollar, producir y colocar sus productos en el mercado internacional en medio de la competencia con empresas de otros países”. Pág. 28

European Management Forum, (2005), indica:

“La competitividad industrial es una medida de la capacidad inmediata y futura del sector industrial para diseñar, producir y vender bienes cuyos atributos logren formar un paquete más atractivo que el de productos similares ofrecidos por los competidores: el juez final es el mercado”. Pág. 64.

Haguenauer, (1990), menciona: “Es la capacidad de una industria o empresa para producir bienes con patrones de calidad específicos, utilizando más eficientemente recursos que empresas o industrias semejantes en el resto del mundo durante un cierto período de tiempo”, Pág. 20

### **Algunas definiciones de la economía nacional**

Urrutia, (2004), determina:

“Una economía es competitiva en la producción de un determinado bien cuando puede por lo menos igualar los patrones de eficiencia vigentes en el resto del mundo, en términos de la utilización de recursos y de la calidad del bien. Es la capacidad de responder ventajosamente en los mercados internacionales”. Pág. 54.

(Ten Kate, 1995), indica: “La competitividad comercial es la capacidad de un país para competir eficazmente con la oferta extranjera de bienes y servicios en los mercados doméstico y extranjero”. Pág. 15

### **1.2.1. Importancia de la competitividad en la industria.**

El concepto de competitividad se puede definir desde distintos enfoques teóricos. A través del tiempo este concepto ha evolucionado acorde a las distintas necesidades, es decir, a naciones, industrias, empresas y a sus respectivas épocas.

El concepto de competitividad se concibe desde la economía clásica a través de los estudios de Adam Smith (1776), el cual afirmaba que cada país debería especializarse en producir aquellas mercancías en las que tenga ventaja absoluta, y David Ricardo (1817). Este autor proponía la teoría de los costos comparativos donde sostenía que cada país debería especializarse en aquellos productos que tuvieran un costo comparativo más bajo e importar aquellos cuyo costo comparativo fuese más elevado.

En esta arista, la especialización, fuente de ventajas, se orienta por la dotación de factores. Tras los esfuerzos de comprender el comportamiento de los mercados en competitividad de costo comparativo autores de enfoque keynesiano, como Kaldor (1958) y Fagerberg (2009) afirman que la competitividad costo depende de la variación conjunta de salarios, tipo de cambios y productividad de trabajo.

Con esta visión de competitividad de costos la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 1995) considera que la competitividad es el grado en que un país puede, en condiciones de libre mercado, producir bienes o servicios que superen la prueba de los mercados internacionales, al mismo tiempo que expande la renta real de la población en el largo plazo y su grado de especialización.

Tras el desarrollo de los estudios de costos comparativos y con base en la teoría de Ricardo (2004) de la ventaja comparativa nace el modelo de Hecksher-Ohlin (1971) que habla de la especialización en bienes de exportación que requieran grandes cantidades de los factores de producción e importar bienes que utilizan factores de producción escasos. En esta teoría, el comercio resulta de que los distintos países tienen diferentes dotaciones de factores: hay países con abundancia relativa de capital y otros con abundancia relativa de trabajo. Y la competitividad ya no sólo en costo sino también en precio.

Cuando la competitividad de precio ya no radica solamente en mano de obra barata sino en la capacidad de generar conocimiento surgen ideas de forma estructural donde autores como Aglietta (1981), Orlean (1981) y Oudiz (1981), logran observar que el factor explicativo de la competitividad es en el grado de especialización, y en la forma de regulación salarial puesto que definen el grado de especialización del capital humano.

Cuando la especialización genera nuevos productos y nuevo conocimiento, ésta deriva en procesos de innovación. En esta brecha el análisis de la competitividad incorpora la variable tecnología, la cual enfatiza la contribución de los conocimientos generados en la competitividad. En este enfoque de la competitividad existen autores del paradigma evolucionista como Nelson (1992), Dossi, Pavitt y Soette (1990) que afirman que la innovación de procesos productivos y de productos está en función de la naturaleza de los paradigmas tecnológicos y estrategias específicas, y que son éstos los que explican la competitividad y los diferenciales entre países. En esta perspectiva, la participación en los mercados internacionales está determinada por la competitividad tecnológica del país, la ventaja comparativa es la que explica el flujo de comercio entre países, y la especialización se da por las capacidades tecnológicas presentes en el país o en el sector.

El análisis es a nivel industria, en específico de la industria metalúrgica donde se elaboran diferentes productos orfebres.

Villareal (2001) habla de que el modelo de apertura comercial permite que las empresas adopten retos de competitividad y también permite una asignación de recursos más eficiente. Pero de acuerdo con el autor en el caso de México esta afirmación no funciona así pues México es uno de los países con más acuerdos de libre comercio y uno de los menos competitivos debido a la falta de un enfoque de competitividad sistémica integral. Pág. 35.

“En la nueva economía del conocimiento y la globalización de los mercados la ventaja competitiva ya no radica en la mano de obra barata y los recursos naturales, sino en la capacidad de aprender e innovar, esto es, en el capital intelectual y la competitividad sistemática o integral: empresa-industria-gobierno-país” (Villareal, 2001:5).

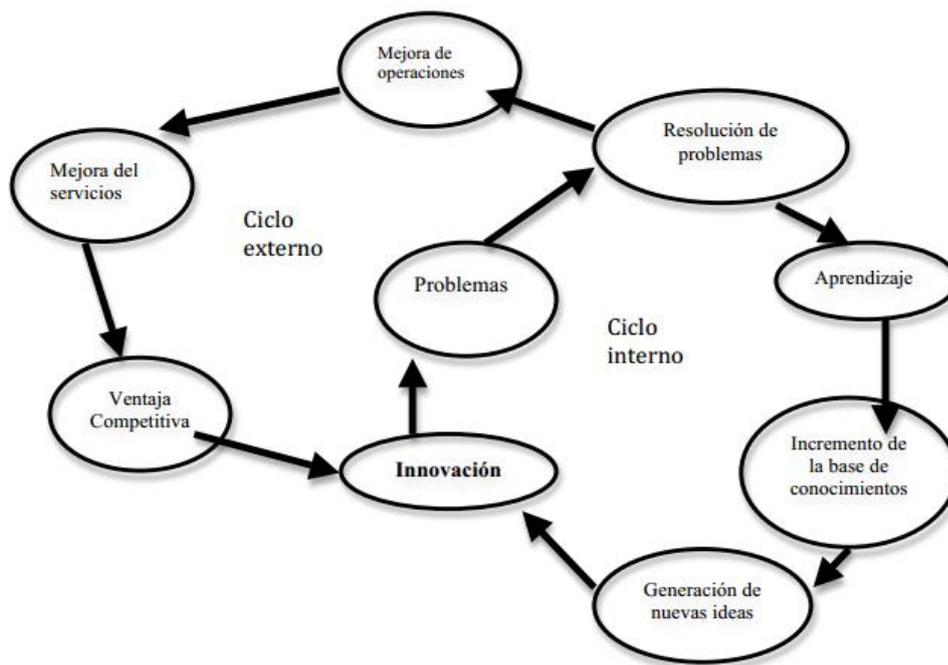
### **1.2.2. El papel de la innovación en la competitividad.**

“La competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar” (Porter, 2009:163). La innovación está ligada con los permanentes cambios en la tecnología y a su vez con la competitividad. La generación de nuevas ideas aplicadas a la industria e introducidas de manera exitosa al mercado, suelen incrementar la productividad de la industria. Se considera que el impacto de la innovación sobre la competitividad es positivo, siempre y cuando la innovación a realizar haya sido resultado de un estudio previo de gestión tecnológica, tal como explicaron Costa et. al. (2000) e Hidalgo (2002).

De acuerdo con Costa et al. (2000) la capacidad de innovación basada en nuevos conocimientos económicos y entendida en sentido amplio, es una variable crucial para la competitividad de una actividad tecnológicamente madura y que afronta una fuerte presión de la competencia exterior. De acuerdo con Hidalgo (2002) para comprender la relación entre innovación y competitividad debemos entender el ciclo de innovación y conocimiento que tiene como inicio una relación causal donde se sabe que los problemas que se generan o presentan en la organización tienen una solución y de ahí se deriva en aprendizaje.

En el gráfico 1 se observa el ciclo de interacción de la innovación-competitividad, a partir de la detección de problemas, al buscarles la solución se buscan mejoras y genera conocimiento. Este cuadro tiene dos ciclos, el ciclo interno es la capacidad que se tiene para asimilar nuevos conocimientos. Para relacionar la innovación con la competitividad se relaciona este ciclo interno con un ciclo externo. De acuerdo con Hidalgo (2002) la competitividad se incrementa cuando la solución a los problemas conduce a mejoras en la estructura operativa. “Esta relación pone de manifiesto que las empresas más competitivas deben ser las más innovadoras si quieren conservar su ventaja competitiva” Hidalgo (2002).

**GRÁFICO # 1:** Interacción de la Innovación y Competitividad.

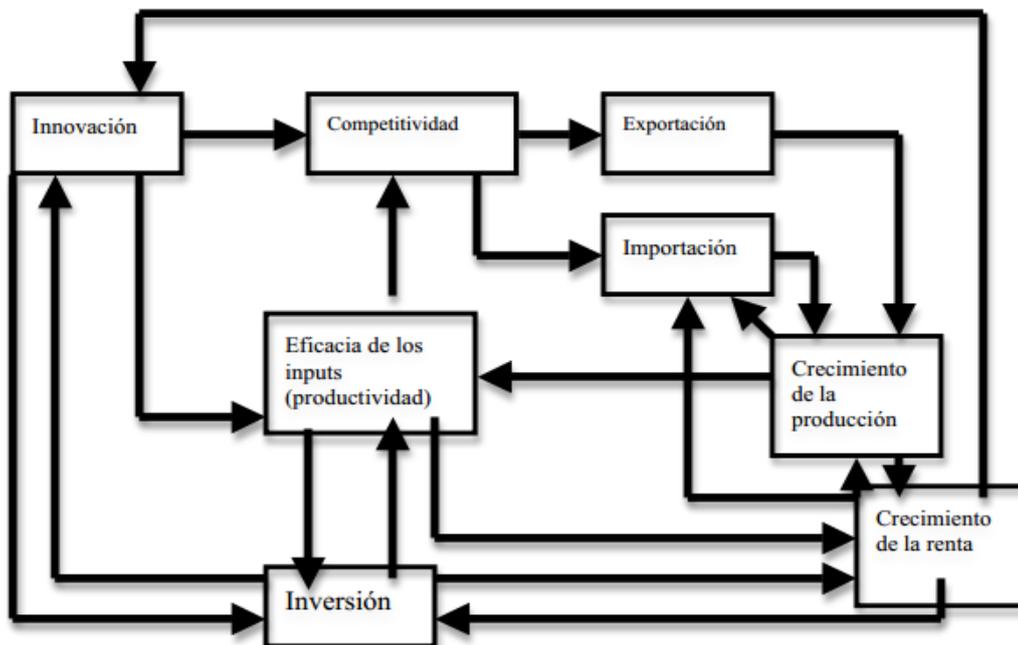


**Fuente:** Hidalgo 2002  
**Autor:** Ángela Andrade

En el gráfico 2 se encuentra representada la relación de innovación y competitividad, donde la innovación aumenta a la competitividad a través del aumento de exportación y disminución de importaciones, o a través de aumento de la productividad.

Esta figura de Dossi, Pavit y Soete (1990) demuestra que la innovación es un elemento clave para explicar el comportamiento de la competitividad. Este apartado inicia con una afirmación de Porter (2009) al hablar de la capacidad de la industria para innovar y mejorar como condición para la obtención de ventajas competitivas lo cual se puede observar en el gráfico 1 y 2, donde la creación de innovaciones resulta ser una ventaja para la competitividad.

**GRÁFICO # 2:** Relación de Innovación – Competitividad.



Fuente: Dosi, Pavit y Soete (2005)  
 Autor: Ángela Andrade

En el mismo sentido Bárcena (2009) señala que las economías que han logrado dar un salto significativo hacia adelante en su desarrollo lo han hecho diversificando su estructura productiva y su perfil exportador, a través de la innovación y el aprendizaje. La expositora enfatizó que ante la magnitud de los desafíos actuales es necesario mantener y expandir la competitividad auténtica, es decir, aquella basada en la tecnología e innovación y que garantiza un crecimiento compatible con una mejor distribución del ingreso y con la protección del medio ambiente.

En este tenor de ideas durante el tercer encuentro del Foro de Competitividad de las Américas celebrado en Santiago Chile en el 2009 se mencionó acerca de la necesidad de innovar para generar nuevos espacios competitivos.

En el mismo sentido Bárcena (2009), señaló que las economías que han logrado dar un salto significativo hacia adelante en su desarrollo lo han hecho diversificando su estructura productiva y su perfil exportador, a través de la innovación y el aprendizaje. La expositora enfatizó que ante la magnitud de los desafíos actuales es necesario mantener y expandir la competitividad auténtica, es decir, aquella basada en la tecnología e innovación y que garantiza un crecimiento compatible con una mejor distribución del ingreso y con la protección del medio ambiente.

En este sentido para el caso de la industria azucarera, Bravo (2006) señaló que ésta ha tenido en los últimos 50 años un atraso tecnológico que ha impactado en la competitividad de la industria. En este tenor de ideas, para efectos de esta tesis, conforme a la literatura analizada, se parte de que la competitividad de una industria está estrechamente relacionada con la actividad de innovación.

Porter (1990) considera que la innovación incluye tecnologías, métodos y formas de hacer las cosas. La innovación se puede dar en cualquier actividad de la cadena de valor y la empresa consigue ventajas competitivas mediante las innovaciones. “Las empresas o industrias consiguen ventajas competitivas mediante las innovaciones. Las innovaciones crean ventajas competitivas porque captan una oportunidad de mercado totalmente nueva y sirven a un sector de mercado del que otros han hecho caso omiso” (Porter, 2003: 171).

Se entiende por innovación la creación de productos y procesos vinculados al cambio tecnológico para lograr ventajas competitivas en el mercado. En específico para la industria metalúrgica que se enfoca en la elaboración de artesanías, para tal efecto se requiere proponer un aproximado de la actividad de innovación del producto.

### **1.2.3. Análisis de la Competencia y la Competitividad.**

El análisis de la competencia es un aspecto clave del necesario seguimiento de los mercados, éste aborda la evaluación de las fortalezas y debilidades de los competidores actuales y de los potenciales.

#### **1.2.3.1. Ranking de Competidores.**

Una técnica muy utilizada, es la caracterización y clasificación de los competidores principales según los siguientes pasos: definir el negocio, el alcance y la naturaleza del negocio.

- Determinar quiénes son los competidores.
- Determinar quiénes son los clientes y qué beneficios esperan.
- Determinar cuáles son los factores clave de éxito en el negocio.
- Clasificar los factores clave de éxito, dando a cada uno una ponderación. La suma de todos los pesos debe ser igual a uno.
- Cuantificar a cada competidor según cada uno de los factores clave de éxito, esto se puede mostrar en una matriz de dos dimensiones, los competidores en uno de los ejes y los factores de éxito en el otro.
- Multiplicar cada celda de la matriz por el factor de ponderación.
- La suma en columnas da una evaluación ponderada del potencial de cada competidor.

#### **1.2.3.2. Perfiles de los Competidores**

Otra técnica común es crear perfiles detallados de cada uno de los principales competidores. Estos perfiles aportan una descripción detallada de los antecedentes conocidos de la competencia, incluyendo aspectos de sus finanzas, productos, mercados, instalaciones, personal y estrategias. Esto implica recopilar parámetros como los siguientes:

### **Estructurales.**

- Ubicación de las oficinas, plantas y presencia en Internet.
- Historia - personalidades clave, fechas, eventos y tendencias.
- De propiedad, gobierno corporativo y su estructura organizativa.

### **Financiero.**

- Ratios de rentabilidades, política de dividendos, balance, liquidez y flujo de caja.
- Perfil de crecimiento de los beneficios; tipo de crecimiento (orgánico o adquisiciones).

### **Productos.**

- Relación de principales productos ofrecidos, portafolio, diversidad y amplitud de la línea de productos, y el balance de la cartera de productos.
- Nuevos productos desarrollados, tasa de éxito de nuevos productos, y los puntos fuertes de Inversión + Desarrollo
- Marcas, la fuerza de la cartera de marca, lealtad a la marca y la notoriedad de la marca.
- Patentes y licencias.
- La calidad de control de la conformidad, acreditaciones.
- Realización de prácticas de ingeniería inversa.

### **Mercados.**

- Segmentos atendidos, cuotas de mercado alcanzadas, cartera de clientes, tasa de crecimiento y de fidelidad del cliente.

- Esfuerzo promocional, presupuestos de promoción, tipos de publicidad, agencia de publicidad utilizada, la fuerza de ventas disponible, la estrategia de promoción en línea-Internet.
- Canales de distribución utilizados (directos + indirectos), los acuerdos de exclusividad, las alianzas, y la cobertura geográfica.
- Precios, descuentos y bonificaciones.

### **Instalaciones.**

- Capacidad de la planta, la tasa de utilización de la capacidad, la edad de la eficiencia de la planta o de plantas, la inversión de capital.
- Ubicación, la logística del transporte, y la capacidad productiva de la planta.

### **Personal.**

- Número de empleados, los empleados clave, conjuntos de habilidades de la fuerza laboral, competencia de su gestión y el estilo de gestión.
- Compensación, beneficios y moral de los empleados y las tasas de retención.
- Estrategias corporativas y de marketing.
- Objetivos, misión, los planes de crecimiento, adquisiciones y desinversiones.
- Estrategias de marketing.

#### **1.2.4. Los insumos y la competitividad.**

El insumo es todo aquello disponible para el uso y el desarrollo de la vida humana, desde lo que encontramos en la naturaleza, hasta lo que creamos nosotros mismos, es decir la materia prima de una cosa.

En general los insumos pierden sus propiedades y características para transformarse y formar parte del producto final. Para el caso de servicios de salud a los recursos de entrada al proceso cuyo flujo de salida es el servicio entregado. Es el material inicial (materia prima) que se incorpora al proceso para satisfacer necesidades como comer, correr y hacer necesidades.

Raymundo Enríquez, de Baker & McKenzie, comenta que tener acceso a insumos con precios competitivos es uno de los principales aspectos que sus clientes toman en cuenta a la hora de invertir. La electricidad, por ejemplo, es un insumo crítico para la industria. En el caso del sector siderúrgico, representa hasta 40% de los costos operativos.

Por lo tanto para obtener competitividad, es muy importante obtener insumos competitivos es decir que nos permitan ofrecer productos de calidad a un menor costo, para de esta manera poder enfrentar a los demás oferentes y mantener la participación en el mercado, como por ejemplo en los artesanos orfebres se debe adquirir su materia prima en lugares donde resulten más económico dando como resultado una artesanía acorde a las necesidades de la sociedad.

#### **1.2.5. Productividad y Competitividad.**

La productividad es la relación entre la cantidad de productos obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción.

Según Fernando Casanova, (2008), También puede ser definida como:

“La relación entre los resultados y el tiempo utilizado para obtenerlos: cuanto menor sea el tiempo que lleve obtener el resultado deseado, más productivo es el sistema. En realidad la productividad debe ser definida como el indicador de eficiencia que relaciona la cantidad de recursos utilizados con la cantidad de producción obtenida”. Pág. 22

Productividad y la competitividad son elementos esenciales del desarrollo de las empresas privadas en todos los países, y las organizaciones de empleadores tienen un importante papel que desempeñar en la promoción de estos dos elementos a la hora de elaborar sus políticas y de prestar servicios a sus miembros. Un desarrollo empresarial productivo se traduce en la creación de nuevos empleos, lo cual es a su vez una de las contribuciones principales y más concretas a los esfuerzos nacionales de reducción de la pobreza.

#### **1.2.6. Oferentes y la competitividad.**

La palabra oferente es un término que aunque no presenta un uso cotidiano en nuestro idioma, es el que sí o sí usamos cuando se quiere indicar a aquel individuo que despliega la acción de ofrecer algo.

Por lo tanto la competencia perfecta es la situación de un mercado donde las empresas carecen de poder para manipular el precio (precio-aceptantes), y se da una maximización del bienestar. Esto resulta en una situación ideal de los mercados de bienes y servicios, donde la interacción de la oferta y demanda determina el precio.

En un mercado de competencia perfecta existen gran cantidad de compradores (demanda) y de vendedores (oferta), de manera que ningún comprador o vendedor individual ejerce influencia decisiva sobre el precio.

### **1.3. Marco Legal.**

#### **1.3.1. Requisitos del Proceso de Asociatividad.**

Los proyectos asociativos benefician a las MYPES en la comercialización de productos en forma conjunta, en la compras de insumos y servicios a precios preferenciales, entre muchas otras cosas.

En el proceso de formación de un grupo asociativo se pueden distinguir distintas fases, las mismas que están establecidas de acuerdo al Ministerio de Inclusión Económica y Social:

Las corporaciones de primer grado son aquellas que agrupan a personas naturales con un mínimo de 5 miembros fundadores, que tienen un fin delimitado, tales como: Asociaciones, Clubes, Comités, Colegios Profesionales, Centros, etc.

#### **Naturaleza jurídica de las corporaciones de 1er. Grado: Comité Pro-Mejoras.**

Promueven o buscan el bien común de un barrio determinado. (No están para promover programas de vivienda ni lotizaciones).

#### **Requisitos - MIES:**

En un solo expediente adjuntar los siguientes documentos:

1. Solicitud dirigida a la señora Ministra de Inclusión Económica y social, firmada por el miembro fundador delegado (presidente provisional), que deberá contener un número telefónico convencional de contacto de la persona.
2. Dos ejemplares del Acta de la Asamblea Constitutiva de la Organización en formación, debidamente firmada por el presidente y el secretario provisionales.

### **1.3.2. Acuerdo Ministerial de Concesión de Personería Jurídica a las Cooperativas, Asociaciones, Fundaciones, Comités, Barrios entre otras organizaciones.**

#### **Requisitos:**

1. Solicitud de aprobación del Estatuto, dirigida al Ministro de Bienestar Social y Director Nacional de Cooperativas firmado por el Presidente Provisional y Abogado Patrocinador.
2. Certificación del técnico, difusor o promotor cooperativo que haya asesorado a los aspirantes a socios de la pre-cooperativa.
3. Copia certificada del Acta Constitutiva de Asamblea General en la que se haya resuelto la creación de la asociación y designado al Directorio Provisional. Deberá constar en la misma la nómina de sus miembros, y deberá estar firmada por todos los aspirantes socios fundadores de la asociación.
4. Tres ejemplares del Estatuto que contendrá las siguientes especificaciones:
  - a. Nombre, domicilio y responsabilidad de la cooperativa.
  - b. Finalidad y ámbito de acción.
  - c. Derechos y obligaciones de los socios.
  - d. Estructura y organización interna.
  - e. Medidas de control y vigilancia
  - f. Forma de constituir, pagar o incrementar el capital social
  - g. Principio y el término del año económico.
  - h. Uso y distribución de los excedentes.
  - i. Causas de disolución y liquidación de la asociación.
  - j. Procedimiento para reformar el estatuto; y las demás disposiciones que se considere necesarias para el buen funcionamiento de la Asociación.
  - k. Al final del Estatuto deberá firmar el Secretario, indicando las fechas de las tres sesiones en que fue discutido y aprobado.

5. Tres listas de los socios fundadores, con las siguientes especificaciones: Nombres y apellidos, número de cédula de identidad, domicilio, estado civil, ocupación, nacionalidad, número y valor de los certificados de aportación que suscribe y que paga de contado y la firma.
6. Al final de la lista, certificación de la Autoridad Competente con la indicación de que los miembros de la asociación en creación la firmaron en su presencia. La certificación podrá extender el Gobernador, Jefe Político, Teniente Político o un funcionario de dichos permisos.
7. Comprobante del depósito bancario, por lo menos el 50% del valor de los certificados de aportación que hayan suscrito los socios.
8. Dos respaldos en medio magnéticos conteniendo información del Estatuto y lista de socios fundadores.

**NOTA:** La denominación de una Asociación no debe coincidir con la de otra de la misma línea que esté ya aprobada por el Ministerio de Bienestar Social, ni corresponderá a nombres de personas, sean o no Autoridades.

**Procedimiento:**

1. Solicitud dirigida al Director Nacional de cooperativas adjuntando los requisitos.
2. Revisión y análisis de la documentación.
3. Acuerdo Ministerial.

**Costo:**

Sin costo

**Tiempo Estimado de Entrega:**

No más de 15 días laborables, según disposición del Ministerio de Inclusión Económica y Social.

### **1.3.3. Actas Constitutivas.**

En las actas constitutivas del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), debe contener los siguientes datos:

1. Domicilio de la Asociación (determinando: lugar, parroquia, cantón y provincia)
2. Establecer los nombres y apellidos en orden alfabético y determinación del domicilio de cada uno de los socios fundadores.
3. El ánimo de constituir una asociación por parte de los socios fundadores.
4. Elección de la directiva provisional.
5. Al final del Acta Constitutiva deberá estar firmada por todos los socios fundadores y por su Presidente y el Secretario que certifica.
  - a. Dos ejemplares originales del Estatuto que deberá incluir la certificación del secretario provisional, en la que se indique con exactitud la o las fechas de estudio o aprobación del mismo.
  - b. Acreditar un patrimonio mínimo de USD 400,00 (cuatrocientos dólares).
  - c. Copia de la Cédula de ciudadanía (o pasaporte) y de la papeleta de votación de los miembros que firmen el Acta Constitutiva.
  - d. La solicitud debe estar elaborada y firmada por el representante legal de la organización u empresa.

**CUADRO # 4: Modelos de Actas Constitutivas – MIES**

<b>Modelo de Acta Constitutiva de una Corporación de Primer Grado.</b>
<p>- ASOCIACIONES - CLUBES - COMITES - COLEGIOS PROFESIONALES - CENTROS</p>
<p>En la ciudad de....., provincia de....., hoy viernes 09 de..... de 2011, a las 17h00, se reúnen los abajo firmantes con el objeto de constituir libre y voluntariamente una organización de derecho privado con finalidad social y sin fines de lucro.</p> <p>Para una mayor organización de la reunión, se nombra al señor..... como Director de Debates.</p> <p>Los presentes en su calidad de miembros fundadores expresan su voluntad de constituir la organización denominada..... (COMITÉ/ASOCIACIÓN/FUNDACIÓN, etc.) ..... que tendrá como propósito ..... (Describir las actividades que vaya a realizar).</p> <p>Se procede a elegir una directiva provisional para que se encargue de realizar los trámites necesarios ante el Ministerio competente, a fin de alcanzar la personalidad jurídica.</p> <p>Directiva provisional:</p> <p>Presidente provisional: Silvia X, 1714195466</p> <p>Vice-Presidente provisional: .....</p> <p>Secretario provisional: .....</p> <p>VOCALES: .....</p> <p>Se delega a la directiva provisional para que redacte un proyecto de estatuto social y en la próxima Asamblea General lo someta a consideración de los miembros fundadores.</p>

La entidad en formación tendrá su sede en la siguiente dirección:....., Parroquia....., Cantón....., Provincia de....., Tlf: ....., Fax....., correo electrónico: .....

Los socios fundadores declaran públicamente que viven de manera permanente en el barrio donde se va a constituir el referido Comité, que no hay otro Comité pro-mejoras ni cooperativa de vivienda alguna en dicho sector (Este texto procede cuando se constituye un Comité Pro-mejoras).

Se hace conocer a los presentes que uno de los requisitos para la concesión de la personalidad jurídica, consiste en acreditar un patrimonio mínimo de USD 400 dólares (CUATROCIENTOS DÓLARES), en una cuenta de integración de capital.

El Presidente provisional solicita a la Asamblea un receso de 15 minutos hasta que el señor secretario redacte la presente acta, la misma que es aprobada por los concurrentes por unanimidad.

Sin tener ningún otro punto que tratar, se levanta la sesión, a las 19H00. Para constancia firman todos los miembros fundadores:

(firma)	(firma)
.....	.....
Nombre:	Nombre:
Cédula:	Cédula:
Nacionalidad:	Nacionalidad:
Dirección:	Dirección:
Teléfono:	Teléfono:
Sra.....,	Sr.....
<b>PRESIDENTE</b>	<b>SECRETARIO</b>
<b>PROVISIONAL</b>	<b>PROVISIONAL</b>

#### **1.3.4. Aprobación de estatutos y concesión de personería jurídica.**

Para el funcionamiento de una asociación es indispensable que cuente con todos los requerimientos legales correspondientes para que pueda ejercer sus funciones, a continuación observamos las diferentes actas impuestas por el Ministerio de Inclusión Económica y Social ([www.mies.gob.ec](http://www.mies.gob.ec)), para la respectiva constitución de una Asociación:

##### **Requisitos:**

1. Solicitud de aprobación de estatuto y concesión de personería jurídica firmada por el Presidente Provisional de la pre-cooperativa y dirigida al Director Nacional de Cooperativas.
2. Certificación de asesoramiento cooperativo otorgado por parte del promotor / difusor de cooperativas.
3. Copia del acta constitutiva de la Asamblea General en la que se haya designado el directorio provisional de los socios.

##### **Procedimiento:**

1. La persona interesada debe dirigirse al Instituto de Economía Popular Solidaria - IEPS planta baja.
2. Solicitar un turno en información.
3. Entregar todos los documentos en ventanilla

##### **Costo:**

Sin costo

##### **Tiempo Estimado de Entrega:**

15 días laborables

##### **Teléfonos generales:**

(593) (2) 382 80 70

### **1.3.5. Aprobación de estatutos de una corporación de primer grado.**

#### **Requisitos:**

1. En un solo expediente adjuntar los siguientes documentos:
2. Solicitud dirigida a la señora Ministra de Inclusión Económica y Social, firmada por el miembro fundador delegado (presidente provisional), que deberá contener un número telefónico convencional de contacto.

#### **Procedimiento:**

Para el seguimiento de la petición es necesario hacerlo con el número del trámite que se le asigna en ventanilla.

#### **Costo:**

Sin costo

#### **Tiempo Estimado de Entrega:**

15 días laborales, siempre y cuando la documentación esté completa.

#### **Teléfonos generales:**

(593) (2) 398 30 00 / (593) (2) 398 31 00

### **2.3.5. Solicitud de aprobación de estatutos.**

#### **Requisitos:**

1. Solicitud de aprobación de las reformas estatutarias dirigidas al señor Ministro, señalando domicilio y teléfono.
2. Actas de la Asamblea General realizadas en dos fechas diferentes en las que se discutió y aprobó las reformas haciendo constar los nombres completos, así mismo de cédula, y firma autógrafa de los socios asistentes, actas que estarán certificadas por el secretario.

3. Estatuto original o copia certificada por el mismo.
4. Dos ejemplares del listado de las reformas estatutarias propuestas, debidamente certificados por el secretario de la organización, con la indicación de que dichas reformas, fueron discutidas y aprobadas en mínimo de dos sesiones de Asamblea General.
5. Lista de los socios activos en orden alfabético, con indicación de nombres completos y números de cédula y copia Certificada de la nómina de la directiva en funciones, debidamente registrada.
6. Copias de cédula y papeleta de votación actualizada
7. Las copias remitidas deben ser legibles, es necesario que cada organización cumpla con las disposiciones del estatuto vigente que les rige y obliga.

**Procedimiento:**

1. Revisión previa a cargo de los funcionarios de la coordinación artesanal, de acuerdo a los formatos de guías que consten en la página Web del Ministerio de Relaciones Laborales, [www.mrl.gob.ec](http://www.mrl.gob.ec), y que también se los puede solicitar en esta dependencia.
2. Presentación del trámite en la Dirección de Empleo y Reconversión Laboral, adjuntando: Copias de la cédula y certificado de votación actualizado.

**Costo:**

No tiene costo

**Tiempo Estimado de Entrega:**

Quince días laborables a partir del momento en que el funcionario recibe el trámite y si ha cumplido con todos los requisitos solicitados u observaciones.

### **1.3.6. Formación de nuevas asociaciones**

#### **Requisitos:**

1. Solicitud de aprobación de estatutos y concesión de personería jurídica dirigida al Ministro de Inclusión Económica y Social, adjuntando el siguiente expediente.
2. Dos copias del acta de asamblea constitutiva de la organización en formación donde se nombra al director provisional suscrita por todos los socios fundadores, la misma que debe contener expresamente:
  - La voluntad de los miembros de constituir la misma.
  - La nómina de la directiva provisional.
  - Los nombres completos, la nacionalidad, número de cédula de identidad y domicilio de cada uno de los miembros fundadores; y
  - La indicación del lugar donde la entidad en formación tendrá su sede con referencia de calle, parroquia, cantón y provincia, indicación del número de teléfono, fax o dirección de correo electrónico y casilla postal en caso de tenerlo.
3. Anexar dos fotocopias de documento de identidad y certificado de votación (art. 179 de la ley orgánica de elecciones).
4. Dos copias del correspondiente estatuto que debe incluir la certificación del secretario provisional, en la que se indique con exactitud las fechas de estudio y aprobación del mismo.
5. Este debe tener un contenido de régimen disciplinario, controversia, económico, causas para poder la calidad de socios, estructura organizativa interna y causas para la disolución de la organización.
6. Presentación de certificado del registro de la propiedad que demuestra la titularidad del predio, en caso de no tener presentar un certificado de LA SUBSECRETARIA DE TIERRAS que manifieste que el predio está en trámite de adjudicación o un certificado de arrendamiento de algún predio celebrado legalmente.

7. Entrega de CD en donde tiene que constar solicitud, acta de Asamblea constitutiva, estatutos, nombre completo de los socios y nombre completo del directorio provisional con sus respectivas direcciones domiciliarias.
8. Las funciones y corporaciones (asociaciones) al tiempo de la aprobación del estatuto cuentan con un patrimonio mínimo de USD 400 en una cuenta de integración.

**Procedimiento:**

1. Luego de que la comunidad o el sector que desea sacar su vida jurídica entrega la documentación al departamento dura un tiempo estimado de 3 meses para hacer jurídica la organización; el departamento de desarrollo comunitario se encarga de realizar la entrega y el monitoreo de los documentos antes el MIES.
2. Los directivos de la organización deberán estar en constante comunicación con el departamento para que puedan llevar un mejor control de la documentación.

**Costo:**

El trámite realizado por personeros del departamento no tiene ningún costo.

**Tiempo Estimado de Entrega:**

3 Meses

**1.3.7. Plan Nacional del Buen Vivir.**

El presente estudio está alineado con el Plan Nacional del Buen Vivir en su Política 11.2. Impulsar la actividad de pequeñas y medianas unidades económicas asociativas y fomentar la demanda de los bienes y servicios que generan. Y en sus literales e. Crear marcos regulatorios específicos que reflejen y faciliten el funcionamiento de los procesos comunitarios, cooperativos y asociativos en general. Y f. Capacitar a las asociaciones de pequeños productores y productoras sobre las demandas internas de bienes y servicios a nivel local y regional.

### **1.3.8. Ministerio de Inclusión Económica y Social - MIES.**

De la misma manera esta propuesta está apoyada por el MIES, pues esta entidad promueve la inclusión económica de su población mediante la generación o garantía de las oportunidades de poseer, acceder y utilizar los recursos económicos de la sociedad para consumir, producir o realizar intercambios, de tal forma que se garanticen las oportunidades de acceso a trabajo, ingreso y activos. Presta además asistencia a las asociaciones en la formulación de sus proyectos, para poder luego ejecutarlos mediante la adquisición de préstamos a instituciones financieras.

## **1.4. Marco Situacional.**

### **1.4.1. La Asociación.**

Hoy es irrefutable, que el cooperativismo y en general el Asociativismo, es el movimiento socioeconómico más grande de la humanidad; por ende, la Economía Solidaria es el sistema económico, social, político y cultural, que ha permitido ascender el nivel de vida de millones de personas fundamentalmente de clase media y baja, implementado en ellos valores y principios de solidaridad, equidad y justicia.

Este umbral asociativo aparece justificado en nuestra Constitución en el capítulo VI derechos de la libertad, Art. 66, numeral 15 el cual manifiesta: "El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental"; reconociendo así, el derecho a la libres asociación para alcanzar un fin común.

La economía solidaria se sustenta en cinco principios esenciales:

1. Solidaridad, cooperación y democracia.

2. Hegemonía de trabajo sobre el capital
3. Trabajo Asociado como base de la producción y la economía
4. Propiedad social de los medios de producción
5. Autogestión

En el Art. 319 del Capítulo Sexto, sección primera de la Constitución de la República del Ecuador reconoce diversas formas de organización de la producción de la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

Las Asociaciones son agrupaciones de personas constituidas para realizar una actividad colectiva de una forma estable, organizadas democráticamente, sin ánimo de lucro e independientes.

#### **1.4.2. ¿Qué es una Asociación?**

Una asociación es una entidad formada por un conjunto de asociados o socios para la persecución de un fin de forma estable, sin ánimo de lucro y con una gestión democrática.

Además, la asociación está normalmente dotada de personalidad jurídica, por lo que desde el momento de su fundación es una persona distinta de los propios socios, que tiene su propio patrimonio en un principio dotado por los socios, y del que puede disponer para perseguir los fines que se recogen en sus estatutos.

Las asociaciones pueden realizar, además de las actividades propias de sus fines, actividades que podrían ser consideradas como empresariales, siempre y cuando el beneficio de tales actividades sea aplicado al fin principal de la entidad sin ánimo de lucro (obra social). Las asociaciones también pueden ser instituciones, en las cuales varias personas lo forman para crear una institución que no tiene dueño sino asociados.

CHICHARRO M.; CAMPO S. (2005) consideran que:

“Toda asociación tiene su origen en una agrupación voluntaria de personas para el desarrollo de un determinado fin”, manifiesta: “Una asociación es un grupo de personas que se unen de manera voluntaria y libre para lograr, sin ánimo de lucro, una finalidad de interés general o particular y a tal fin ponen en común sus conocimientos, actividades o recursos económicos. Son entes autónomos, que tienen personalidad propia y su organización interna y funcionamiento debe ser democrático”. Pág. 16.

Cabe aclarar que no se pueden repartir los excedentes económicos, por tanto, sí pueden:

- a. Tener excedentes económicos al finalizar el año
- b. Tener contratados laborales en la Asociación
- c. Realizar actividades económicas que puedan generar excedentes económicos. Lógicamente, dichos excedentes deberán reinvertirse en el cumplimiento de los fines de la entidad.

### **1.4.3. Tipos de Asociaciones.**

Con anterioridad y posterioridad a la entrada en vigor de la Constitución, se han ido regulando diferentes tipos de Asociaciones, como es el caso de las Asociaciones Juveniles, Asociaciones Deportivas, Asociaciones de Estudiantes, Asociaciones Universitarias, Asociaciones profesionales, Asociaciones gremiales, entre otras

El presente trabajo de investigación, se ejecuta para la constitución de la Asociatividad de artesanos en orfebrería del Cantón La Libertad, el mismo que estará ubicado en la ciudadela Gral. Enríquez Gallo. La asociación tiene 20 socios activos, que se dedican a la elaboración y comercialización de productos tallados en orfebrería, para lo cual se firmó un acta de compromiso donde se manifestó de manera libre y voluntaria formar una asociación que se dedique a ésta innovadora labor. Ver Anexo 1.

## **CAPÍTULO II.**

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

La metodología es la ciencia que estudia los métodos que son utilizados por el ser humano para encontrar soluciones óptimas a problemas teóricos o prácticos, con la finalidad de mejorar el sistema de la organización o empresa. **BERNAL C (2000), “De la Investigación para Administración y Economía”, Editorial Prentice Hall, México** manifiesta:

“La metodología definida nos va a permitir responder a las preguntas que se desea estudiar a profundidad, determinar el porqué de la investigación y especificar qué es lo que se quiere alcanzar partiendo del problema a investigar”. Pág. 189

#### **2.1. Diseño de Investigación.**

Es función de la metodología se deben presentar las reglas que permiten crear, acumular o solucionar problemas; y conociendo que un método puede ser complemento del otro, esta investigación se llevó a cabo de forma cuantitativa.

Cuantitativa al momento en que se obtuvo información en cantidades como es en el caso del número de artesanos y clientes considerados como la población de este estudio, además se realizó el cálculo de la muestra y por ende la respectiva tabulación de los datos; asimismo es cualitativa ya que se obtuvo también información de manera directa mediante las respectivas entrevistas en las que se recopiló información en base a criterios de los artesanos y su razonamiento sobre la realización del plan de asociatividad eficaz; y de esta manera contribuir a la solución acertada al problema.

## **2.2. Modalidad de la Investigación.**

El proyecto estuvo enmarcado de acuerdo a la característica de proyecto factible, el que de acuerdo a la definición dada por YÉPEZ E. (2007), expresa que proyecto factible es:

“La elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable, para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones sociales; puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos. Para su formulación y ejecución debe apoyarse en investigaciones de tipo documental, de campo o un diseño que incluyan ambas modalidades”. (pág. 4).

Al aplicar el sistema de proyecto factible, su base teórica, es como una presentación, que se fundamenta primeramente en realizar el diagnóstico respectivo, para luego planear las estrategias y la fundamentación teórica que es la base fundamental del proyecto. La presente investigación se fundamentó, no solo en el marco teórico, sino específicamente en el trabajo de campo ya que se realizó en el sitio de los hechos, esto es en el Cantón La Libertad. Su ejecución se apoyó también en la Investigación de Campo, según PACHECO (2005), expresa:

“Es el estudio sistemático de problemas, en el lugar en que se producen los acontecimientos con el propósito de descubrir, explicar sus causas y efectos, entender su naturaleza e implicaciones, establecer los factores que lo motivan y permiten predecir su ocurrencia”. (pág. 197)

Esta investigación de campo se realizó a artesanos y clientes, para la fundamentación teórica del proyecto se utilizó la investigación bibliográfica a través de fuentes primarias como documentos y secundarias como textos y otros que permitieron el análisis de diversos autores. La investigación de campo corresponde a un tipo de diseño de investigación, para lo cual Sabino C. (2007), señala que: “El proceso de investigación en informaciones obtenidas directamente de la realidad, permitiéndole al investigador cerciorarse de las condiciones reales en que se han conseguido los datos” (pág. 23).

El proyecto reúne las características de un trabajo de campo, y se realizó en un tiempo y lugar determinado, permitiendo reunir los detalles suficientes para la información del problema.

### **2.3. Tipos de Investigación.**

Para el presente proyecto se utilizó los siguientes tipos de investigación:

**Estudios explicativos.** (BUNGE, M.); los estudios explicativos pretenden conducir a un sentido de comprensión o entendimiento de un fenómeno. Apuntan a las causas de los eventos físicos o sociales. Mediante esta investigación se respondió a preguntas como: ¿por qué ocurre? ¿En qué condiciones ocurre? Este tipo de investigación es más estructurada y en la mayoría de los casos requieren de control y manipulación de las variables en un mayor o menor grado.

Además nos permitió explicar el problema y estudiarlo en un lugar y tiempo determinado, como es la Asociación de artesanos orfebres del Cantón La Libertad, de esta manera se pudo trabajar con información adecuada que permita realizar el trabajo de manera eficaz.

**La investigación de campo.** Considerada como uno de los tipos de investigación, que permite el estudio sistemático del problema de estudio en el lugar de los acontecimientos.

**Bersanelli Marco (2006),** Se trata de la investigación aplicada para comprender y resolver alguna situación, necesidad o problema en un contexto determinado. El investigador trabaja en el ambiente natural en que conviven las personas y las fuentes consultadas, de las que se obtendrán los datos más relevantes a ser analizados, son individuos, grupos y representaciones de las organizaciones científicas no experimentales entre variables sociológicas, psicológicas y educativas en estructuras sociales reales y cotidianas.

Para la presente investigación se utilizó la encuesta y la entrevista.

## **2.4. Métodos de la Investigación.**

La investigación se da en diferentes niveles, desde el más simple o descriptivo hasta el más complejo o predictivo, y empieza en el momento mismo en que la experiencia y el conocimiento ordinario dejan de responder problemas o hasta de plantearlos, e igualmente, cuando los hechos suscitan en el hombre inquietudes y necesidades de indagar por la naturaleza de las cosas o las causas de los procesos.

Durante el trabajo de campo se utilizaron métodos de naturaleza tomando como referencia ejercicios metodológicos similares los cuales fueron adaptados a la realidad bajo estudio.

Entre los cuales tenemos:

### **2.4.1. Método Inductivo.**

De acuerdo a lo que afirma HERNÁNDEZ S. (2006), en su Libro “Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación”.

“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).

La inducción es ante todo una forma de raciocinio o argumentación. Por tal razón conlleva un análisis ordenado, coherente y lógico del problema de investigación, tomando como referencia premisas verdaderas, como también permite al investigador partir de la observación de fenómenos o situaciones particulares que enmarcan el problema de investigación y concluir proposiciones y a su vez, antecedentes que expliquen fenómenos similares al analizado.

### **2.4.2. Método Analítico.**

El método analítico son procesos que permiten al investigador conocer la realidad. Por otro lado, el conocimiento de la realidad puede obtenerse a partir de la identificación de las partes que conforman el todo o como resultado de ir aumentando el conocimiento de la realidad, iniciado con los elementos más simples y fáciles de conocer para ascender poco a poco, gradualmente, al conocimiento de lo más complejo.

### **2.5. Instrumentos de la Investigación.**

El instrumento utilizado para recolectar la información es un cuestionario, en el cual constan los diferentes pasos y etapas, que comprenden las interrogantes estructurado en las cinco partes siguientes:

- Factores socioeconómicos del micro productor.
- Actividades artesanales y otras actividades productivas;
- Asistencia técnica y financiamiento.
- Producción y comercialización
- Asociatividad, Ingresos y Beneficios

Una vez elaborado el instrumento, procedemos a la aplicación del mismo, el cual está dividido en 2 formatos, la encuesta y entrevista como tenemos a continuación:

La aplicación del instrumento en este caso la encuesta, es una técnica que se puede aplicar a sectores más amplios del universo, de manera mucho más eficiente que la entrevistas. Esta fue aplicada a los clientes, que se encuentran inmersos con la orfebrería, de tal manera la fundamentaremos a través de un cuestionario con preguntas de tipo abierta y cerrada para que faciliten su codificación, ya que se les indicará a las personas que elijan la respuesta en una lista de opciones, que se desglosaran en escala de tipo likert.

- 1 = Muy de acuerdo
- 2 = De acuerdo
- 3 = Indiferente
- 4 = En desacuerdo
- 5 = Muy en desacuerdo

Se empleó también la entrevista, ya que se desea tener información específica, especialmente la información que no está contenida en eventos históricos, comportamiento en el pasado, conceptos, sentimientos, intenciones, pensamientos o logros organizacionales. Las entrevistas estructuradas son ideales cuando se va a llevar a cabo un número importante de entrevistas. Permite preguntar a los entrevistados las mismas preguntas para poder comparar y contrastar sus respuestas.

En este caso se aplicó la entrevista a los artesanos que elaboran productos en orfebrería del Cantón La Libertad en la Provincia de Santa Elena.

**CUADRO # 5:** Instrumentos de Investigación.

<b>TIPO DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>SECTOR</b>	<b>INSTRUMENTO</b>
<b>Investigación de Campo</b>	Orfebres del Cantón La Libertad	Entrevista
<b>Investigación de Campo</b>	Clientes (zona urbana cantón La Libertad)	Encuesta

**Fuente:** Hernández S. Roberto, Metodología de Investigación.  
**Elaborado por:** Ángela Andrade.

## **2.6. Técnicas.**

El éxito de la investigación depende de la calidad de la información que se adquiera, tanto de las fuentes primarias como de las secundarias así como del procesamiento y presentación de la información.

### **La fuente primaria.**

Es muy necesaria para la investigación, ya que se obtendrá directamente de los artesanos orfebres del Cantón La Libertad, a través de una investigación directa en donde se obtendrá información relevante sobre el tema, la misma que utiliza las siguientes técnicas:

**La Entrevista:** Es una técnica de investigación que se usó con la finalidad de que los artesanos expresen mediante una conversación hechos relevantes acerca de su vida institucional y proyecciones futuras.

Se empleó la entrevista, ya que se desea tener información específica, especialmente la información que no está contenida en eventos históricos, comportamiento en el pasado, conceptos, sentimientos, intenciones, pensamientos o logros organizacionales. En este caso se aplicó la entrevista a los 20 artesanos que elaboran productos en orfebrería del Cantón La Libertad en la Provincia de Santa Elena.

**La Encuesta:** Se empleó esta técnica para acceder a información de manera directa con los proveedores y los clientes, fue estructurada con preguntas de fácil comprensión y acorde con la operacionalización de las variables.

Se aplicó la encuesta a los clientes, que se encuentran inmersos con la orfebrería como se observa en el cuadro # 8, de tal manera la fundamentaremos a través de un cuestionario con preguntas de tipo abierta y cerrada para que faciliten su codificación, ya que se les indicará a las personas que elijan la respuesta en una lista de opciones, que se desglosaran en escala de tipo likert.

**Observación:** Otra técnica útil para el analista en su progreso de investigación, consiste en observar a las personas cuando efectúan su trabajo. Como técnica de investigación, la observación tiene amplia aceptación científica.

El propósito de la organización es múltiple: permite al analista determinar que se está haciendo, como se está haciendo, quien lo hace, cuando se lleva a cabo, cuánto tiempo toma, dónde se hace y por qué se hace.

### **La fuente secundaria.**

**Fuentes secundarias:** son documentos como libros, folletos, enciclopedias, tesis de grado, revistas especializadas en los que se basó el investigador para fundamentar con teorías o criterios de profesionales el hecho o acontecimiento que está investigando.

**Folletos,** se empleó para obtener información acerca de la elaboración de diseños organizacionales, naturaleza de las asociaciones, cómo diseñar estrategias, políticas, entre otras que sirvieron de apoyo a la elaboración del marco teórico.

**Lectura Científica de Textos y Revistas,** se revisaron textos especializados en diseño organizacional, investigación científica, y temas relacionados al uso de estructuras organizacionales y sus ventajas en las organizaciones, especialmente sociales.

**Análisis de contenido, Redacción y estilo.** Estos son aspectos importantes que permitieron, precisar la confiabilidad y validez de este trabajo de investigación considerando la diferente información que se obtuvo al aplicar los diferentes instrumentos.

**Documento de Internet,** nos permitió indagar en temas relacionados al diseño organizacional, y conocer cómo funcionan las asociaciones, a través de los diferentes servidores como Google, Yahoo y otras páginas web. El éxito de la investigación depende de la calidad de la información que se adquiera, tanto de las fuentes primarias como de las secundarias es por eso que para el desarrollo de esta investigación, se empleó ambas fuentes y además se realizó el debido procesamiento y presentación de la información.

Estas bibliografías facilitaron el desarrollo del proyecto a ejecutar, tener referencia de la investigación, como respaldo para fuentes fidedignas y confiables, de la misma manera, se utilizaron datos estadísticos del INEC, para calcular y poder determinar la demanda de clientes que adquieren este tipo de productos en orfebrería.

## **2.7. Población y Muestra.**

### **2.7.1. Población.**

Es el conjunto de unidades individuales o unidades elementales compuestas por personas o cosas, HERNÁNDEZ SAMPIERI R. (2006), “Metodología de la Investigación”, manifiesta que población es “el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones”. Pág. 34. La población que escogimos para el objeto de estudio corresponde a las personas que intervienen de manera directa e indirecta en la elaboración de productos orfebres localizados en el cantón La Libertad, de la Provincia de Santa Elena.

### **2.7.2. Muestra.**

Es aquella parte representativa de la población, o considerado como el subconjunto del conjunto población. Aunque existen autores que, consideran a la muestra desde dos puntos de vista. La una como muestra con enfoque cualitativo y la otra como muestra cuantitativa.

Según HERNÁNDEZ SAMPIERI. (2006), “Metodología de la Investigación”, Editorial McGraw-Hill, 4ta. Edición. El enfoque cualitativo es:

“La unidad de análisis o conjunto de personas, contextos, eventos o sucesos sobre el (la) cual se recolecta los datos sin que necesariamente sea representativa y la muestra con enfoque cuantitativo, es el subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y deben ser representativos de la población”. Pág. 120.

Existen dos tipos de muestra:

- a. La muestra probabilística y
- b. La no probabilística.

### **MUESTRA PROBABILÍSTICA.**

Muestra son aquellos elementos que tienen la misma posibilidad de ser elegidos. De esto se deduce que en la muestra probabilística requiere que la fórmula aplicada viabilice la investigación. La misma tiene diferentes tipos de muestreo que son: aleatorio simple, aleatorio estratificado, sistemático, por conglomerados.

#### **Muestreo Aleatorio Simple.**

Es un tipo de muestreo probabilístico bastante sencillo. Se utiliza en poblaciones que se caracteriza por que sus elementos presentan homogeneidad, especialmente en las características que son de interés para la investigación.

#### **Muestreo Aleatorio Estratificado.**

Cuando la población objeto de conocimiento y de investigación es heterogénea en sus características, se recomienda el uso de este tipo de muestreo.

#### **Muestreo Sistemático.**

Los elementos se seleccionan de una población tomando como referencia criterios previamente establecidos dentro de un intervalo uniforme con respecto al tiempo, al orden, al espacio u otros aspectos.

#### **Muestreo Por Conglomerados.**

En este tipo de muestreo la población se divide en grupos o conglomerados. Posteriormente se determina una muestra aleatoria de cada conglomerado.

## **MUESTRA NO PROBABILÍSTICA.**

Se caracteriza no por la probabilidad sino más bien por las características de la investigación. No requiere de fórmula que viabilice la investigación. Los tipos de muestreo no probabilísticos son: por conveniencia, por criterio, por cuotas.

### **Muestreo por Conveniencia.**

La selección de los elementos se deja a los investigadores y a quienes aplican el cuestionario. Estos seleccionan los elementos, dada la facilidad de acceso o la conveniencia.

### **Muestreo por Criterio.**

Se selecciona los elementos de acuerdo con el criterio de quien determina la muestra y considera que son los más representativos de la población.

### **Muestreo por Cuotas.**

Bastante se utiliza en investigación de mercados, cuando se requiere tener conocimientos acerca de la opinión que pueden tener aquellas personas que, por sus características se definen como el segmento de mercado.

### **2.7.3. Determinación de la Población Y Muestra.**

El universo del presente trabajo está conformado por 95.962 personas aproximadamente, como lo demuestra el cuadro número #6 que involucra a los diferentes actores de la elaboración en orfebrería. (Población del Cantón la Libertad). Por consiguiente el conjunto poblacional del presente estudio está conformado por dos estratos claramente definidos.

El primero, conformado por los veinte (20) artesanos que trabajan en orfebrería, los cuales por su naturaleza e importancia pasarán a formar parte de la muestra. El segundo estrato está representado por los noventa y cinco mil novecientos cuarenta y dos (95942) futuros clientes, que compran estos productos, quedando entonces la población de la siguiente manera:

**CUADRO # 6:** Distribución de la Población.

<b>POBLACIÓN</b>	<b># de Personas</b>
Artesanos	20
Clientes (Población La Libertad)	95942
<b>TOTAL</b>	<b>95962</b>

Fuente: INEC

Elaborado por: Ángela Andrade.

Para el cálculo de la muestra se estableció en función del muestreo por criterio, por las características propias de la investigación, debido a que los datos de los artesanos son considerablemente bajos, se aplicó también la muestra aleatoria simple con población finita, que se caracteriza por que otorga la misma probabilidad de ser elegidos a todos los elementos de la población, en este caso para determinar la muestra de los clientes (población del Cantón La Libertad) que visitan diariamente a los orfebres a solicitar un servicio. Las encuestas son realizadas de acuerdo al tamaño de la muestra obtenida, para lo cual se aplica la siguiente fórmula:

#### **MUESTRA ALEATORIA SIMPLE CON POBLACIÓN FINITA.**

**P** = Probabilidad de éxito (0.50)

**Q** = Probabilidad de fracaso (0.50)

**N**= Tamaño de la población (95942)

**E**= error de estimación (6%)

**K**= # de desviaciones típicas "Z" (1: 68%, 2: 95,5%, 3: 99.7%)

**n** = Tamaño de la muestra

$$n = \frac{P.Q.N}{(N-1)E^2 / K^2 + P.Q}$$

$$n = \frac{0.50 \times 0.50 \times 95942}{(95942-1)0.06^2 / 2^2 + 0.50 \times 0.50}$$

$$n = \frac{23985.5}{(95941)(0.0036) / 4 + 0.25}$$

$$n = \frac{23985.5}{(95941)(0.0009) + 0.25}$$

$$n = \frac{23985.5}{86.3469 + 0.25}$$

$$n = \frac{23985.5}{85.5969}$$

$$n = 276.97 \Leftrightarrow 277$$

**CUADRO # 7: Muestra**

<b>Muestra</b>	<b># de Personas</b>
Artesanos	20
Población del Cantón La Libertad / Clientes	277
<b>TOTAL</b>	<b>297</b>

Fuente: INEC

Elaborado por: Ángela Andrade.

Determinamos entonces mediante los diferentes tipos de muestreo y la fórmula aplicada que el tamaño de la muestra es de 297 personas, los mismos que están clasificados de la siguiente manera:

- a) 20 Entrevistas, y;
- b) 277 Encuestas

## **2.8. Procedimientos de la Investigación.**

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

1. El Planteamiento del problema
2. Revisión bibliográfica
3. Justificación del tema
4. Definición de la población, Selección de la muestra
5. Operacionalización de las variables
6. Elaboración del instrumento
7. Estudio de campo
8. Proceso y análisis de datos
9. Conclusiones y recomendaciones de los instrumentos de evaluación
10. Formulación de la propuesta
11. Preparación y redacción del informe final

Los procesos que se desarrollaron en este estudio, cuenta con un conjunto de estrategias, políticas técnicas y habilidades que permitieron 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 al lector comprender los datos y determinar por sí mismo la validez y confiabilidad de las conclusiones y pertinencia del estudio.

Además la información se procesó en función de los instrumentos y técnicas utilizadas, en lo que se refiere a la tabulación, se empleó el programa SPSS, tanto para las entrevistas y las encuestas, puesto que éste nos permitió elaborar las correspondientes representaciones de manera sencilla y ordenada, además de ayudar en la distribución de las frecuencias y elaboración de gráficos, que son muy importantes para realizar el análisis de las variables en estudio.

## **CAPÍTULO III.**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.**

#### **3.1. Análisis e Interpretación de Resultados.**

Teniendo en cuenta la revisión del instrumento se procedió a la respectiva recopilación de datos, entregando los cuestionarios a futuros socios y población, los cuales forman parte de los involucrados del tema de investigación. Al momento de llenar los cuestionarios no existió inconveniente alguno debido a que las preguntas estaban entendibles, usando un tiempo establecido de diez (10) minutos, aunque existió dificultad de localizar a los involucrados debido a que laboran de manera dispersa.

Una vez concluida esta etapa, se procedió a tabular la información en función de cada ítem, tomando en cuenta los elementos de la muestra. Al tener los datos de las tablas estadísticas, se procede a la representación gráfica con sus respectivos porcentajes, realizando el análisis e interpretación de resultados, divididos en tres partes, la primera descripción del ítem, la segunda análisis de datos, la tercera conclusión y recomendación.

La información se procesa en función de los instrumentos y técnicas utilizadas en el presente trabajo del Plan de Asociatividad para los artesanos orfebres del Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena. Esta es representada mediante gráficas, en forma de barras con sus respectivos porcentajes, utilizando el programa SPSS por ser más conveniente de acuerdo a las características de la investigación, obteniendo como resultado final información concreta y de fácil interpretación para los lectores en cuanto a los temas relacionados con los diversos aspectos del trabajo de titulación.

### 3.2. Análisis de los Resultados de la Encuesta.

#### Encuesta aplicada a posibles clientes.

#### Género de los encuestados.

**CUADRO # 8:** Género de los encuestados

¿Cuál es su género?

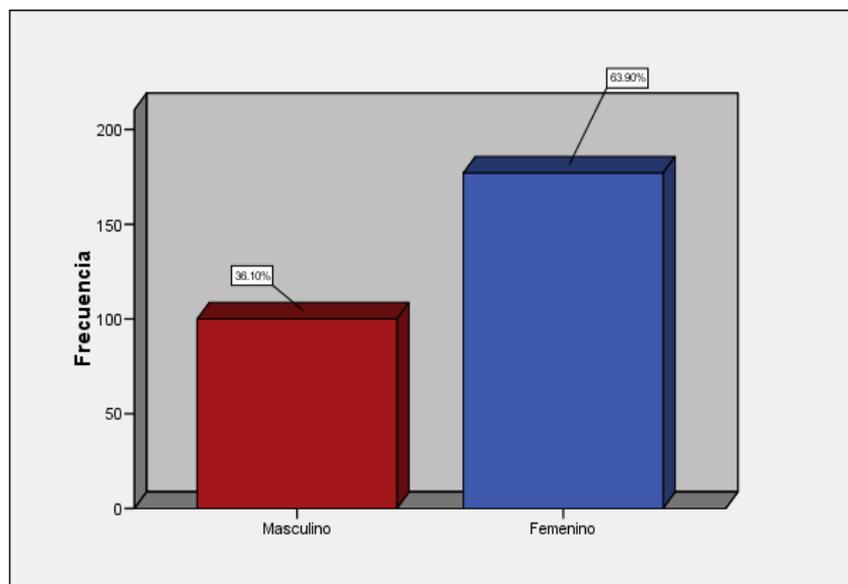
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	100	36.1	36.1	36.1
	Femenino	177	63.9	63.9	100.0
	Total	277	100.0	100.0	

**Fuente:** Encuestados

**Elaborado por:** Ángela Andrade

**GRÁFICO # 3:** Género de los encuestados.

¿Cuál es su género?



**Fuente:** Encuestados

**Elaborado por:** Ángela Andrade

De los 277 encuestados, el 36% que equivale a 100 personas son de género masculino y el 64% restante correspondiente a 177 personas son femeninas.

## Edad de los encuestados.

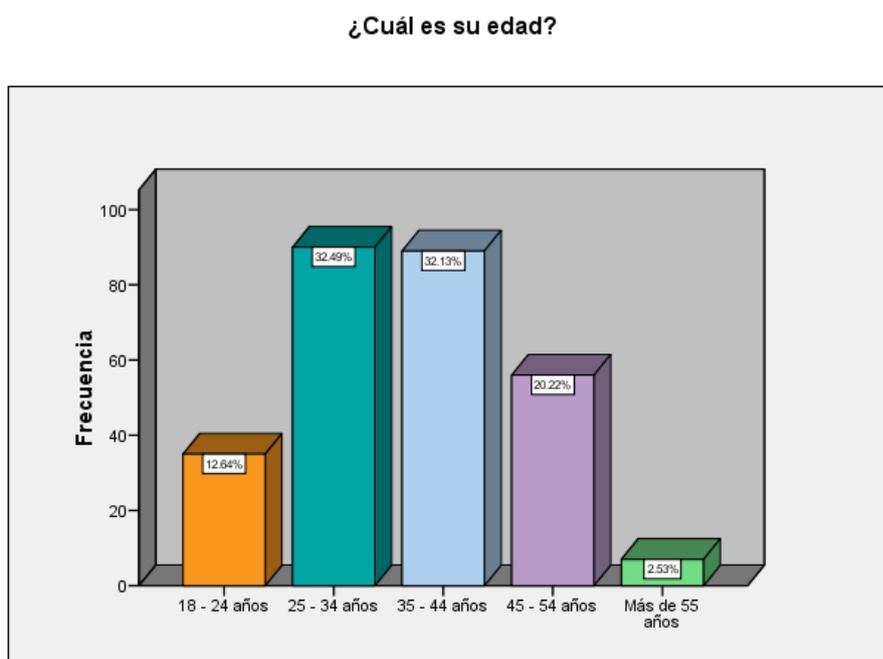
**CUADRO # 9:** Edad de los encuestados

**¿Cuál es su edad?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	18 - 24 años	35	12.6	12.6	12.6
	25 - 34 años	90	32.5	32.5	45.1
	35 - 44 años	89	32.1	32.1	77.3
	45 - 54 años	56	20.2	20.2	97.5
	Más de 55 años	7	2.5	2.5	100.0
	Total	277	100.0	100.0	

Fuente: Encuestados  
Elaborado por: Ángela Andrade

**GRÁFICO # 4:** Edad de los encuestados



Fuente: Encuestados  
Elaborado por: Ángela Andrade

Del 100% de los encuestados, el 13% que equivale a 35 personas tienen entre 18 a 24 años, el 33% que está conformado por 90 encuestados son de 25 a 34 años, el 32% tiene una edad entre 35 a 44 años, el 20% tiene entre 45 a 54 años y el 3% restante son de 55 años en adelante.

## Nivel de instrucción.

**CUADRO # 10:** Nivel de instrucción.

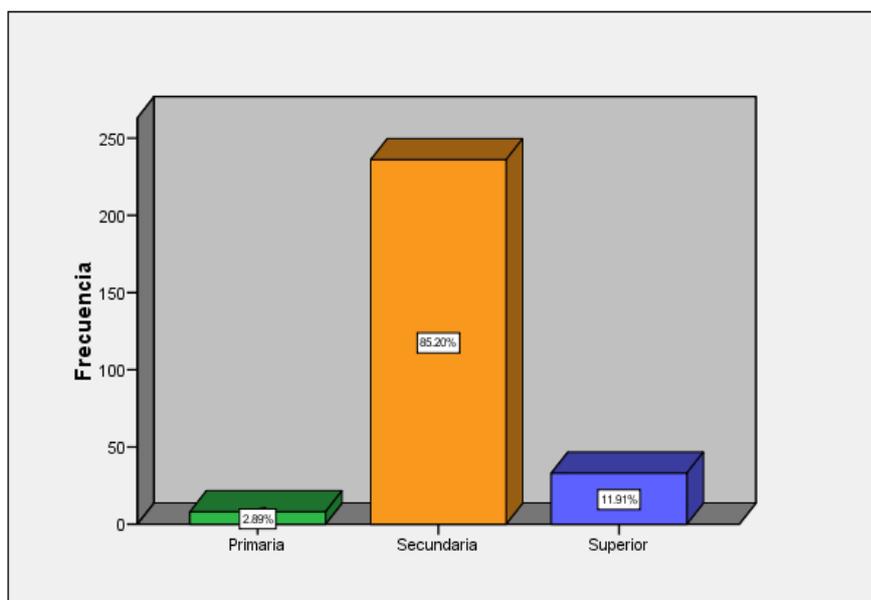
¿Cuál es su nivel de instrucción?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Primaria	8	2.9	2.9	2.9
	Secundaria	236	85.2	85.2	88.1
	Superior	33	11.9	11.9	100.0
	Total	277	100.0	100.0	

Fuente: Encuestados  
Elaborado por: Ángela Andrade

**GRÁFICO # 5:** Nivel de instrucción.

¿Cuál es su nivel de instrucción?



Fuente: Encuestados  
Elaborado por: Ángela Andrade

De los 277 encuestados el 3% que corresponde a 8 personas tienen un nivel de educación primaria, mientras que el 85% que equivale a 236 personas posee un título de nivel secundario y finalmente el 12% que comprende a 33 encuestados posee un nivel de instrucción superior.

## Compra de los productos de orfebrería del Cantón La Libertad

**CUADRO # 11:** Compra de los productos de orfebrería.

**Ud. ha comprado productos de orfebrería de plata a los Artesanos del Cantón La Libertad?**

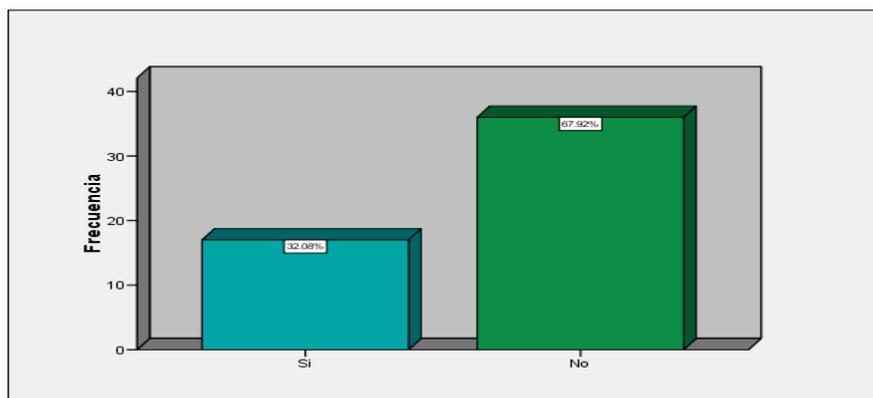
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	17	6.1	32.1	32.1
	No	36	13.0	67.9	100.0
	Total	53	19.1	100.0	
Perdidos	Sistema	224	80.9		
Total		277	100.0		

**Fuente:** Encuestados

**Elaborado por:** Ángela Andrade

**GRÁFICO # 6:** Compra de los productos de orfebrería.

**¿Ud. ha comprado productos de orfebrería de plata a los Artesanos del Cantón La Libertad?**



**Fuente:** Encuestados

**Elaborado por:** Ángela Andrade

De los 277 encuestados que mencionaron conocer los productos de orfebrería, el 32% que corresponde a 88 personas manifestaron que si han comprado estos artículos a los artesanos del Cantón La Libertad, es decir tienen conocimiento de la actividad que los orfebres desarrollan, mientras que el 68% que equivale a 188 personas no han comprado artesanías a los orfebres de este cantón peninsular. Este porcentaje de encuestados mencionaron varias alternativas por las cuales no han comprado los productos de orfebrería, la más mencionada es porque no conocían el lugar donde se realizan las ventas de estos artículos, en segundo lugar desconocen donde quedan ubicados sus talleres, entre otras, por lo que deben realizar publicidad para ser reconocidos en el medio.

## Talleres de los orfebres en sus propios domicilios.

**CUADRO # 12:** Ubicación de los talleres orfebres.

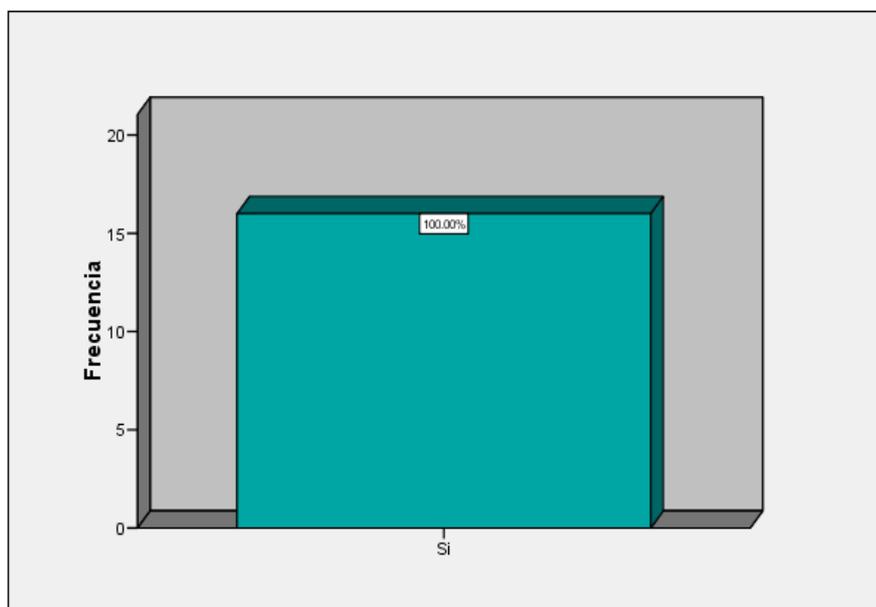
**¿Conoce Ud. que los artesanos orfebres prestan sus servicios en sus talleres ubicados en sus propios domicilios?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	17	6.1	100.0	100.0
Perdidos	Sistema	260	93.9		
Total		277	100.0		

**Fuente:** Encuestados  
**Elaborado por:** Ángela Andrade

**GRÁFICO # 7:** Ubicación de los talleres orfebres.

**¿Conoce Ud. que los artesanos orfebres prestan sus servicios en sus talleres, ubicados en sus propios domicilios?**



**Fuente:** Encuestados  
**Elaborado por:** Ángela Andrade

De los 17 encuestados que adquieren los productos de los artesanos del Cantón La Libertad, el 100% indica conocer con exactitud que los orfebres prestan sus servicios en talleres ubicados en sus propios domicilios.

## Evaluación del lugar donde prestan sus servicios.

**CUADRO # 13:** Evaluación del lugar donde prestan sus servicios.

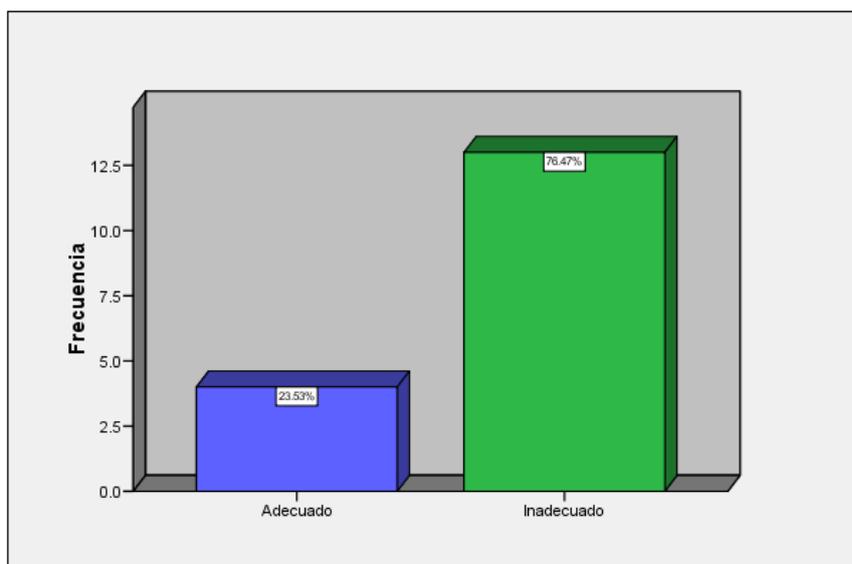
¿Cómo evalúa el lugar donde prestan sus servicios los orfebres?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Adecuado	4	1.4	23.5	23.5
	Inadecuado	13	4.7	76.5	100.0
	Total	17	6.1	100.0	
Perdidos	Sistema	260	93.9		
Total		277	100.0		

Fuente: Encuestados  
Elaborado por: Ángela Andrade

**GRÁFICO # 8:** Evaluación del lugar donde prestan sus servicios.

¿Cómo evalúa el lugar donde prestan sus servicios los orfebres?



Fuente: Encuestados  
Elaborado por: Ángela Andrade

Del 100% de los encuestados que equivale a 17 personas que adquieren estos productos a los artesanos del cantón La Libertad, el 24% que equivale a 4 personas menciona que el lugar donde prestan sus servicios es adecuado, mientras que el 76% correspondiente a 13 personas indican que el lugar es inadecuado por lo que se debe buscar una mejor infraestructura.

## Qué le parecen los productos de los orfebres del Cantón La Libertad.

**CUADRO # 14:** Apreciación de los productos de los orfebres.

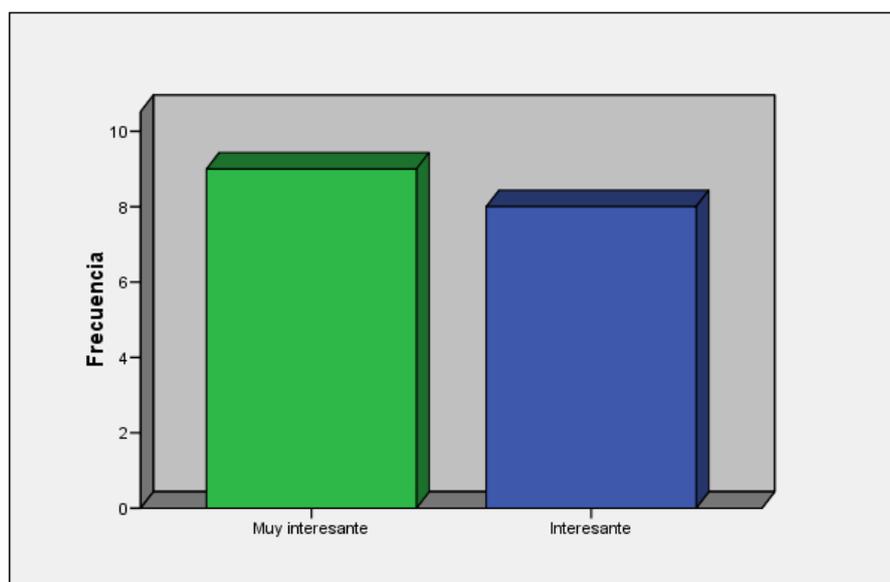
¿Qué le parecen los productos que le ofrecen los orfebres del Cantón La Libertad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy interesante	9	3.2	52.9	52.9
	Interesante	8	2.9	47.1	100.0
	Total	17	6.1	100.0	
Perdidos	Sistema	260	93.9		
Total		277	100.0		

**Fuente:** Encuestados  
**Elaborado por:** Ángela Andrade

**GRÁFICO # 9:** Apreciación de los productos de los orfebres.

¿Qué le parecen los productos que le ofrecen los orfebres del Cantón La Libertad?



**Fuente:** Encuestados  
**Elaborado por:** Ángela Andrade

De los 17 encuestados que adquieren los productos que ofrecen los artesanos del cantón La Libertad, el 53% que equivale a 9 personas mencionaron que las artesanías les parecen muy interesantes, mientras que el 47% restante indicó que le parecen interesantes.

## Atributos de los productos orfebres.

**CUADRO # 15:** Atributos de los productos orfebres.

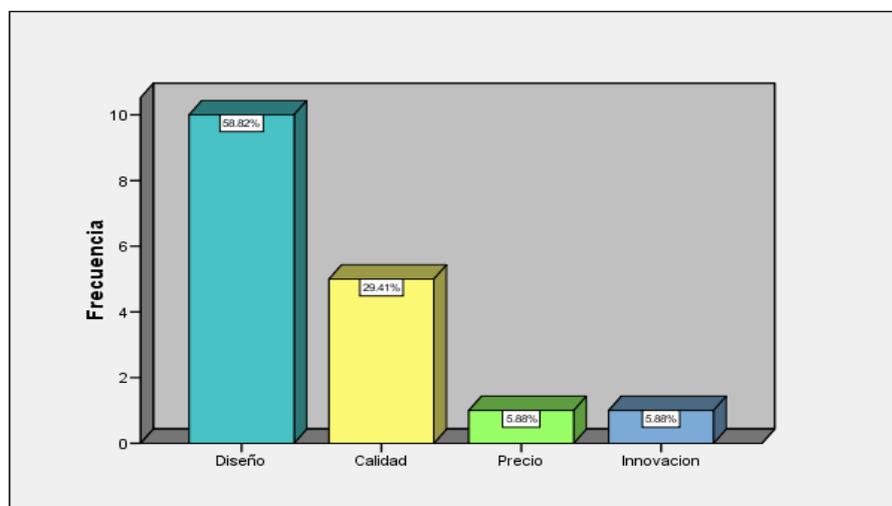
De los atributos que poseen los productos orfebres en plata cuál considera Ud que es el más importante?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Diseño	10	3.6	58.8	58.8
	Calidad	5	1.8	29.4	88.2
	Precio	1	.4	5.9	94.1
	Innovacion	1	.4	5.9	100.0
	Total	17	6.1	100.0	
Perdidos	Sistema	260	93.9		
Total		277	100.0		

Fuente: Encuestados  
Elaborado por: Ángela Andrade

**GRÁFICO # 10:** Atributos de los productos orfebres.

¿De los atributos que poseen los productos orfebres en plata cuál considera Ud. que es el más importante?



Fuente: Encuestados  
Elaborado por: Ángela Andrade

De los 17 encuestados que adquieren los productos de los orfebres del Cantón La Libertad, el 59% que equivale a 10 personas menciona que los compra por el diseño, el 29% correspondiente a 5% indica que lo hace por calidad, mientras que el 6% restante expresa que se debe al precio y la innovación respectivamente.

## Accesibilidad en los precios.

**CUADRO # 16:** Accesibilidad en los precios.

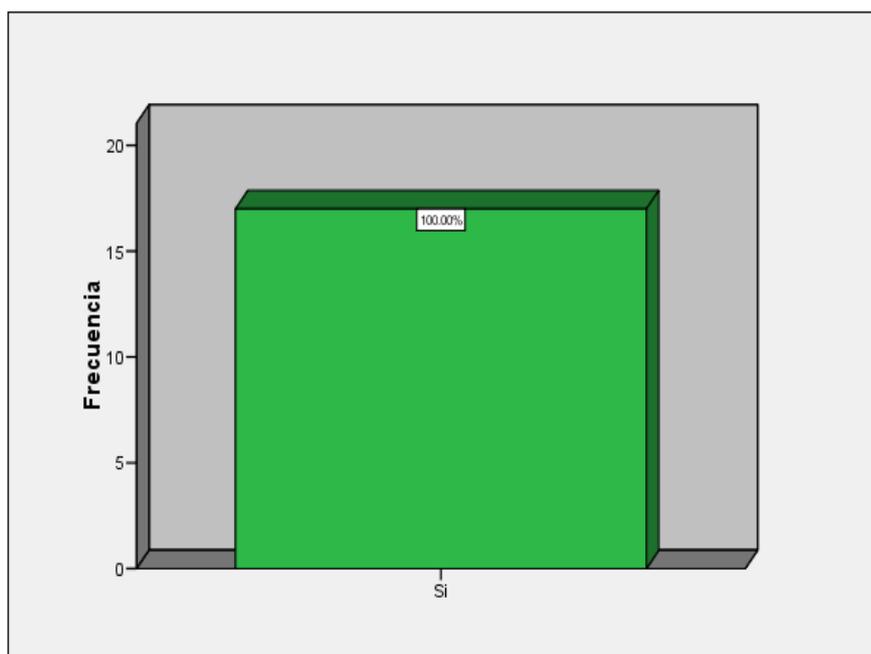
¿Cree Ud. que los precios de los productos son accesibles?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	17	6.1	100.0	100.0
Perdidos	Sistema	260	93.9		
Total		277	100.0		

Fuente: Encuestados  
Elaborado por: Ángela Andrade

**GRÁFICO # 11:** Accesibilidad en los precios.

¿Cree Ud. que los precios de los productos son accesibles?



Fuente: Encuestados  
Elaborado por: Ángela Andrade

Los 17 encuestados que mencionaron adquirir los productos que ofrecen los artesanos del Cantón La Libertad, el 100% de ellos consideran que los precios de las artesanías que estas personas ofrecen son accesibles pues les permiten comercializarlos a diferentes lugares obteniendo un margen de utilidad.

## Atención que recibe de los orfebres del cantón La Libertad.

**CUADRO # 17:** Atención que recibe de los orfebres.

¿Cómo valora Ud. la atención que recibe por parte de los orfebres del cantón La Libertad?

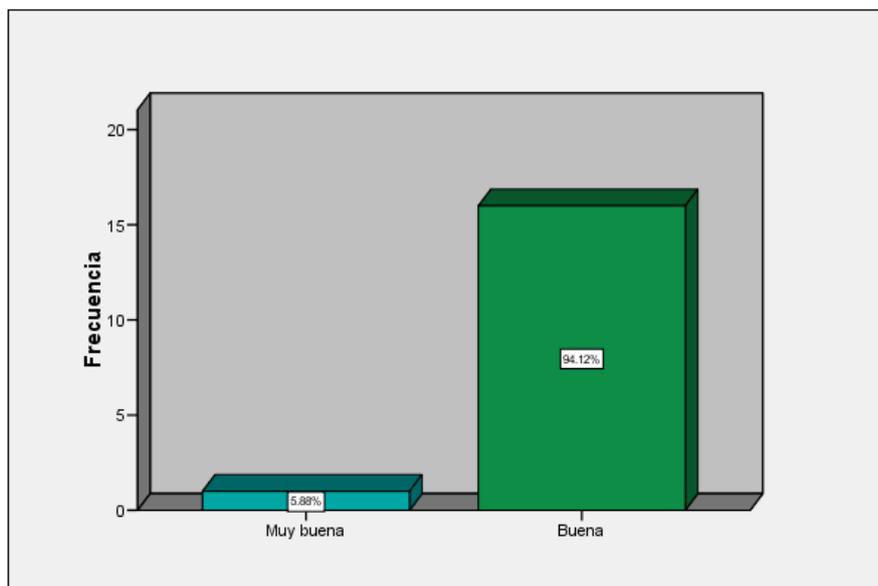
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy buena	1	.4	5.9	5.9
	Buena	16	5.8	94.1	100.0
	Total	17	6.1	100.0	
Perdidos	Sistema	260	93.9		
Total		277	100.0		

Fuente: Encuestados

Elaborado por: Ángela Andrade

**GRÁFICO # 12:** Atención que recibe de los orfebres.

¿Cómo valora Ud. la atención que recibe por parte de los orfebres del cantón La Libertad?



Fuente: Encuestados

Elaborado por: Ángela Andrade

De los 17 encuestados, tan solo el 6% indica que la atención que reciben por parte de los artesanos del Cantón La Libertad es muy buena, mientras que el 94% menciona que la atención es buena, además consideran que deberían innovar en sus estrategias de ventas.

## Frecuencia de Compra de los artículos.

**CUADRO # 18:** Frecuencia de Compra de los artículos.

¿Con qué frecuencia realiza compras de artículos relacionados con la orfebrería?

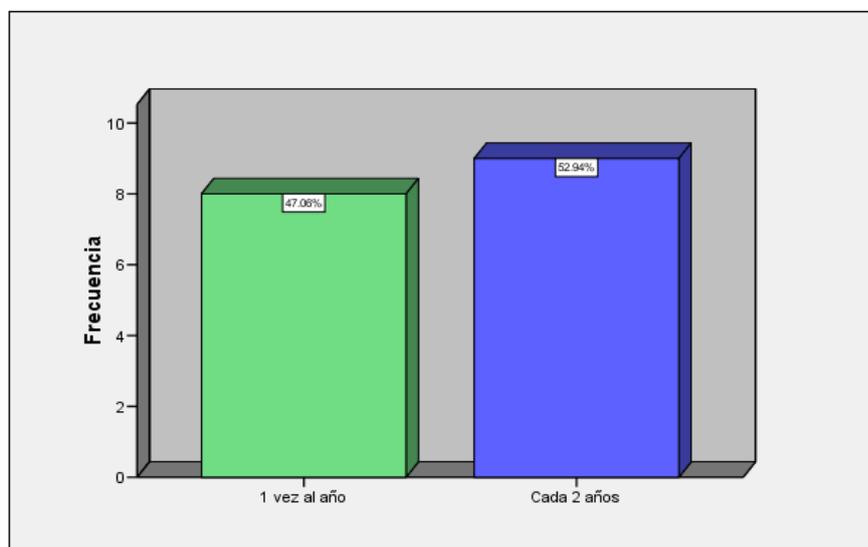
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1 vez al año	8	2.9	47.1	47.1
	Cada 2 años	9	3.2	52.9	100.0
	Total	17	6.1	100.0	
Perdidos	Sistema	260	93.9		
Total		277	100.0		

Fuente: Encuestados

Elaborado por: Ángela Andrade

**GRÁFICO # 13:** Frecuencia de Compra de los artículos.

¿Con qué frecuencia realiza compras de artículos relacionados con la orfebrería?



Fuente: Encuestados

Elaborado por: Ángela Andrade

De los 17 encuestados que mencionaron que si adquieren los productos de orfebrería de los artesanos del Cantón La Libertad, el 47% que equivale a 8 personas mencionaron que adquieren las artesanías una vez al año pero de varios diseños para su posterior venta y el 53% que corresponde a 9 personas mencionó que adquiere el producto cada 2 años para su igual comercialización.

## Lugares con los mismos productos.

**CUADRO # 19:** Lugares con similares productos.

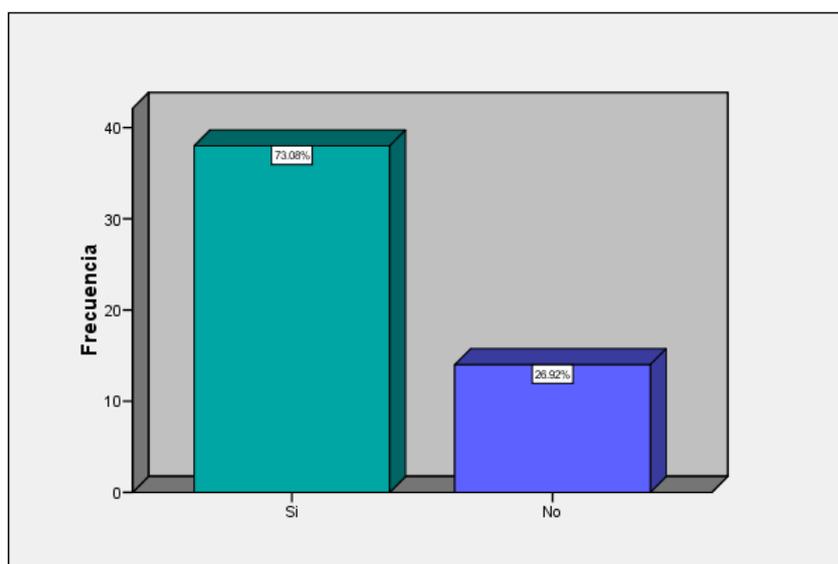
¿Conoce Ud. otros lugares que le ofrezcan los mismo productos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	38	13.7	71.7	71.7
	No	15	5.4	28.3	100.0
	Total	53	19.1	100.0	
Perdidos	Sistema	224	80.9		
Total		277	100.0		

Fuente: Encuestados  
Elaborado por: Ángela Andrade

**GRÁFICO # 14:** Lugares con similares productos.

¿Conoce Ud. otros lugares que le ofrezcan los mismo productos?



Fuente: Encuestados  
Elaborado por: Ángela Andrade

De los 53 encuestados que mencionaron conocer los productos de orfebrería, el 72% que equivale a 38 personas indican que si conocen otros lugares que venden los mismos productos, mientras que el 28% correspondiente a 15 personas manifestaron que no conocen lugares similares sobre la venta de los productos de orfebrería en plata.

## Compra de producto similar.

**CUADRO # 20:** Compra de producto similar.

¿Ha comprado algún producto similar?

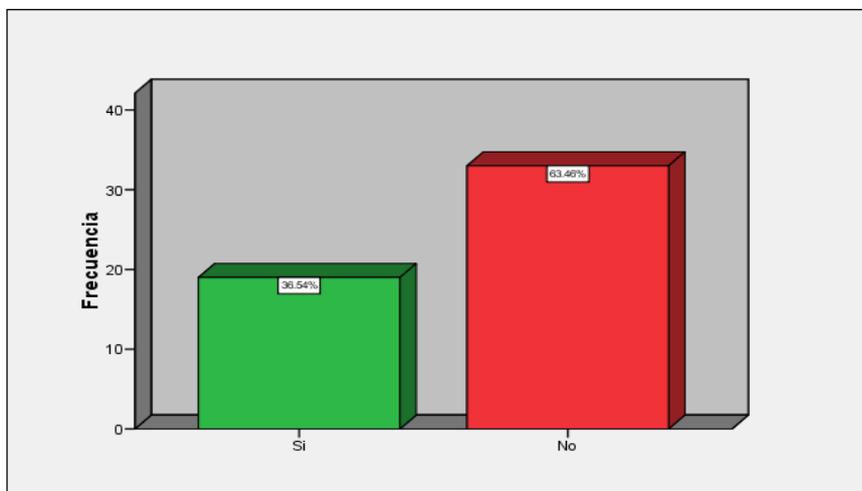
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	19	6.9	35.8	35.8
	No	34	12.3	64.2	100.0
	Total	53	19.1	100.0	
Perdidos	Sistema	224	80.9		
Total		277	100.0		

**Fuente:** Encuestados

**Elaborado por:** Ángela Andrade

**GRÁFICO # 15:** Compra de producto similar.

¿Ha comprado algún producto similar?



**Fuente:** Encuestados

**Elaborado por:** Ángela Andrade

De los 53 encuestados, el 36% que equivale a 19 personas mencionan que si han comprado un producto de orfebrería similar, tales como joyas de oro puro, bañadas en oro, alpaca, bambalina, acero, tagua y demás metales preciosos las mismas que son vendidas por marcas reconocidas como Yanbal, Avon, Esika, mientras que el 64% que corresponde a 34 personas indicaron que no han comprado ningún producto similar.

## Lugares donde ha adquirido productos similares.

**CUADRO # 21:** Lugares de venta de productos similares.

¿Podría Ud. mencionar cuáles son los lugares donde adquiere productos similares?

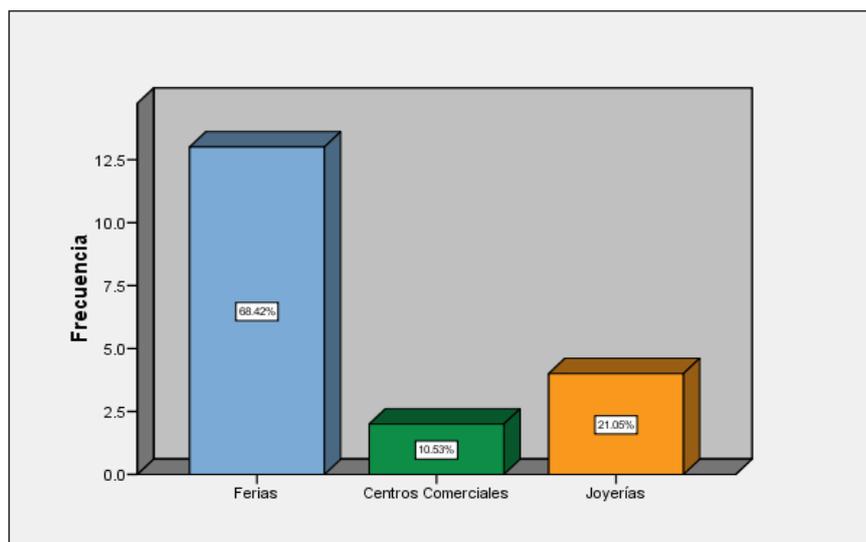
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ferias	13	4.7	68.4	68.4
	Centros Comerciales	2	.7	10.5	78.9
	Joyerías	4	1.4	21.1	100.0
	Total	19	6.9	100.0	
Perdidos	Sistema	258	93.1		
Total		277	100.0		

**Fuente:** Encuestados

**Elaborado por:** Ángela Andrade

**GRÁFICO # 16:** Lugares de venta de productos similares.

¿Podría Ud. mencionar cuáles son los lugares donde adquiere productos similares?



**Fuente:** Encuestados

**Elaborado por:** Ángela Andrade

De los 19 encuestados que mencionaron adquirir productos similares de orfebrería el 68% que equivale a 13 personas indica que los ha comprado en ferias, el 11% que corresponde a 2 personas mencionaron que han hecho la adquisición en centros comerciales y finalmente el 21% que comprenden 4 encuestados manifestó que los adquiere en joyerías.

## Conocimiento del precio de productos artesanales en el extranjero.

**CUADRO # 22:** Conocimiento de precios de productos en el extranjero.

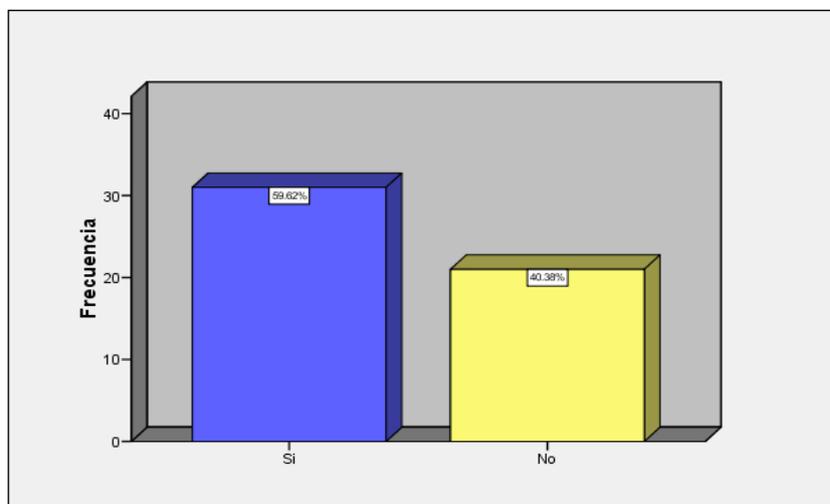
**Tiene conocimiento del precio final de los productos artesanales vendidos en el extranjero?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	31	11.2	58.5	58.5
	No	22	7.9	41.5	100.0
	Total	53	19.1	100.0	
Perdidos	Sistema	224	80.9		
Total		277	100.0		

**Fuente:** Encuestados  
**Elaborado por:** Ángela Andrade

**GRÁFICO # 17:** Conocimiento de precios de productos en el extranjero.

**¿Tiene conocimiento del precio final de los productos artesanales vendidos en el extranjero?**



**Fuente:** Encuestados  
**Elaborado por:** Ángela Andrade

De los 53 encuestados que manifestaron conocer los productos de orfebrería, el 59% que equivale a 31 personas indicaron que si conocen el precio de estos artículos en el extranjero, mientras que el 42% que corresponde a 22 encuestados mencionaron no conocer cuál es el precio de estas artesanías en el extranjero.

## Precio en el extranjero.

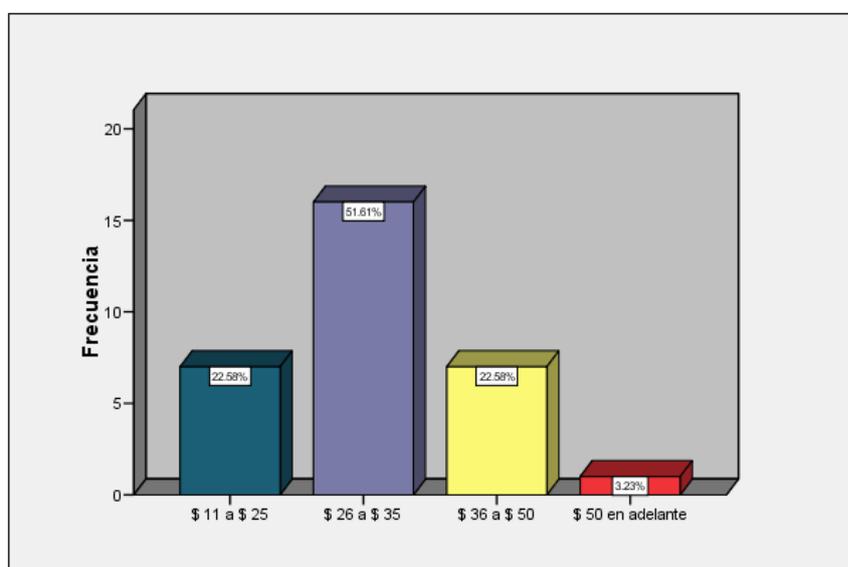
**CUADRO # 23:** Valor del producto en el extranjero.

¿Cuál sería este precio?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	\$ 11 a \$ 25	7	2.5	22.6	22.6
	\$ 26 a \$ 35	16	5.8	51.6	74.2
	\$ 36 a \$ 50	7	2.5	22.6	96.8
	\$ 50 en adelante	1	.4	3.2	100.0
	Total	31	11.2	100.0	
Perdidos	Sistema	246	88.8		
Total		277	100.0		

Fuente: Encuestados  
Elaborado por: Ángela Andrade

**GRÁFICO # 18:** Valor del producto en el extranjero.

¿Cuál sería este precio?



Fuente: Encuestados  
Elaborado por: Ángela Andrade

De los 19 encuestados que mencionaron conocer el precio de los productos de orfebrería en el extranjero, el 23% que corresponde a 7 personas manifestó que el valor es de \$ 11 a \$ 25, el 52% expresó que su precio se encuentra entre \$ 26 a \$ 35, el 23% dijo que es \$ 36 a \$ 50 y el 3% mencionó que sobrepasa los \$ 50.

## Le gustaría que los orfebres del Cantón La Libertad formen una Asociación.

### CUADRO # 24: Formación de una Asociación.

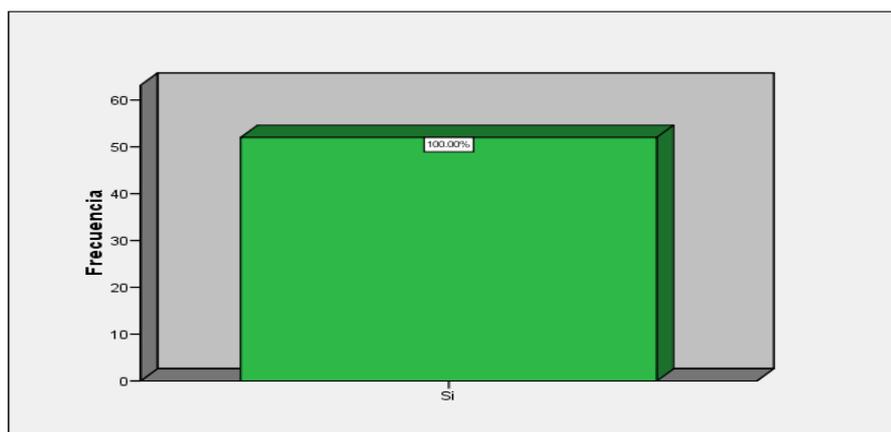
¿Le gustaría que los orfebres del Cantón La Libertad formen una Asociación y ofrezcan sus productos de manera formal?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	53	19.1	100.0	100.0
Perdidos	Sistema	224	80.9		
Total		277	100.0		

Fuente: Encuestados  
Elaborado por: Ángela Andrade

### GRÁFICO # 19: Formación de una Asociación.

¿Le gustaría que los orfebres del Cantón La Libertad formen una Asociación y ofrezcan sus productos de manera formal?



Fuente: Encuestados  
Elaborado por: Ángela Andrade

De los 53 encuestados que si conocen de los productos de orfebrería, el 100% es decir en su totalidad menciona que si les gustaría que los orfebres formen una asociación y ofrezcan sus productos de manera formal, porque esto les permitiría obtener un reconocimiento en el mercado artesanal y clientela peninsular, trabajarían en equipo fortaleciendo y concretando ideas al pertenecer a una asociación, obtendrían descuentos especiales al momento de adquirir la materia prima, podrían realizar convenios con diferentes instituciones para efectuar las ventas de sus artesanías y sobre todo tendrían un lugar específico donde comercialicen las artesanías que ellos elaboran.

**Con la formación de una Asociación existiría la oportunidad de exportar.**

**CUADRO # 25:** Oportunidad de exportar.

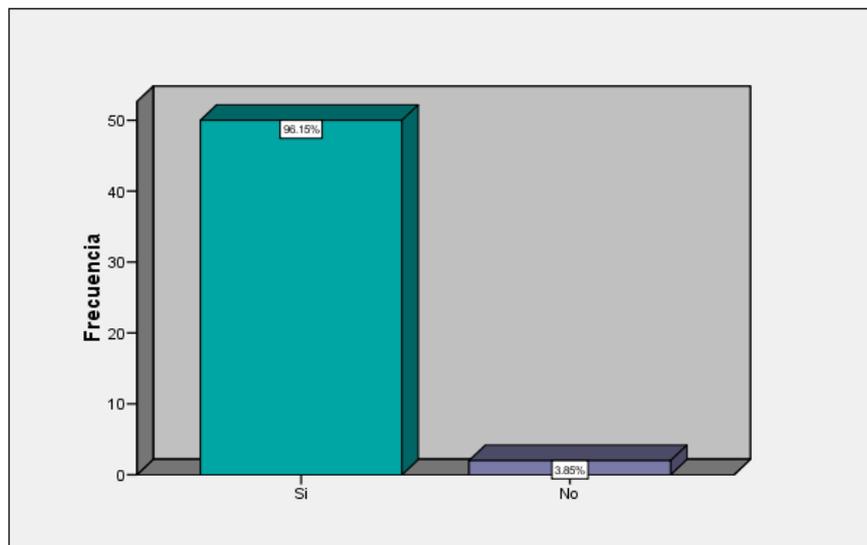
**¿Considera Ud. que los artesanos orfebres a través de la formación de una Asociación tendrán la oportunidad de exportar sus productos**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	51	18.4	96.2	96.2
	No	2	.7	3.8	100.0
	Total	53	19.1	100.0	
Perdidos	Sistema	224	80.9		
Total		277	100.0		

Fuente: Encuestados  
Elaborado por: Ángela Andrade

**GRÁFICO # 20:** Oportunidad de exportar.

**¿Considera Ud. que los artesanos orfebres a través de la formación de una Asociación tendrán la oportunidad de exportar sus productos**



Fuente: Encuestados  
Elaborado por: Ángela Andrade

Con la información obtenida de los 53 encuestados, el 96% que equivale a 51 personas indicaron que con la formación de una asociación si tendrían la oportunidad de exportar los productos de orfebrería, mientras que tan solo el 4% que corresponde a 2 personas mencionaron que no serviría de nada asociarse.

**Como le gustaría que fueran los productos de los artesanos orfebres.**

**CUADRO # 26:** Cualidades del producto.

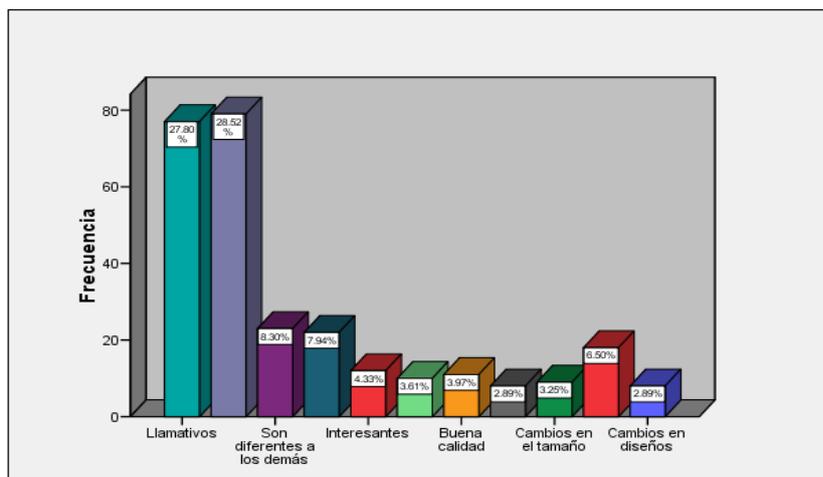
**¿Que le parece este producto?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Llamativos	77	27.8	27.8	27.8
	Colores innov adores	79	28.5	28.5	56.3
	Son dif erentes a los demás	23	8.3	8.3	64.6
	Nuevos diseños	22	7.9	7.9	72.6
	Interesantes	12	4.3	4.3	76.9
	Bonitos	10	3.6	3.6	80.5
	Buena calidad	11	4.0	4.0	84.5
	Agradables	8	2.9	2.9	87.4
	Cambios en el tamaño	9	3.2	3.2	90.6
	Cambios en colores	18	6.5	6.5	97.1
	Cambios en diseños	8	2.9	2.9	100.0
	Total	277	100.0	100.0	

**Fuente:** Encuestados  
**Elaborado por:** Ángela Andrade

**GRÁFICO # 21:** Cualidades del producto.

**¿Que le parece este producto?**



**Fuente:** Encuestados  
**Elaborado por:** Ángela Andrade

A través de la información recolectada a los 277 encuestados, sobre qué les parece el producto de los orfebres, en un 85% que equivale a 235 personas estos mencionaron que son bastantes llamativos, que sus colores son innovadores, así mismo que son diferentes a los que se ofrecen en otros lugar de ventas de artesanías en cuanto al diseño, esto hace que sea un producto interesante, bonito, y de interés para los posibles clientes de la provincia de Santa Elena, pero así mismo un 13% indicó que le gustaría cambios en el tamaño, en ciertos colores, y diseños.

## Necesidades que satisfacen con los actuales productos.

CUADRO # 27: Productos ofrecidos por una Asociación.

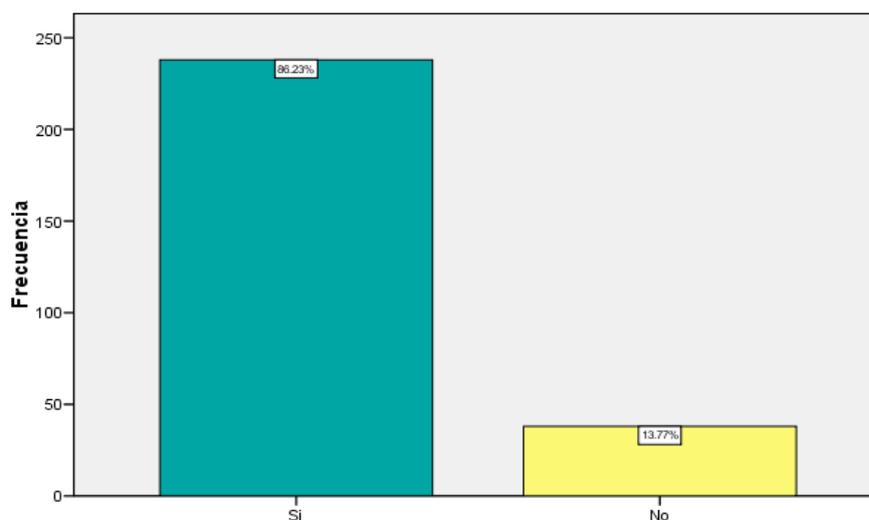
### Adquiriría Ud. este producto de artesanía en plata de una Asociación de Artesanos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos Si	250	90.25%	90.25%	90.25%
No	27	9.75%	9.75%	100.00%
<b>Total</b>	<b>277</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	

Fuente: Encuestados  
Elaborado por: Ángela Andrade

GRÁFICO # 22: Productos ofrecidos por una Asociación.

### ¿Adquiriría Ud. este producto de orfebrería en plata de una Asociación de artesano?



Fuente: Encuestados  
Elaborado por: Ángela Andrade

De los 277 encuestados, el 90.25% que está representado por 250 personas indicaron que si adquirirían un producto de orfebrería en plata de una Asociación de artesanos del Cantón La Libertad, pues el producto se ve novedoso además ayudarían a mejorar la economía de estas personas, mientras que el 9.75% manifestó que no adquirirían las artesanías que sean ofertadas por los diferentes orfebres.

### **3.3. Análisis de los Resultados de la Entrevista.**

#### **ENTREVISTA A LOS 20 ARTESANOS ORFEBRES.**

1. Nury Ramírez Tomalá.
2. Ángel Baldeón Jurado.
3. Laura Del Pezo.
4. Celinda Nájera.
5. Carlos Salinas.
6. Martha Chele.
7. Jimmy Toro.
8. René Lindao Santos.
9. Wellington Ramírez.
10. Alis Torres José.
11. Livinton Tomalá Del Pezo.
12. Gloria Cristóbal Orrala.
13. Amelia Tomalá Perero.
14. Oswaldo Lindao Santos.
15. Alba Santos Catuto.
16. Jéssica Rodríguez Lindao.
17. Winston Lindao Saltos.
18. Gonzalo Rodríguez.
19. Jonathan Lindao Santos.
20. Jorge Torres José.

## **1. ARTESANOS ORFEBRES SE HAN ORGANIZADO CON EL FIN DE FORMAR UNA ASOCIACIÓN.**

De las personas entrevistadas, que representan a futuros socios, mencionaron que en ciertas ocasiones han asistido a charlas para artesanos dictadas por el Municipio del Cantón La Libertad, pero no se ha analizado de manera concreta el punto sobre donde asistir si se desea formar una asociación, mientras que los demás orfebres indicaron que ninguna institución pública les ha proporcionado información de cuáles son las ventajas y desventajas de formar o pertenecer a una asociación. Además indican que si les gustaría participar de estas charlas para mejorar su desempeño en la labor que ellos realizan y conocer los diferentes procedimientos que se requieren para formar una asociación, ya que la técnica que ellos realizan para la elaboración de artesanías requiere de mayor tiempo en su producción y no tienen un lugar adecuado para su previa elaboración. La formalización de esta asociación de artesanos orfebres en el Cantón La Libertad, sería una ventaja competitiva para ellos porque tendrían una visión fija y contemporánea para lograr producir estas artesanías que además de ser innovadoras serían exclusivas, por ser un trabajo artesanal, manteniendo diseños creativos que estén a la vanguardia en las tendencias de moda para llegar a satisfacer las necesidades tanto del mercado local como, en un futuro internacional.

## **2. LA VENTA DE PRODUCTOS INNOVADORES MEJORARÍA LA RENTABILIDAD DE LOS ARTESANOS ORFEBRES DEL CANTÓN LA LIBERTAD.**

De acuerdo a la entrevista realizada a los orfebres del Cantón La Libertad, manifestaron que en ocasiones se organizan para dar a conocer su producto, en diferentes ferias, casas abiertas u otros sitios que les brindan apertura para la presentación de sus artesanías, pero si les gustaría realizarlo de manera formal es decir a través de una asociación e incluso donde puedan contar con su propia sede,

obteniendo mayores beneficios y personería jurídica lo que les permitiría alcanzar un objetivo común, y sobre todo donde exista mayor comunicación y capacitación que le permita innovar en cuanto a diseño y demás características de sus productos para de esta manera tener una aceptación favorable por parte del mercado.

Los artesanos orfebres resaltaron que en ocasiones han tenido que contratar a personas para que les ayude con la elaboración, pero siempre y cuando le guste el arte de la orfebrería, ya que este trabajo exige mucha paciencia y creatividad. Aunque la mayoría de la gente que se dedica a este oficio vive de ella, aun así no es una profesión que deje muchas ganancias, por el tiempo que se necesita para realizar un trabajo bien hecho y la falta de un taller adecuado que les facilite la producción.

### **3. LA AGRUPACIÓN DE LOS ARTESANOS ORFEBRES, PERMITRÁ QUE ESTOS PUEDAN COMPETIR CON LOS PRECIOS DEL MERCADO.**

Mediante la información recolectada a través de la entrevista realizada a los artesanos orfebres del Cantón La Libertad, se puede mencionar que todavía tienen dudas en cuanto a los beneficios que obtendrían si pertenecen a una asociación y que quisieran conocer con mayor detalle cuales son estos beneficios, mientras que otra parte de los artesanos indicaron que conocen sobre el tema y que si obtendrían muchos beneficios como por ejemplo personería jurídica, requisito indispensable al momento de realizar préstamos para financiamiento con el fin de tecnificar sus artesanías, además de recibir el apoyo de entidades gubernamentales al constar en el Cantón como una Sociedad legalmente constituida. De esta manera brindar al cliente diseños innovadores y creativos brindándole productos de alta calidad, diferenciados de la competencia y pudiendo competir con los precios del mercado y que satisfagan sus gustos, preferencias y necesidades haciendo uso de los recursos naturales como la tagua y metales preciosos de manera óptima preservando el medio ambiente en cada uno de los procesos y actividades de producción.

#### **4. MEDIANTE LA AGRUPACIÓN DE LOS ARTESANOS ORFEBRES MEJORARÁ LA DEMANDA DE SUS PRODUCTOS.**

En la entrevista realizada a los orfebres del Cantón La Libertad, se puede establecer que no están totalmente satisfechos con su situación actual pues en una sociedad tan competitiva se requiere de la unión entre varias personas o empresas para enfrentar a los diferentes competidores, además que no poseen las maquinarias acordes para la elaboración de sus artesanías y les gustaría que si exista una asociación que los represente, ya que el mercado de la artesanía es muy variado y se encuentran productos elaborados en bronce, plata, cuero, piedras entre otros, se podría decir que este mercado está muy estratificado puesto que se pueden encontrar productos de todos los precios, hay unos muy económicos que estarían dirigidos para los estratos más bajos y unos extremadamente costosos los cuales solo podrían comprar las personas muy acomodadas. Así mismo mencionaron que existen empresas que producen estas artesanías, sin embargo, no se enfocan en su totalidad, y solo ofertan un par de productos elaborados en esta técnica, el resto son en diferentes materiales, esto es una ventaja para ellos ya que pueden mejorar a la competencia, a diferencia de otros artesanos que mencionaron sentirse satisfechos con su situación actual pero no en su totalidad.

#### **5. PROYECTOS PLANTEADOS PARA LA FORMACIÓN DE UNA ASOCIACIÓN.**

De los artesanos orfebres entrevistados en el Cantón La Libertad, indicaron que no han elaborado ningún tipo de proyecto referente a la formación de una asociación, pero que si existe la iniciativa por parte de un gran número de artesanos, pero que no se ha concretado por falta de organización e iniciativa. Ya que necesitan involucrarse en todos los aspectos de la investigación del mercado, diseño, producción, costos y comercialización y también necesitan comprender las adaptaciones y cambios en la forma, función, uso y venta del producto que están haciendo.

Los artesanos también afirman que al elaborar un proyecto deben tener en cuenta su tradición artesanal, los diferentes procedimientos de fabricación con el fin de mejorarlos, la documentación e historia de la artesanos en orfebrería y la recuperación de la identidad cultural, diseños y técnicas; la introducción de nuevos tipos de materias primas; la adopción de principios de costos, control de calidad y planificación de producción, la introducción de una comercialización efectiva y estrategias promocionales.

## **6. AGRUPACIÓN DE LOS ARTESANOS ORFEBRES DEL CANTÓN LA LIBERTAD DISMINUIRÁ SUS COSTOS DE PRODUCCIÓN.**

Los entrevistados están de acuerdo que como grupo podrían conseguir descuento en los precios de la materia prima, esto les beneficiaría al momento de ofrecer sus productos pues los podrían vender a un menor precio y serían competitivos en el mercado en relación con la competencia. Brindando un producto de mejor calidad, verificando sus procesos y los materiales utilizados. Desarrollar ampliaciones de diseño de la línea de productos existentes para aumentar la variedad y ofrecer una rama de productos de artículos decorativos.

## **7. TALLER ADECUADO PARA LABORES.**

De los artesanos orfebres entrevistados, todos manifestaron que sus talleres no cuentan con los parámetros necesarios para el desempeño de sus actividades y que deben mejorar sus instalaciones para la correcta ejecución de las labores que ellos realizan, ya que muchos de ellos realizan la elaboración de los productos en los patios de sus casas, adaptados como talleres, porque no tienen un sitio establecido para la previa ejecución del tallado, además que les hacen falta cierto tipo de instrumentos lo que dificulta y retrasa en muchas ocasiones la labor encomendada, el restante de ellos mencionaron que tienen un pequeño local en su casa como taller pero no están totalmente adecuados y solo pueden cumplir con cierta parte de la demanda que actualmente existe.

## **8. OBJETIVOS DE ORFEBRES CON LA CREACIÓN DE ASOCIACIÓN.**

Todos los entrevistados coinciden en que al formar una asociación ésta debe estar enfocada a cumplir un fin determinado, es decir a que cada uno de ellos trabaje en equipo obteniendo una sola fuerza laboral, que les permita incursionar en el mercado y sobre todo ser reconocidos a nivel peninsular, mejorando la calidad de vida de cada uno de los orfebres. Muchos de los artesanos indicaron que no todos pueden proponer determinadas metas o plantear objetivos, porque muchos no están de acuerdo en colaborar y apoyar estas iniciativas a nivel de procesos o materiales, o ideas de mejora sobre productos, usos y funciones, tanto en términos de la posibilidad de venta como mejora de ingresos. Explorando caminos potenciales para el desarrollo de productos que crean una percepción de valor más alto basado en las oportunidades del mercado. Limitando así el progreso del negocio al no arriesgarse en innovar y solo seguir en lo tradicional.

## **9. IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN ENTRE ORFEBRES**

Todos los artesanos entrevistados, en el Cantón La libertad mencionan que la comunicación es muy indispensable para alcanzar sus objetivos, pues a través de esta se mantendrían en constante conocimiento de los diferentes requerimientos o necesidades que tiene cada uno de los orfebres, logrando así alcanzar un mismo objetivo. Así mismo manifestaron que sería de gran ayuda trabajar en equipo y desarrollar las habilidades de comunicaciones técnicas, desarrollar métodos correctos y efectivos utilizando instrumentos de precisión y proporcionando amplio conocimiento de las personas experimentadas sugiriendo ideas de mejora en los procedimientos, facilitando el proceso de producción del producto, adoptando nuevas técnicas, por otra parte un grupo de artesanos también consideran que la comunicación no es tan importante sino más bien contar con talleres tecnificados para el desempeño de sus actividades.

## **10. CAPACITACIÓN CONSTANTE PARA MEJORAR PRODUCTOS ORFEBRES.**

De los artesanos orfebres entrevistados, manifestaron que la capacitación continua es de mucha importancia en la actualidad, pues es necesario contar con conocimientos acordes a las exigencias de la sociedad, de esta manera ofrecer productos de calidad y sobre todo que sean competitivos en relación con los que promociona la competencia, ya que existen muchas empresas que también se dedican a la producción de estos tallados, en diferentes metales pero solo es dirigida para determinada clase social, además manifestaron que la capacitación también les ayudaría a implementar nuevas técnicas en la fabricación de sus productos y así mejorar a la competencia llegando con el producto a toda la comunidad y no solo a un determinado estatus.

## **11. PERTENECERÍA A UNA ASOCIACIÓN CON EL FIN DE MEJORAR SU NEGOCIO.**

En su totalidad los artesanos entrevistados indicaron que estarían totalmente de acuerdo en pertenecer a una asociación, pero que se les capacite inicialmente para conocer cuáles serían sus obligaciones y derechos al momento de pertenecer a la misma, además están conscientes de que gozarían de beneficios que les permitirían progresar en el ámbito comercial.

El 100% de los orfebres manifestaron que es muy importante y conveniente establecer un diálogo continuo e interactivo enfocado a crear una relación proactiva y comprometida alrededor de los diferentes aspectos de las artesanías, basadas en las oportunidades disponibles. Identificación de representantes e influyentes entre las comunidades artesanales para crear posibilidades que tengan implicaciones inmediatas y a largo plazo.

Incrementar la concientización y compartir el conocimiento y la experiencia entre grupos más amplios para aumentar el número de beneficiarios, desarrollando formas de protección a largo plazo, solicitar el apoyo sostenido del gobierno y de agencias no gubernamentales para financiar actividades de naturaleza colectiva y ofrecer los productos a intereses más amplios, tales como la comercialización en eventos empresariales, etc.

## **12. AUMENTO DE VENTAS CON LA CREACIÓN DE LA ASOCIACIÓN.**

De las personas entrevistadas, el total de ellas indicaron que si creen que sus ventas aumentarían si se unen con otros artesanos o pertenecen a una asociación, pues se presentarían ante el mercado como una entidad legalmente constituida, teniendo la oportunidad de ofrecer sus productos incluso en el extranjero mejorando su rentabilidad, así como también la adquisición de maquinarias y equipos, mientras que otro porcentaje de artesanos expresaron que les gustaría conocer como aumentarían sus ventas si se unen o pertenecen a una asociación.

Pues sería muy conveniente al asociarse con más personas dedicadas a la misma labor, ya que se adoptaría una imagen diferente, teniendo su propia sede, marca distintiva que inflencie las características únicas y rasgos distintivos de las comunidades artesanales y de sus productos, tanto en contextos socioculturales como la calidad del producto.

Asegurando el compromiso entre todos los socios y los aportes en la asociación al momento de implementar nuevas técnicas de mejora para conseguir los objetivos previstos.

### **13. LA PRODUCCIÓN DE LOS ARTESANOS ORFEBRES GOZA DE UNA BUENA ACEPTACIÓN POR PARTE DEL MERCADO LOCAL.**

Mediante los datos obtenidos a través de la entrevista a los orfebres del Cantón La Libertad, mencionan que si gozan de una buena aceptación por parte del mercado local, pero que se encuentran en desventaja porque les falta publicidad y que las personas reconozcan la ubicación de sus talleres o contar con un lugar que se encuentre estratégicamente ubicado para las ventas de estas artesanías, por otra parte mencionan que utilizan diferentes métodos para distribuir sus productos, mientras que el restante de los artesanos mencionaron que venden sus productos de manera empírica es decir en base a sus experiencias, perdiendo la oportunidad de buscar nuevas fuentes de ingresos. Pues les gustaría participar en ferias, eventos comerciales para de esta manera dar a conocer sus productos en diferentes diseños, y colores de acuerdo con las demandas del mercado. Introduciendo la diversificación de los productos, garantizando la materia prima con que fueron elaboradas las artesanías, asegurando mejores resultados en su producción, de esta manera hacer el proceso de trabajo menos intensivo, desarrollar enlaces de mercado para proporcionar trabajo continuo para los artesanos y un crecimiento saludable para este arte.

#### **3.3. Comprobación de Hipótesis.**

En el presente trabajo de titulación se empleó la técnica estadística denominada Chi Cuadrada para la comprobación de la Hipótesis de Investigación (Hi).

#### **Hipótesis del Trabajo de Titulación.**

Hipótesis de Investigación (Hi): al implementar un plan de asociatividad, entre los artesanos Orfebres del Cantón La Libertad mejorarán los niveles de competitividad y conocimiento adquisitivo logrando de esta manera estabilizar los precios de las joyas en cada uno de los establecimientos y elevar las ventas de los mismos.

En la encuesta realizada bajo el instrumento del cuestionario se incluyó interrogantes que permitieron conocer si el plan de asociatividad contribuirá en mejorar la competitividad de los artesanos en orfebrería del Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, donde además se identificó dos variables: “asociatividad” y “competitividad”

La variable “asociatividad” presenta dos indicadores: los clientes y artesanos. Por otro lado la variable “competitividad” ilustró también dos indicadores: los que opinaron que el plan de asociatividad “SI” contribuirá en la competitividad de sus funciones y los que sostuvieron que “NO”, conforme se tabula en el cuadro N° 33

**CUADRO # 28:** Datos para comprobar hipótesis:

	<b>Plan de Asociatividad</b>	<b>Futuros Clientes</b>	<b>Futuros Socios</b>	<b>Tniof</b>
1	Mejorará la competitividad de los artesanos orfebres	250	15	<b>265</b>
2	No mejorará la competitividad de los artesanos orfebres	27	5	<b>32</b>
	<b>Tnioc</b>	<b>277</b>	<b>20</b>	<b>n =297</b>

**Fuente:** Metodología de la Investigación  
**Elaborado por:** Ángela Andrade

Todos los futuros clientes encuestados manifiestan que el plan de asociatividad, mejorará la competitividad de los artesanos orfebres, mientras que 15 de los futuros socios también están de acuerdo con el plan de asociatividad y finalmente 5 de los artesanos tienen dudas o no están seguros del proceso asociativo, es decir dieron una respuesta no favorable.

Lo próximo es calcular las frecuencias absolutas esperadas para cada celda, mediante el uso de la siguiente fórmula:

$$nie = \frac{(Tniof)(Tnioc)}{n}$$

**Donde:**

**CUADRO # 29:** Significado de la Fórmula

nie =	Frecuencia absoluta esperada
Tniof =	Total de las frecuencias absolutas en la fila
Tnioc =	Total de las frecuencias absolutas en la columna
n =	Tamaño muestral

**Fuente:** Metodología de la Investigación  
**Elaborado por:** Ángela Andrade

**Desarrollo:**

$$nie = \frac{(265)(277)}{297} = 247$$

$$nie = \frac{(32)(277)}{297} = 30$$

$$nie = \frac{(265)(20)}{297} = 18$$

$$nie = \frac{(32)(20)}{297} = 2$$

La nueva tabla con las frecuencias esperada (nie), queda de la siguiente manera:

Nueva tabla con las frecuencias esperadas (nie):

Plan de Asociatividad		Futuros Clientes		Futuros Socios		Tniof
		nio =		nio =		
1	Mejorará la competitividad de los artesanos orfebres	nio =	250	nio =	15	265
		nie =	247	nie =	18	
2	No mejorará la competitividad de los artesanos orfebres	nio =	27	nio =	5	32
		nie =	30	nie =	2	
<b>Tnioc</b>		<b>277</b>		<b>20</b>		<b>n = 297</b>

Fuente: Metodología de la Investigación  
Elaborado por: Ángela Andrade

Una vez obtenidas las frecuencias esperadas, se aplicó la fórmula de la Chi Cuadrada.

$$X^2 = \frac{(nio - nie)^2}{nie}$$

Significado de la Fórmula Chi Cuadrada.

X <sup>2</sup> =	Chi cuadrada
nio =	Frecuencias absolutas observada
nie =	Frecuencias absolutas esperada

Fuente: Metodología de la Investigación  
Elaborado por: Ángela Andrade

Continuando con el proceso de aplicación de esta técnica se procedió a restar la frecuencia absoluta observada de la esperada, elevando al cuadrado esta diferencia para luego dividir ese resultado entre la frecuencia esperada. Una vez que se determinó la chi cuadrada para cada celda, se sumaron sus valores, el resultado final fue el valor de la chi cuadrada calculada así:

Desarrollo:

$$X^2 = \frac{(250 - 247)^2}{247} = 0,03$$

$$X^2 = \frac{(27 - 30)^2}{30} = 0,3$$

$$X^2 = \frac{(15 - 18)^2}{18} = 0,50$$

$$X^2 = \frac{(5 - 2)^2}{2} = 4,5$$

Luego:

$$X^2 = 0,03 + 0,3 + 0,5 + 4,5$$

$$X^2 = 5,34$$

Determinado el valor de la chi cuadrada, se comparó con su valor teórico considerando que para investigaciones con variables sociales, existen dos niveles de confianza convenidos: 95% y 99%, los que coadyuvaron a la generalización de resultados con ciertas excepciones.

La comprobación del valor de chi cuadrada calculada con su valor teórico, la realizamos mediante el cálculo del grado de libertad para cuadro 2 x 2 al 95% de confianza utilizando la siguiente fórmula.

$$gl = (f - 1)(c - 1)$$

**Donde:**

Significado de la Fórmula Grados de Libertad

gl =	Grados de libertad
f =	Filas
c =	Columnas del cuadro

**Entonces:**

$$gl = 2 - 12 - 1$$

$$gl = (1)(1)$$

$$gl = 1$$

Finalmente se utilizó los valores de los niveles de confianza 95% y 99%, para disponer del valor de la chi cuadrada teórica en el grado de libertad 1 y nivel de confianza 95%. El valor en este caso es de 3.841

**Informe sobre la Comprobación de la Hipótesis**

El resultado de chi cuadrada calculado fue igual a 5.34 siendo superior a la teórica  $gl = 1 =$  al 95% = 3.84 lo que significa que la Hipótesis de investigación es aplicable a la población estudiada, por lo tanto se acepta la hipótesis del trabajo de titulación.

Todo esto indica que la hipótesis planteada se acepta como verdadera y por ende es cierto que el “Plan de Asociatividad”, entre los artesanos Orfebres del Cantón La Libertad mejorarán los niveles de competitividad y conocimiento adquisitivo logrando de esta manera estabilizar los precios de las joyas en cada uno de los establecimientos y elevar las ventas de los mismos.

### **3.4. Conclusiones y Recomendaciones.**

#### **3.4.1. Conclusiones Encuestas.**

- Mediante las encuestas realizadas podemos determinar si existe un segmento de mercado que estaría dispuesto a adquirir los diferentes productos que ofertan los artesanos orfebres del cantón La Libertad, además que también se pudo conocer sobre los hábitos de compras, preferencias en los productos, precio, calidad, entre otras, que son de mucha utilidad para desarrollar el plan de asociatividad de los artesanos orfebres. También se pudo comprobar que de las personas que conocen el producto, estas no realizan compras del mismo porque desconocen el lugar de venta de estas artesanías y más aún que existen personas en La Libertad que se dedican a esta actividad, así mismo las personas que no conocen sobre los productos orfebres mencionaron que si adquirirían estos artículos de una Asociación de artesanos del Cantón La Libertad.
- Así mismo las encuestas además nos brindaron información acerca de los precios, la atención y el ambiente que genera el mercado para los consumidores, conociendo que éstos consideran los productos con precios accesibles, pero siendo necesario evitar los intermediarios para ofrecer siempre un precio cómodo, de igual manera hay que mejorar la atención y mantener adecuado el lugar para ofrecer un ambiente agradable. También que actualmente existen productos sustitutos a menores costos por lo que es necesario que empleen estrategias de mercado para captar la atención del consumidor, obtener ventaja comparativa diferenciarse de las demás y ser reconocidos en el medio. Cabe resaltar que se averiguó acerca del comportamiento del consumidor determinando que es cada vez más exigente, pues siempre están buscando algo nuevo e innovador que le genere más beneficios, motivo por el cual es necesario implementar diferentes estrategias que permitan diseñar los objetivos y políticas necesarias para que enfrenten a la competencia.

### **3.4.2. Conclusiones Entrevistas.**

- Habiendo analizado los resultados de las entrevistas se llegó a la conclusión que los artesanos orfebres del Cantón La Libertad, carecen de procedimientos técnicos, no plantean objetivos a largo plazo, además no han cumplido con los fines que se ha propuesto, asimismo deben mejorar la atención al cliente, pues desconocen de la existencia de valores éticos y muy pocas veces trabajan en equipo al mismo tiempo cuando asisten a reuniones no prestan la debida atención, motivo por el cual no cumplen con los fines de querer asociarse.
- En vista de estos percances se hace necesaria la elaboración de un plan de asociatividad para los artesanos del Cantón La Libertad, que le permita contar con una misión y visión clara de lo que son y a donde quieren llegar, para fijar los lineamientos, tácticas y procedimientos que le permitan conseguir sus objetivos, a más de construir una planificación certera que los oriente a optimizar los recursos tanto humanos, materiales y financieros, evitando así las pérdidas de tiempo, al mismo tiempo con la asociación se pueden fijar políticas y valores que creen sentido de pertenencia y compromiso para llegar al cumplimiento de las metas, pues es necesario que la asociación este predispuesta a brindar mejores servicios y hacer frente a su competencia, apoyándose en la elaboración de planes, estrategias, técnicas, que la impulsen al desarrollo.

### **3.4.3. Recomendaciones Encuestas.**

- En vista de los acontecimientos observados en el transcurso de la presente investigación se aconseja que se realicen trabajos como éste, para conocer de mejor forma el actual entorno al que se enfrentan las empresas u organizaciones, sin distinción alguna, a más de estar al tanto de todo lo que ocurre internamente, para tener así una respuesta rápida y certera frente a cualquier imprevisto.
- Al mismo tiempo se sugiere que se mantenga una constante investigación acerca de las técnicas, tanto de investigación, como de gerenciamiento, planificación y administración, para contar con los lineamientos necesarios al momento de dirigir una empresa. Se establece que existe una buena demanda de los productos artesanales en diferentes metales preciosos, por lo que es una gran oportunidad para que los orfebres del cantón La Libertad, se den a conocer y gocen de un posicionamiento en el mercado peninsular.
- Finalmente se recomienda que los artesanos orfebres del Cantón La Libertad, formen una Asociación con el fin de ofrecer sus productos de manera formal y sean reconocidos a nivel peninsular, para que gocen de una serie de beneficios al momento de asociarse, con el único fin de mejorar su calidad de vida y poder mantenerse en el mercado de manera continua.

#### **3.4.4. Recomendaciones Entrevistas.**

- Con el desarrollo de los ítems se recomienda, apreciar el propósito de la Asociación que es trabajar en equipo para obtener mejores beneficios. Comprender que los socios deben cumplir a cabalidad sus objetivos, elaborar un plan de trabajo, contando con los conocimientos pertinentes para efectuarlo con eficiencia. Lograr que estén de acuerdo en contar con nuevos procedimientos para mejorar sus ventas y por ende su calidad de vida, manifestando que sería importante contar con una misión y visión que infunde a desarrollar nuevas metas que los conlleven al desarrollo continuo a través de una Asociación. De la misma manera concienciar en que las políticas son vitales para dar cumplimiento a los objetivos, actuar con rectitud y responsabilidad para generar compromiso, pues los socios manifestaron que hay ciertas políticas, pero que no se las cumple en su totalidad ahora que se encuentra trabajando de manera independiente. Se pudo conocer también que los futuros socios manifestaron que este proyecto les ayudaría a llevar una adecuada planificación y control en las actividades pues en la actualidad les falta mucho.
- Por lo que se recomienda que si es necesaria la implementación de un plan de asociatividad para los artesanos orfebres del Cantón La Libertad, para que exista una mejor gestión administrativa, que genere compromiso y tenga un direccionamiento claro de hacia dónde se dirigen, que ayude además a reconocer la razón de ser de la organización, plantearse nuevas metas y objetivos, crear políticas y concertar valores éticos que les permitan trabajar eficientemente y dirigirse al éxito.

## **CAPÍTULO IV.**

### **PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LOS ARTESANOS EN ORFEBRERIA DEL CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2013.**

#### **4.1. Presentación.**

Los artesanos orfebres del Cantón La Libertad, recientemente han elaborado una propuesta de trabajo que no han podido llevar a cabo en su totalidad y se les ha vuelto conflictiva, esto a causa de desconocer las técnicas de Asociativismo, gerenciamiento y administración, además no se efectúa una correcta planificación de las actividades, existe falta de coordinación y trabajo en equipo por parte de todos los artesanos.

Debido a los inconvenientes a los que se enfrentan los orfebres del Cantón La Libertad, se hace necesario el desarrollo de un Plan de Asociatividad; el mismo que brindará a los artesanos, acciones coadyuvantes al control del comportamiento de la asociación frente al entorno en que se desenvuelve, su actividad con el cliente y la competencia, el manejo de los gastos, control de las actividades, en si permitirá generar una planificación efectiva que impulse su desarrollo, además de ir obteniendo resultados a corto plazo y responder de manera inmediata a los cambios que se dan en el mercado peninsular.

#### **4.2. Estrategia de Implementación de la Propuesta.**

Para la correcta implementación de la propuesta que consiste en el Plan de Asociatividad para los artesanos orfebres del cantón La Libertad, se debe establecer la estrategia necesaria con el fin de que todos los procedimientos a realizarse sean efectuados de manera eficaz y eficiente, para este caso se escogió

la formación de una Asociación de tipo Artesanal la cual consiste en la agrupación de personas que tienen un mismo ejercicio o profesión y que pretenden en defensa de sus intereses comunes la consecución de un fin unitario, con la finalidad de la distribución o reparto entre sus miembros de las utilidades o rendimientos que de la misma resulten.

Además se procede a cumplir una serie de requisitos y procesos necesarios para la formación de la Asociación, los mismos que se detallan a continuación:

#### **4.3. Filosofía de la Asociación de Artesanos Orfebres del Cantón La Libertad**

La Asociación de Artesanos Orfebres del Cantón La Libertad se construye con la finalidad de agrupar a los 20 artesanos dedicados a la fabricación y comercialización de artesanías en plata, para que exista el respectivo control y orden al momento de comercializar dichos productos, logrando así brindar un servicio de calidad, que permita incrementar su participación en el mercado, consiguiendo de tal forma mejorar el nivel de vida de los asociados y promover el desarrollo económico, social y cultural de la provincia.

#### **4.4. Misión de la Asociación de Artesanos Orfebres del Cantón La Libertad.**

Comercializar diferentes productos tallados en orfebrería en la Provincia de Santa Elena, a través de acciones y coordinación entre los socios de la asociación, con el fin de ofrecer al cliente una exclusiva pieza de arte, a un precio razonable.

#### **4.5. Visión de la Asociación de Artesanos Orfebres del Cantón La Libertad.**

Ser una asociación líder en el sector de la joyería artesanal en la Provincia de Santa Elena, a través de su legal constitución capaz de lograr un desarrollo económico sostenible, impulsador de la orfebrería moderna, que permita el posicionamiento en nuestro medio.

**CUADRO # 30:** Elementos de la Misión.

<b>ELEMENTOS</b>	
1. Productos o Servicios	SI
2. Cliente	SI
3. Interés por la imagen pública	SI
4. Tecnología	SI
5. Interés por la supervivencia, el crecimiento y la rentabilidad	SI
6. Filosofía	SI
7. Concepto de sí misma	SI
8. Interés por los asociados	SI

**Fuente:** Prieto Jorge (2008). Gestión Estratégica Organizacional.  
**Elaborado por:** Ángela Andrade

#### **4.6. Objetivos de la Asociación de Artesanos Orfebres del Cantón La Libertad.**

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

Fomentar el desarrollo de los artesanos orfebres del Cantón La Libertad, mediante la aplicación de diferentes estrategias dentro de la Asociación, con el fin de incrementar su participación en el mercado y brindar un producto de calidad a la comunidad peninsular.

##### **4.6.2. Objetivos Específicos.**

1. Promover el desarrollo organizacional, la unidad y disciplina entre sus asociados mediante la implementación de políticas, valores éticos y estrategias administrativas y de comercialización, generando competitividad.
2. Infundir la superación de sus asociados en el campo económico, social y cultural, a través de capacitaciones de formación personal, organizacional, y de comercialización, cambiando así su manera de pensar, consiguiendo que exista predisposición para brindar un servicio de calidad y creando una visión optimista que los conlleve al desarrollo continuo.

3. Elevar el nivel de las ventas de manera significativa, utilizando nuevos métodos de comercialización y medios publicitarios, promoviendo el consumo de los productos orfebres y el reconocimiento de la asociación en el mercado.
4. Impulsar la aplicación de alternativas tecnológicas tanto en la gestión administrativa como de comercialización, innovando en dichos procesos, obteniendo mayor rentabilidad y fortalecimientos de la asociación de artesano orfebres, teniendo así acceso al financiamiento.
5. Incitar el crecimiento de la asociación de artesanos orfebres, creando alianzas estratégicas en forma concertada y articulada con los proveedores de materia prima, para satisfacer los requerimientos de los consumidores, incrementando así el consumo y obteniendo una remuneración equitativa.

#### **4.7. Valores Éticos de la Asociación de Artesanos Orfebres del Cantón La Libertad.**

##### **1. LIBERTAD.**

Para actuar con autonomía, conscientes de las capacidades para contribuir en los objetivos comunes de la asociación.

##### **2. TRABAJO EN EQUIPO.**

En todo momento, en el desarrollo de las labores cotidianas y en el servicio brindado, cumpliendo eficientemente y generando un ambiente laboral de armonía, que contribuya bienestar a los asociados.

##### **3. LEALTAD**

Siempre, asumiendo con responsabilidad el cargo que se les otorgue, mostrando respeto, imparcialidad y sinceridad, acatando las reglas de la asociación.

#### **4. COMPRENSIÓN**

Entre los asociados manteniendo una comunicación siempre abierta, captando las ideas y sugerencias de todos, para solucionar los problemas y plantear nuevos proyectos, tolerando y apreciando el criterio de los demás.

#### **5. PUNTUALIDAD**

En todo momento para evitar las pérdidas de tiempo, dando siempre lo mejor de cada uno, para alcanzar los fines organizacionales.

Con la práctica de estos valores la Asociación de Artesanos Orfebres conseguirá ser una organización con una cultura organizacional comprometida no solo entre los socios, sino con la sociedad en general, brindando un servicio de calidad y operando en sus actividades internas con honestidad y responsabilidad, logrando crecer en un ambiente legal y disciplinario.

#### **4.8. Políticas de la asociación.**

- a) Promover la asociatividad para mantener e integrar a los socios.
- b) Implementar instrumentos administrativos para lograr el funcionamiento efectivo de la asociación.
- c) Desarrollar el Recurso Humano en forma conjunta

#### **4.9. Estrategias**

- a) Difundir conocimientos y beneficios de la asociatividad.
- b) Diseñar procesos administrativos para lograr el funcionamiento efectivo de la asociación.
- c) Elaborar e implementar planes de capacitación para el desarrollo del recurso humano de las microempresas.

#### **4.10. Estructura Organizacional**

La Asociación de artesanos orfebres del Cantón La Libertad estará debidamente organizada a cargo de los siguientes órganos que son los encargados de la dirección administrativa y de vigilancia de la asociación:

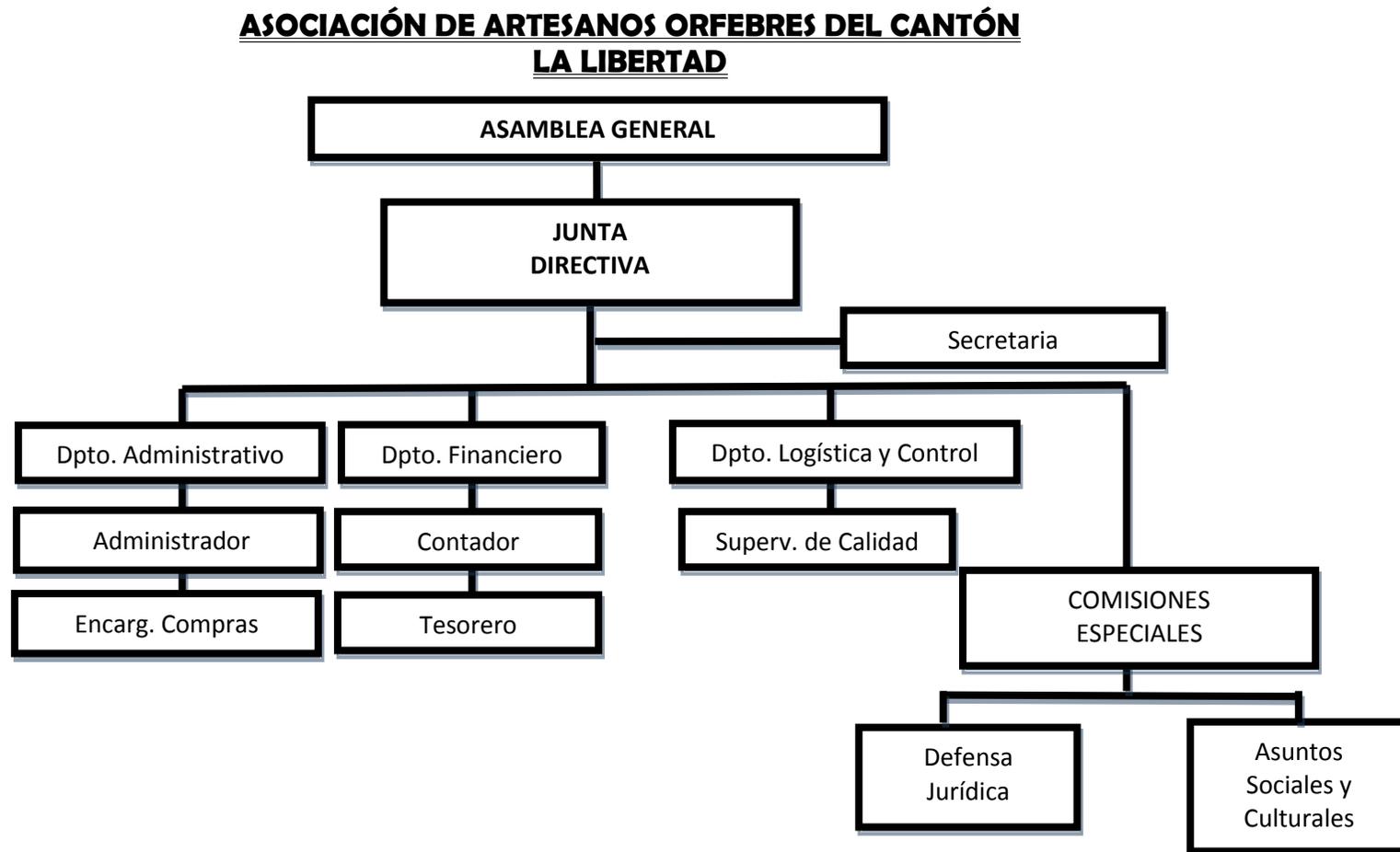
1. Asamblea General
2. El Directorio
3. Las Comisiones Especiales

Siendo la Asamblea General, el órgano supremo; la misma que está conformada por todos los socios. El directorio de la Asociación de Artesano Orfebres del Cantón La Libertad, es el órgano administrativo de la organización, y la integraran los siguientes miembros: 1 Presidente, 1 Vicepresidente, 1 Secretario, 1 Tesorero, 4 Vocales Principales; y 4 Vocales Suplentes, correspondiéndoles a los vocales conformar las comisiones especiales para colaborar con la directiva.

Es necesario resaltar que a lo largo de este capítulo se realizaron mesas de trabajo con los futuros socios para que todos participen, aporten sus ideas y conozcan el desarrollo del plan de asociatividad.

Entonces la estructura organizativa en la que se va a apoyar la Asociación de Artesanos Orfebres del Cantón La Libertad, será la siguiente:

**GRÁFICO # 23:** Organigrama Asociación de Artesanos Orfebres del Cantón La Libertad.



**Fuente:** Asociación de Artesanos Orfebres del Cantón La Libertad  
**Elaborado por:** Ángela Andrade

#### **4.10.1. Orgánico Funcional de la Asociación de Artesanos Orfebres del Cantón La Libertad.**

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

##### **LA ASAMBLEA GENERAL**

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

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

##### **JUNTA DIRECTIVA**

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

1. Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Asamblea General y Directorio
2. Convocar a reuniones de Asamblea y Directorio
3. Sesionar por lo menos una vez al mes y organizar las funciones administrativas de la asociación.
4. Cumplir y hacer cumplir los estatutos, reglamento interno y las resoluciones de asamblea general.
5. Estudiar y formular proyectos de reformas y en pro-mejoras de la asociación.
6. Conocer y resolver los problemas de la asociación, para elaborar un plan de trabajo y el respectivo presupuesto en el periodo de su administración.
7. Integrar comisiones que colaboren al cumplimiento de los fines organizacionales.
8. Autorizar gastos y contratos por un valor no mayor al 10% de los fondos de la asociación.

### **EL PRESIDENTE.**

El Presidente es el representante legal, judicial y extrajudicial de la asociación, manda y dirige la gestión de la misma; tiene la responsabilidad de formular conclusiones, recomendaciones e informar directamente a la Asamblea General acerca de los avances de la Asociación.

### **Funciones:**

1. Se encarga de planear, organizar, dirigir y controlar que todo marche bien y responderá por el buen progreso de la Asociación.
2. Velar por el prestigio del Comercio, impidiendo la competencia ilícita y desleal, vigilando el cumplimiento de todas las disposiciones vigentes.
3. Presidir las reuniones y demás actos oficiales de la asociación, convocando a sesiones de asamblea general y de directorio.

4. Administrar los recursos humanos, materiales y los servicios en la venta de artesanías, de acuerdo a lo establecido en las leyes, reglamentos, normas y procedimientos vigentes.
5. Informar y asesorar permanentemente a los asociados, poniendo a su disposición una serie de servicios que le ayuden en su actividad comercial.
6. Firmar conjuntamente con el secretario las actas, comunicaciones y demás documentos así como también todas las órdenes de egresos de la asociación, siendo los dos responsables de los fondos de la misma.

### **Perfil de puesto**

- Debe tener capacidad de liderazgo; de trabajo en equipo; de escucha; de análisis y de síntesis, para planear estratégicamente las actividades.
- Tener dotes de psicología; de mando; espíritu de observación; de perseverancia; de constancia e integridad moral y ética.
- Capacidad para la comunicación clara con medios verbales y escritos.
- Contar con capacidad de adaptación en situaciones cambiantes.
- Destreza para solucionar problemas y habilidad de reaccionar con rapidez, frente a los cambios. Tener iniciativa propia y debe ser objetivo.
- Persona dinámica, extrovertida, práctica, y organizada.

### **EL VICEPRESIDENTE**

Es la persona que trabaja directamente con el presidente y cuando este no pueda presentarse por algún imprevisto, el Vice-presidente tiene la facultad de dirigir las actividades de la Asociación.

#### **Funciones:**

1. Asesorar al presidente y a las demás dependencias del directorio de la asociación, en asuntos jurídicos y administrativos que interesen a la misma.

2. Puede reemplazar al presidente cuando el caso lo amerite, de manera temporal o definitiva.
3. Programar y supervisar los actos administrativos necesarios para el cumplimiento de las funciones de la asociación.
4. Colaborar con el presidente, para realizar trámites, solucionar problemas, y obtener beneficios, Elaborando propuestas para la mejora de la asociación.
5. Vigilar que el personal cumpla con las políticas de la asociación.

### **Perfil del puesto**

- Capacidad de organización
- Es responsable y tiene habilidad para tomar decisiones
- Habilidad para integrar y coordinar grupos de trabajo
- Mantener buenas relaciones interpersonales con actitud positiva.
- Tener capacidad de liderazgo y la facultad de resolver conflictos

### **EL SECRETARIO**

Es la persona encargada de velar por el diligenciamiento y cumplimiento de los libros reglamentarios, registros y controles.

#### **Funciones:**

1. Redactar y administrar las actas de las sesiones.
2. Llevar al día la correspondencia y los libros de registros de los afiliados, además de firmar conjuntamente con el presidente las actas, comunicaciones, registros y demás documentos de la asociación.
3. Citar por orden del presidente a las sesiones del directorio y asamblea general, asimismo tramitar la correspondencia relacionada con el movimiento interno de la asociación.
4. Llevar en mayor secreto y cuidado los archivos a su cargo, el mismo que deberá recibirlo y entregarlo por inventario, con ética profesional y de acuerdo con los criterios de la asociación.

## **Perfil de puesto**

- Se caracteriza por su honestidad, eficiencia, responsabilidad, prudencia en la información manejada, y mantener buenas relaciones interpersonales.
- Es tolerante, atento y respetuoso con todos.
- Tener especial cuidado en la organización y distribución de documentos y archivos.

## **EL TESORERO**

Es la persona encargada de organizar, orientar y responsabilizarse por el sistema de recaudación, recepción y custodia de valores y títulos, de la asociación.

### **Funciones:**

1. Administrar y responder civil y penalmente por los fondos de la asociación, también le corresponde ubicar dichos fondos y bienes de acuerdo a las disposiciones del directorio y de la Asamblea General.
2. Determinar las necesidades de la asociación con la ayuda del directorio, además de supervisar y controlar el proceso de análisis de las cuentas bancarias.
3. Llevar los libros de ingresos y egresos con el mayor orden y objetividad, asimismo debe elaborar el presupuesto de la asociación y someterlo a consideración del Directorio y a la aprobación de la Asamblea General.
4. Tener al día el Inventario de los bienes propios de la asociación y velar por su constante actualización.
5. Recibir los valores que por cualquier concepto ingresen a la asociación y depositarlos en una cuenta bancaria, no pudiendo por ningún motivo retener en su poder cantidades de dinero en efectivo por más de 48 horas hábiles, y por cualquiera que sea su monto de recaudación.

6. Presentar al Directorio y a la Asamblea General el respectivo estado de cuenta, cada dos meses o cuando lo estimen conveniente los órganos directivos de la asociación.
7. Registrar su firma y la del presidente en todos los depósitos bancarios para efectos de movilización de fondos.

### **Perfil del puesto.**

- Planificar, coordinar y organizar el trabajo que amerita el puesto.
- Lleva la contabilidad financiera y emitir la información correspondiente mensualmente, permaneciendo atento a las necesidades que van surgiendo en la cotidianidad y buscar la solución con sencillez y eficiencia.
- Debe actuar con responsabilidad, honestidad y tener iniciativa propia.

### **ADMINISTRADOR.**

#### **Funciones del puesto:**

1. Elaborar planes de trabajo mensual y anual y presentarlos a Junta Directiva para su aprobación.
2. Elaborar y gestionar el presupuesto de funcionamiento de la asociación.
3. Elaborar el presupuesto para las diferentes áreas de la asociación.
4. Asistir a reuniones de trabajo de la asociación y Junta Directiva.
5. Convocar a reuniones de miembros de asociación.
6. Seleccionar y contratar el personal que le apoyará.
7. Aprobar planes de trabajo del personal bajo su dependencia.
8. Definir las funciones del personal de apoyo.
9. Supervisar las actividades del personal bajo su dependencia.
10. Realizar procedimiento de cotización de compras.
11. Efectuar compras.
12. Elaborar y mantener actualizado el catálogo de proveedores.

13. Elaboración de planes de capacitación.
14. Velar por el correcto cumplimiento de las políticas y reglamento de la Asociación.
15. Presentar a la Junta Directiva, estados financieros en las fechas establecidas.
16. Coordinar con las otras áreas de la asociación.
17. Analizar los contratos, convenios y documentos de la asociación.
18. Otra que sea de su competencia.

### **Perfil del puesto**

- Edad de 30 a 35 años.
- Sexo indistinto.
- Estado civil casado.
- Estudios profesionales en administración o carreras afines.
- Experiencia en las actividades del puesto.

### **SECRETARIA AUXILIAR.**

La secretaria es la persona encargada de velar por la organización de la oficina y trabajar en equipo con los miembros de la Directiva buscando el desarrollo de la Asociación.

### **Funciones:**

1. Participar en reuniones de trabajo, y en las Asambleas Generales, elaborando apuntes acerca de lo tratado.
2. Llevar y mantener control estricto de la correspondencia, tanto de la que ingresa como la que egresa, con la debida discreción.
3. Atender en la oficina, efectuar llamadas telefónicas, organizar y mantener actualizado los archivos, documentos y elaborar actas.
4. Velar por el buen uso y mantenimiento del equipo de oficina a su cargo.

5. Redactar y transcribir correspondencia, llevar la agenda de reuniones, citas, compromisos y otras actividades de su jefe.

### **Perfil del puesto**

- Mantener buenas relaciones humanas, ser responsable, honesta, tener iniciativa propia y capacidad para trabajar en equipo.
- Habilidades en el uso de máquinas ser dinámica y comunicativa.
- Mantener en secreto la información confidencial de la asociación.
- Son amables, diligentes y muy prudentes con la información que manejan.

## **ENCARGADO DE COMPRAS**

### **Funciones del puesto.**

1. Elaborar planes de trabajo mensual y anual del comité de compras.
2. Colaborar con el administrador en la elaboración de planes de compras.
3. Gestionar el aporte económico para compras, a la Junta directiva.
4. Colaborar con el administrador en la elaboración de catálogo de proveedores.
5. Velar por el cumplimiento de lineamientos de compras.
6. Rendir informe mensual de actividades realizadas a Junta Directiva.
7. Negociar precios de compra de materia prima, maquinaria y equipo con los proveedores, verificando que la materia prima y bienes sean de calidad.
8. Indagar sobre innovaciones en maquinaria.

### **Perfil del puesto**

- Edad de 30 a 35 años
- Sexo indistinto
- Estado civil casado
- Estudios profesionales en administración o carreras afines.
- Experiencia en las actividades del puesto.

## **CONTADOR.**

Profesional encargado del control contable, ingresos, egresos, gastos y presupuestos de la empresa, las declaraciones se realizan anualmente, y cada 3 meses se realiza con un control institucional para analizar cómo se está desarrollando la organización y si hay falencias que se puedan corregir.

### **Funciones del puesto.**

1. Asistir al gerente general.
2. Brindar toda la información que el gerente requiera.
3. Proyectar una buena imagen de la empresa.
4. Cancelar roles de pago a los empleados de la empresa.
5. Controlar el registro de asientos contables de ingresos y egresos, costos y gastos incurridos.
6. Entregar reportes a la gerencia.
7. Presentación y elaboración de documentos requeridos por el SRI.
8. Elaboración de cheques y manejo de caja chica.
9. Responder por la recaudación diaria tomando las medidas que garanticen la no existencia de sobrantes o faltantes.
10. Cobrar a los clientes por la utilización de la cancha de fútbol.
11. Verificar la autenticidad de monedas y billetes recibidos.
12. Realizar el cierre de caja al final de la jornada.
13. Emitir y entregar factura o nota de venta al cliente.

### **Perfil del puesto**

- Género: femenino.
- Edad: 23-30 años.
- Educación: Contadora Pública Autorizada (C.P.A).

- Manejo de paquetes contables.
- Manejo de sistemas tributarios.
- Conocimiento de legislación laboral y tributaria del país.
- Experiencia laboral mínimo 1 año.
- Cumplir las resoluciones de la Asamblea General de Socios y del Directorio.
- Manejar la información contable.
- Presentar los estados financieros al Directorio y Asambleas.
- Firmar conjuntamente con el Presidente de la asociación todos los cheques y demás documentos que signifiquen desembolsos de la misma.
- Desarrollar planes anuales de capacitaciones en lo que se refiere a contabilidad.

## **SUPERVISOR DE CALIDAD**

### **Funciones del puesto.**

1. Ordenar a los productores para la recepción de materia prima.
2. Realizar el control de calidad por productor.
3. Informar a los productores sobre los parámetros de calidad.
4. Colaborar con el administrador en la elaboración de planes de trabajo.
5. Elaborar listado de necesidades de las diferentes áreas de la asociación.
6. Colaborar en la elaboración del presupuesto.
7. Contribuir en la organización de reuniones o eventos de capacitación.
8. Asistir a reuniones convocadas por el administrador.
9. Coordinar sus actividades con los diferentes comités y áreas de la asociación.
10. Colaborar en la evaluación y seguimiento de las actividades de la asociación.
11. Otras que sean de su competencia.

### **Perfil del puesto.**

- Edad de 30 a 35 años.
- Estado civil casado.
- Estudios profesionales en administración o carreras afines.
- Experiencia en las actividades del puesto.

### **LOS VOCALES**

Son personas que colaboran con la directiva y tienen la responsabilidad de velar por el cumplimiento de los reglamentos de los estatutos y brindar sus ideas para solucionar los problemas, tienen las siguientes funciones:

1. Asistir a las sesiones del Directorio y Asamblea General con voz y voto.
2. Integrar y participar en las comisiones que nombre el directorio o la Asamblea General.
3. Supervisar las actividades de los programas y proyectos a cargo de la asociación por iniciativa propia o por encargo del Directorio.
4. Subrogar en las funciones a cualquier miembro del Directorio que por cualquier motivo se ausentara en forma temporal o definitiva a la organización.

### **LAS COMISIONES.**

La Asamblea General del directorio dependiendo de las circunstancias y necesidades nombrará las comisiones precisas para que cumplan funciones específicas, y estará integrado por un vocal principal y un vocal suplente; cada comisión nombrada, deberá rendir el informe correspondiente al Directorio y la Asamblea General. Analizando las necesidades de la asociación de artesanos orfebres del Cantón La Libertad tendrá las siguientes comisiones:

- Comisión de Defensa Jurídica.
- Comisión de Asuntos Sociales y Culturales

### **COMISIÓN DE DEFENSA JURÍDICA.**

1. Conocer, cumplir y hacer cumplir todas las disposiciones de los presentes estatutos, reglamento interno y demás organismos que regulen la entidad.
2. Intervenir de forma directa con ayuda del presidente en todas aquellas reclamaciones y en defensa tanto judicial como extrajudicial a favor de los asociados.
3. Colaborar estrechamente con el presidente de la asociación tanto en el desarrollo de la asamblea como fuera de ella, en todo aquello que corresponda a evitar que se violen disposiciones o procedimientos legales.
4. Poner en conocimiento del presidente, del directorio o de la asamblea general cualquier abuso cometido contra los asociados con la finalidad de adoptar las medidas necesarias para evitar que se cometan prejuicios contra los asociados.

### **COMISIÓN DE ASUNTOS SOCIALES Y CULTURALES**

1. Coordinar todas las programaciones en relación con los asuntos culturales y sociales organizados y por organizar para el bien de los socios.
2. Organizar cursos conferencias y cualquier otro acto de carácter cultural que permita a los socios un mejor conocimiento de sus obligaciones y derechos institucionales.
3. Organizar campañas pendientes a lograr que se conozca la existencia de la asociación logrando prestigiarla ante la opinión pública y otras instituciones.
4. Poner en acción su propia iniciativa con el mayor cumplimiento de sus obligaciones y cumplir con las determinaciones del reglamento interno, resoluciones del directorio y la Asamblea General.

#### 4.11. Matriz de los Objetivos Estratégicos

Los objetivos estratégicos de la asociación de artesanos orfebres, los obtenemos desglosando la visión pues esta nos indica lo que se quiere conseguir en un futuro, conforme lo demuestra el Cuadro # 34:

**CUADRO # 31:** Matriz de Objetivos Estratégicos

Matriz de los Objetivos Estratégicos					
Acción	Objetivo	Descripción	Dónde	Cuándo	Limites / condiciones
1 Liderar	Mercado local del Cantón	Desarrollando estrategias administrativas y de comercialización	Asociación de Artesano Orfebres del Cantón La Libertad	En el periodo 2012 – 2016.	Plan de asociatividad Alcanzando fines organizacionales y competitividad
2 Ofrecer	Productos orfebres de óptima calidad	Revisar que los productos se encuentren en perfectas condiciones y disponibles para la venta	En la Asociación de Artesanos Orfebres del Cantón La Libertad	Todos los días del año	Fomentando un eficiente control en cuanto al diseño y calidad
3 Generar	Oportunidad de progreso e ingresos equitativos para los socios	Pactar alianzas estratégicas con clientes y proveedores promoviendo el desarrollo.	En las instalaciones de la asociación y en las oficinas de la Asociación	Los 365 días del año	Obteniendo mayores y mejores beneficios para todos.
4 Satisfacer	Los requerimientos y necesidades de los clientes.	Capacitaciones a los socios en administración, computación y atención al cliente	A los socios de la Asociación de Orfebres	2 veces al año	Mejorar la gestión administrativa y Brindar un servicio personalizado y con cortesía.

**Fuente:** RODRÍGUEZ Valencia (2007). Dirección Moderna de Organizaciones.

**Elaborado por:** Ángela Andrade

#### **4.11.1 Objetivos Estratégicos de la Asociación de Artesanos Orfebres del Cantón La Libertad.**

1. Liderar el mercado local de la Provincia, mediante el desarrollo de estrategias administrativas y de comercialización aplicadas en un plan de Asociatividad para los artesanos orfebres del Cantón La Libertad, alcanzando de esta manera los fines organizacionales y competitividad en el mercado.
2. Ofrecer en el mercado peninsular productos orfebres de óptima calidad, a través de la constante vigilancia cuidando que los productos se encuentren en perfectas condiciones y disponibles para la venta todos los días del año, fomentando así un eficiente control en cuanto al diseño y calidad.
3. Generar la oportunidad de progreso e ingresos equitativos para los socios, trabajando siempre en equipo y con la respectiva organización, en las instalaciones de la asociación y en las oficinas, obteniendo mayores y mejores beneficios para todos.
4. Satisfacer los requerimientos y necesidades de los clientes, impartiendo capacitaciones de administración, computación y atención al cliente a los socios de la Asociación de Artesano Orfebres al menos 2 veces al año, mejorando así la gestión administrativa, brindando además un servicio personalizado y con cortesía.

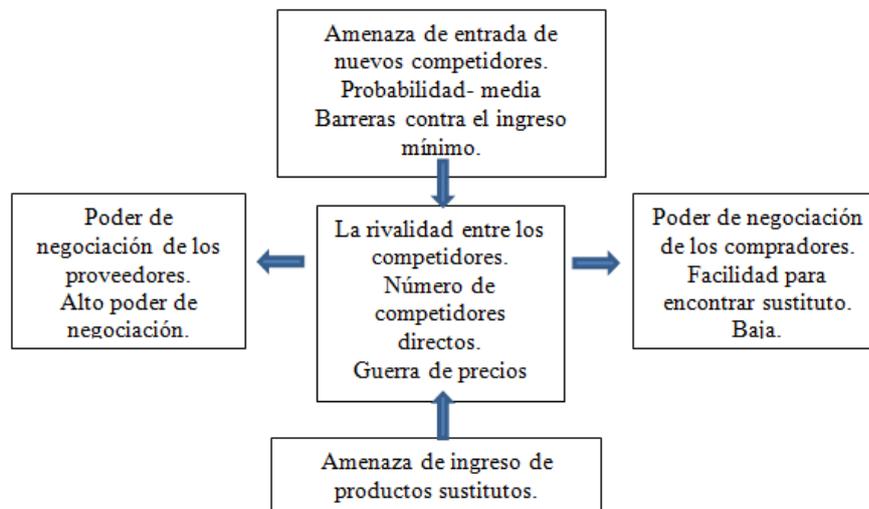
#### **4.12. Modelo de Michael Porter.**

En lo referente al poder de negociación frente a los proveedores, si se tiene en cuenta que dentro de la cadena productiva existen tres partes fundamentales: proveedor-empresa-clientes, es necesario darle la importancia adecuada a cada uno de estos elementos.

En la mayoría de los casos la empresa presta una mayor atención a los clientes pues de ellos depende la sostenibilidad y el éxito del negocio, dándole una menor importancia a la relación con el proveedor, olvidando que si este no es adecuado y causa múltiples problemas para la empresa, esto se verá reflejado en la satisfacción del cliente

Según Michael E. Porter en su libro Estrategia Competitiva (2005), los proveedores pueden ejercer poder de negociación sobre los que participan en un sector industrial amenazando con elevar los precios o reducir la calidad de los productos o servicios; se plantean ciertas condiciones que hacen poderosos a los proveedores frente a los compradores, dos de ellas son pertinentes para el caso de estudio:

**GRÁFICO # 24:** Las cinco fuerzas de Porter



Fuente: MICHAEL Porter (2007)  
Elaborado por: Ángela Andrade

**a) Amenaza de nuevos competidores.**

Entre las principales fuentes de las barreras para ingresar los productos orfebres tenemos los siguientes:

- Diferenciación de los productos.
- Necesidades de capital, costos ambientales.

La diferenciación de productos está referida a la identificación de marca y lealtad de los consumidores respecto a las empresas ya establecidas. Si bien este tipo de barreras resulta ser muy importante, en la orfebrería no lo es, por cuanto no existe una identificación del consumidor respecto a una marca en especial.

#### **b) La rivalidad entre los competidores**

La competencia que deberá enfrentar la Asociatividad de los artesanos orfebres del Cantón La Libertad no es significativa, ya que no existen competidores de artesanías locales directos, solo intermediarios que comercializan las mismas en este de la Provincia de Santa Elena, es decir en su mayoría provienen también de la zona norte.

#### **c) Amenaza de ingresos de productos sustitutos**

En el caso de las artesanías, existen varios productos sustitutos, como por ejemplo las joyas que ofrecen Vizzon, Exotique, Yanbal y demás empresas que se dedican a la producción y comercialización de estas joyas pero que en todo caso no son iguales a las artesanías de los orfebres.

#### **d) Poder de negociación de los proveedores.**

Se toma en cuenta el alto poder de negociación de los proveedores respecto a la materia prima para los artesanos orfebres, ya que cuando exista una disminución del producto, se comprará la materia prima a otros proveedores, con el fin de mantenernos en el mercado abastecidos con la producción.

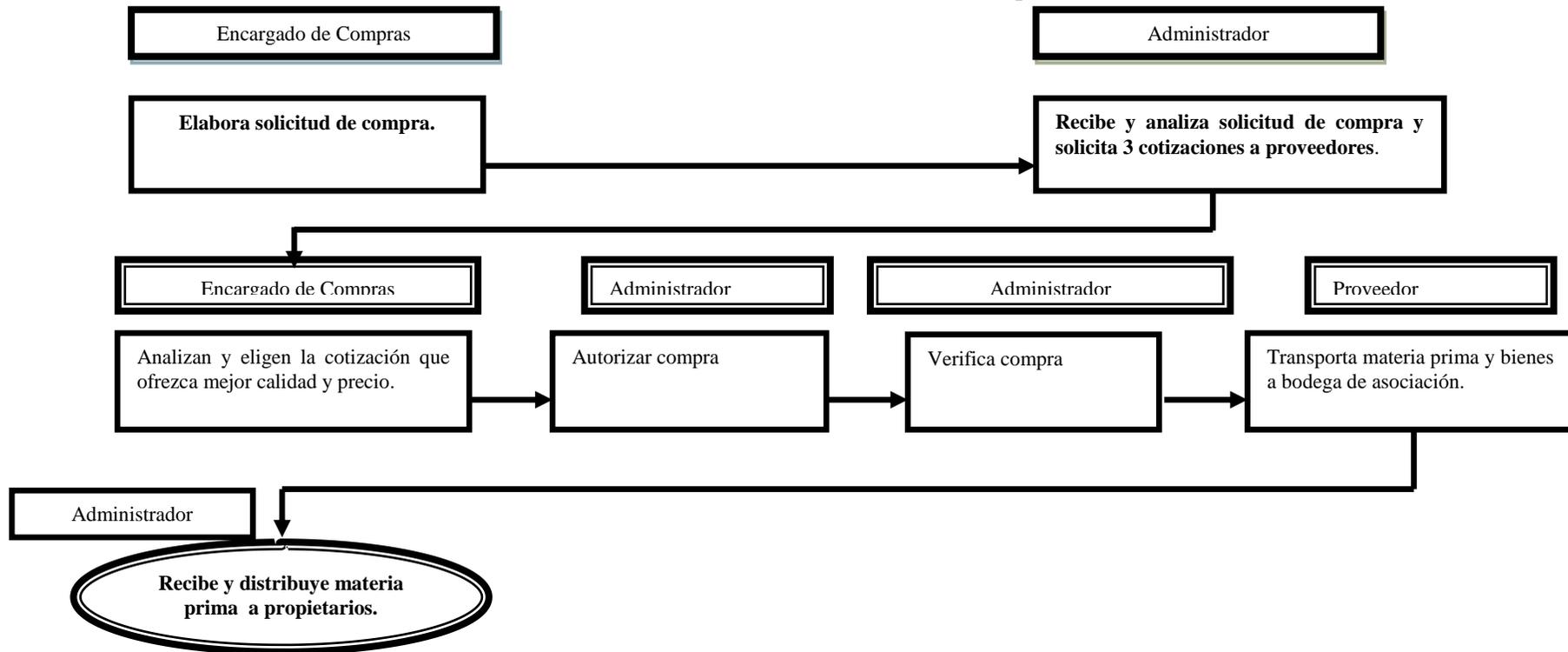
#### **e) Poder de negociación de los compradores.**

Los compradores de los productos orfebres no tienen un alto poder de negociación, dado que el producto que se ofrece es muy diferenciado, y no facilita su sustitución o reemplazo.

#### 4.13. Procedimientos de la Asociación.

##### 4.13.1. Procedimiento de Compras.

**GRÁFICO # 25:** Procedimiento de Compras



Fuente: RODRÍGUEZ Valencia (2007). Dirección Moderna de Organizaciones.

Elaborado por: Ángela Andrade

**4.13.2. Control de Inventario.**

**CUADRO # 32: Control de Inventario**

<b>ARTÍCULO:</b>		<b>MÉTODO:</b>								
<b>LOCALIZACIÓN:</b>		<b>MÍNIMO:</b>			<b>MÁXIMO:</b>					
<b>FECHA</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>ENTRADA</b>			<b>SALIDAS</b>			<b>SALDOS</b>		
		<b>CANT.</b>	<b>P. UNIT.</b>	<b>V. TOTAL</b>	<b>CANT.</b>	<b>P. UNIT.</b>	<b>V. TOTAL</b>	<b>CANT.</b>	<b>P. UNIT.</b>	<b>V. TOTAL</b>

**Fuente:** RODRÍGUEZ Valencia (2007). Dirección Moderna de Organizaciones.

**Elaborado por:** Ángela Andrade



#### 4.13.4. Orden de Compra de Bienes y Servicios.

**CUADRO # 34:** Orden de compra de bienes y servicios.

<b>LUGAR Y FECHA:</b>			<b>N° DE ORDEN:</b>	
<b>NOMBRE DEL PROVEEDOR:</b>				
<b>DIRECCIÓN</b>				
Sírvese entregar al portador de la presente el siguiente pedido.				
<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>VALOR TOTAL (En Letras)</b>				
<hr/> <b>Responsable</b>				

**Fuente:** RODRÍGUEZ Valencia (2007). Dirección Moderna de Organizaciones.  
**Elaborado por:** Ángela Andrade

#### 4.13.5. Verificación de Compra.

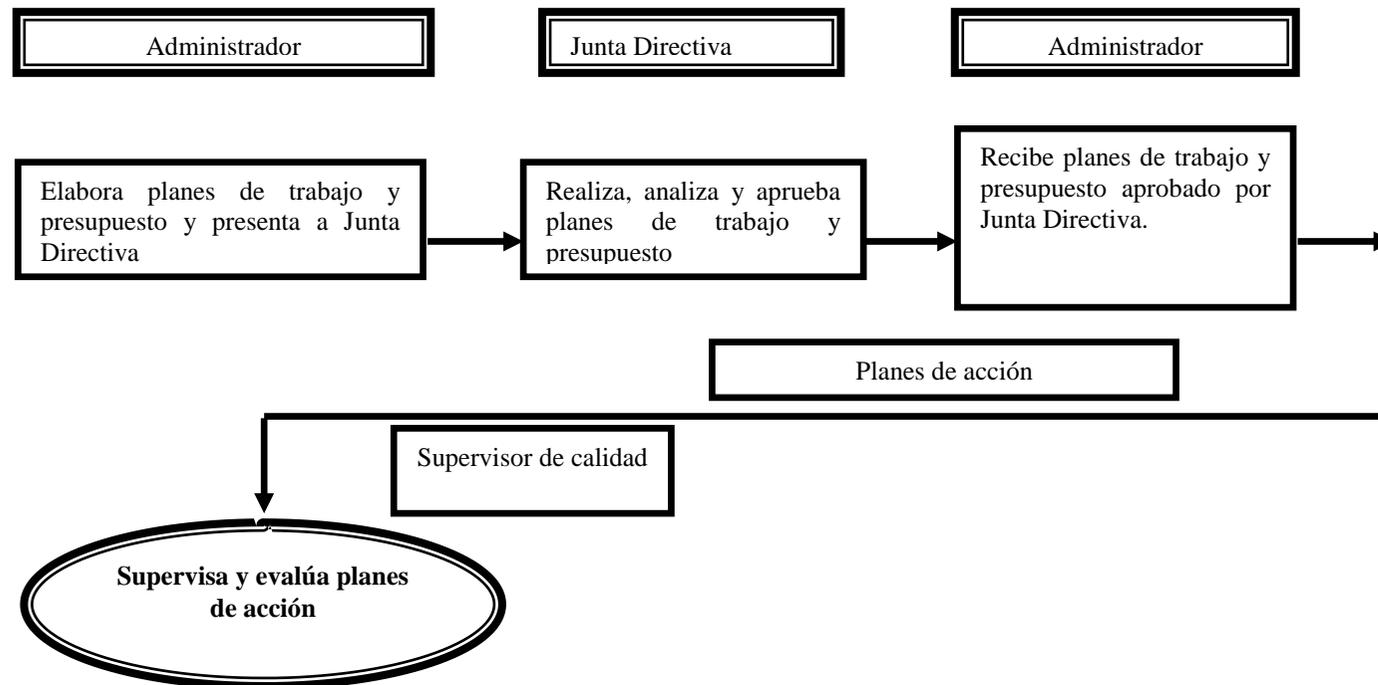
**CUADRO # 35:** Verificación de Compra

<b>REQUISICIÓN DE MATERIA PRIMA Y BIENES.</b>				
<b>ENTREGADO POR:</b>			<b>FECHA:</b>	
<b>RECIBIDO POR:</b>				
<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PRECIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>

**Fuente:** RODRÍGUEZ Valencia (2007). Dirección Moderna de Organizaciones.  
**Elaborado por:** Ángela Andrade

#### 4.14. Procedimiento Administrativo.

**GRÁFICO # 26:** Procedimiento administrativo.



Fuente: RODRÍGUEZ Valencia (2007). Dirección Moderna de Organizaciones.  
Elaborado por: Ángela Andrade

**4.14.1. Plan de Trabajo.**

**CUADRO # 36:** Plan de trabajo

ACTIVIDADES	MESES											
	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D

**Fuente:** RODRÍGUEZ Valencia (2007). Dirección Moderna de Organizaciones.

**Elaborado por:** Ángela Andrade

#### 4.14.2. Presupuesto General.

De acuerdo con las políticas de la empresa, la distribución de utilidades y pérdidas se realizará en forma equitativa en función de la aportación de sus miembros, pero adicionalmente a esto se debe manejar el presupuesto correspondiente, sobre los diferentes rubros en que debe incurrir la asociación con el fin de complementar las funciones y actividades que se efectúen en su periodo fiscal, estos valores son generados por contratación de personal como Administrador, Encargado de Compras, Secretaria, Supervisor de Calidad, quienes gozarán de los beneficios que establece el código laboral como: vacaciones, aportes al IESS y demás, ayudando a que la Asociación cumpla con el objetivo propuesto inicialmente y desarrolle sus operaciones de manera eficaz y eficiente. Al igual que el talento humano, también se implementará los recursos materiales y gastos generales tales como: equipos de oficina, alquiler de local, mantenimiento y demás gastos que se detallan en el cuadro # 42.

**CUADRO # 37: Presupuesto General**

	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
<b><u>PERSONAL</u></b>												
Sueldos												
Vacaciones												
IESS y A. patronal												
Comisiones												
Honorarios												
<b><u>GASTOS DE OPERACIÓN</u></b>												
Mantenimiento												
Equipo de Oficina												
Papelería												
Publicidad												
Energía eléctrica												

Teléfono												
Auditoria												
Fotocopias (toner)												
Alquiler												
Consumo aseo de limpieza												
<b>GASTOS GENERALES</b>												
Atención al cliente												
Mantenimiento de instalación												
Mobiliario y equipo												

**Fuente:** RODRÍGUEZ Valencia (2007). Dirección Moderna de Organizaciones.  
**Elaborado por:** Ángela Andrade

#### 4.14.3. Evaluación de Planes.

**CUADRO # 38:** Evaluación de Planes

ITEMS	PROGRAMADO	REALIZADO	%

**Fuente:** RODRÍGUEZ Valencia (2007). Dirección Moderna de Organizaciones.  
**Elaborado por:** Ángela Andrade

#### 4.15. Proceso de Implementación.

A través del proceso de implementación, se establecen en orden sucesivo las actividades incluidas en el desarrollo de la propuesta en cada etapa del proceso de conformación, así como el responsable y su periodo de duración:

**CUADRO # 39:** Proceso de Implementación.

Nº	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	DURACIÓN
1.0	<b><u>Periodo de Gestación</u></b>		
1.1	Reconocer e informarse sobre las instituciones prestadoras de servicios de asesoría en Asociatividad.	Grupos de propietarios interesados.	1 Hora
1.2	Elección de la institución que facilitará el proceso de Asociatividad.	Grupos de propietarios interesados.	1 Hora
1.3	Invitar a propietarios potenciales a ser miembros de la Red Empresarial.	Consultor.	2 Horas
1.4	Primera reunión: Incentivar a los propietarios y exponer la importancia de la Asociatividad.	Consultor.	5 Horas
1.5	Segunda reunión: Creación de una comisión de gestión.	Consultor y comité gestión.	5 Horas
1.6	Tercera Reunión: Elaboración de un plan de trabajo.	Institución asesora y propietarios.	8 Horas
1.7	Firma de la carta de compromiso entre los propietarios y la institución asesora.	Consultor	2 Horas
2.0	<b><u>Periodo de Estructuración</u></b>		
2.1	Evaluación de análisis de formas legales de asociación.	Junta Directiva.	5 Horas
2.2	Constitución jurídica.	Propietarios.	8 Horas

3.0	<b><u>Periodo de Madurez</u></b>		
3.1	Alquiler de local para las instalaciones de la Red Empresarial.	Junta Directiva.	2 Horas
3.2	Compra de equipo de cómputo y papelería.	Administrador y Junta directiva	3 Horas
3.3	Contratación de recursos humanos	Administrador	8 Horas
3.4	Creación de la unidad de apoyo técnico.	Propietarios.	2 Horas

**Fuente:** RODRÍGUEZ Valencia (2007). Dirección Moderna de Organizaciones.

**Elaborado por:** Ángela Andrade

#### **4.16. Ejecución.**

En esta etapa se deben incluir aspectos que garanticen la eficiencia y eficacia del funcionamiento de la asociación para lo que es necesario, la coordinación y la descripción de procedimientos y controles que aseguren la operacionalización de acciones a realizar.

#### **4.17. Evaluación.**

Esta deberá aplicarse con el fin de verificar el cumplimiento de los objetivos y políticas de la asociación y debe realizarse durante el proceso de integración y funcionamiento y al final de cada periodo establecido, para ello se recomienda lo siguiente:

**Macro evaluación:** Corresponderá al análisis de los resultados obtenidos de cómo se han realizado las actividades en general en la asociación.

**Micro evaluación:** Está orientada a la evaluación del cumplimiento específico de las diferentes actividades realizadas en las distintas áreas administrativas de la asociación.

#### 4.18. Ingresos y Gastos para la Implementación del Proceso Asociativo.

Para llevar a cabo el proceso de Asociatividad entre los artesanos orfebres del Cantón La Libertad se generarán diferentes ingresos y gastos que son necesarios para cumplir con los requisitos exigidos por las autoridades correspondientes y para la ejecución de las diversas actividades. A continuación se detalla cada uno de los rubros para lograr la conformación y desarrollo de la Asociación de Artesanos Orfebres del Cantón La Libertad:

#### INGRESOS Y EGRESOS PROYECTADOS A 5 AÑOS.

**CUADRO # 40:** Ingresos y Egresos Proyectados a 5 Años.

DETALLE	2013	2014	2015	2016	2017
<b>SALDO INICIAL</b>	\$ -	\$ 35.983,27	\$ 80.732,41	\$ 131.724,53	\$ 190.628,10
<b>INGRESOS</b>					
ANILLOS 12GR.	\$ 10.368,00	\$ 11.404,80	\$ 12.545,28	\$ 13.799,81	\$ 15.179,79
ARETES 6GR.	\$ 5.184,00	\$ 5.702,40	\$ 6.272,64	\$ 6.899,90	\$ 7.589,89
PULSERAS 36GR.	\$ 62.208,00	\$ 68.428,80	\$ 75.271,68	\$ 82.798,85	\$ 91.078,73
COLLARES 52GR.	\$ 44.928,00	\$ 49.420,80	\$ 54.362,88	\$ 59.799,17	\$ 65.779,08
<b>TOTAL INGRESOS</b>	\$ 122.688,00	\$ 134.956,80	\$ 148.452,48	\$ 163.297,73	\$ 179.627,50
<b>EGRESOS</b>					
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>					
ANILLOS 12GR.	\$ 4.320,00	\$ 4.752,00	\$ 5.227,20	\$ 5.749,92	\$ 6.324,91
ARETES 6GR.	\$ 2.160,00	\$ 2.376,00	\$ 2.613,60	\$ 2.874,96	\$ 3.162,46
PULSERAS 36GR.	\$ 25.920,00	\$ 28.512,00	\$ 31.363,20	\$ 34.499,52	\$ 37.949,47
COLLARES 52GR.	\$ 18.720,00	\$ 20.592,00	\$ 22.651,20	\$ 24.916,32	\$ 27.407,95
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	\$ 51.120,00	\$ 56.232,00	\$ 61.855,20	\$ 68.040,72	\$ 74.844,79
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 1.593,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.593,80
COMPRA DE ACTIVOS FIJOS	\$ 1.255,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.255,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 25.695,94	\$ 25.374,95	\$ 25.888,68	\$ 25.226,46	\$ 25.771,77
GASTOS DE MARKETING	\$ 690,00	\$ 703,80	\$ 717,88	\$ 732,23	\$ 737,71
<b>TOTAL EGRESOS OPERATIVOS</b>	\$ 80.354,74	\$ 82.310,75	\$ 88.461,76	\$ 93.999,41	\$ 104.203,07
PARTICIPACION DE LOS TRABAJADORES	\$ 6.349,99	\$ 7.896,91	\$ 8.998,61	\$ 10.394,75	\$ 11.313,66
<b>TOTAL EGRESOS</b>	\$ 86.704,73	\$ 90.207,66	\$ 97.460,37	\$ 104.394,16	\$ 115.516,74
<b>SALDO OPERACIONAL</b>	\$ 35.983,27	\$ 44.749,14	\$ 50.992,11	\$ 58.903,57	\$ 64.110,76
<b>SALDO FINAL</b>	\$ 35.983,27	\$ 80.732,41	\$ 131.724,53	\$ 190.628,10	\$ 254.738,86

**Fuente:** Asociación de Artesanos Orfebres del Cantón La Libertad  
**Elaborado por:** Ángela Andrade

En el cuadro anterior se detalla cada uno de los ingresos recibidos por los cuatro productos iniciales que serán elaborados por los diferentes artesanos como aretes, pulseras, anillos y collares en diferentes gramos, estimados a un precio de venta de \$ 3,00 el gramo y para su respectivo costo de venta a un monto de \$ 1,25 por gramo, además se muestran los gastos operacionales los mismos que se encuentran detallados en cada uno de los correspondientes presupuestos, establecidos en el Anexo 5.

### ANÁLISIS COMPARATIVO SOBRE LA SITUACIÓN ECONÓMICA DE LOS ARTESANOS ORFEBRES SIN ASOCIATIVIDAD Y CON ASOCIATIVIDAD.

**CUADRO # 41:** Análisis Comparativo sobre la Situación Económica

DETALLE	SIN ASOCIATIVIDAD	CON ASOCIATIVIDAD
<b>SALDO INICIAL</b>	\$ -	\$ -
<b>INGRESOS</b>		
ANILLOS 12GR.	\$ 8.640,00	\$ 11.404,80
ARETES 6GR.	\$ 4.320,00	\$ 5.702,40
PULSERAS 36GR.	\$ 63.360,00	\$ 68.428,80
COLLARES 52GR.	\$ 34.560,00	\$ 49.420,80
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 110.880,00</b>	<b>\$ 134.956,80</b>
<b>EGRESOS</b>		
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>		
ANILLOS 12GR.	\$ 4.100,00	\$ 3.670,00
ARETES 6GR.	\$ 2.160,00	\$ 2.000,00
PULSERAS 36GR.	\$ 25.920,00	\$ 21.990,00
COLLARES 52GR.	\$ 18.720,00	\$ 15.678,00
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 50.900,00</b>	<b>\$ 43.338,00</b>
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 1.593,80	\$ 1.593,80
COMPRA DE ACTIVOS FIJOS	\$ 1.255,00	\$ 1.255,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 25.695,94	\$ 25.374,95
GASTOS DE MARKETING	\$ 690,00	\$ 703,80
TOTAL EGRESOS OPERATIVOS	\$ 80.134,74	\$ 72.265,55
PARTICIPACION DE LOS TRABAJADORES	\$ 4.611,79	\$ 9.403,69
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>\$ 84.746,53</b>	<b>\$ 81.669,24</b>
<b>SALDO OPERACIONAL</b>	<b>\$ 26.133,47</b>	<b>\$ 53.287,56</b>
<b>SALDO FINAL</b>	<b>\$ 26.133,47</b>	<b>\$ 53.287,56</b>

**Fuente:** Asociación de Artesanos Orfebres del Cantón La Libertad  
**Elaborado por:** Ángela Andrade

A través de este informe se determina que si existe un margen considerable de utilidad lo que es beneficioso para los artesanos orfebres, cabe recalcar que el precio de venta es estipulado para el mercado peninsular, por lo que este aumenta en cuanto se realicen entregas a empresas, lo que incrementaría la rentabilidad para la futura asociación, además que los orfebres también cuentan con clientes fijos en diferentes ciudades del Ecuador a los que se les distribuye varias artesanías cada cierto periodo de tiempo.

Para determinar el beneficio económico que tienen los artesanos en orfebrería del cantón La Libertad, se detalla a continuación un cuadro donde se demuestran los ingresos y gastos que se obtendrían sin el proceso de asociatividad y con el proceso de asociatividad, demostrando que al implementarse el trabajo en equipo se obtiene mejor rentabilidad y por ende mejora la competitividad de los artesanos.

## **4.19. Conclusiones y Recomendaciones.**

### **4.19.1. Conclusiones.**

Al terminar el proceso de desarrollo del trabajo de tesis, resulta importante establecer las siguientes conclusiones:

La elaboración de artesanías es un arte que se debe recuperar en la provincia de Santa Elena, pues en la actualidad se prefiere solo a la comercialización de estos productos por encontrarse a menor costo y también en varios diseños, esto hace que los artesanos estén en desventaja competitiva ante productos con similares características.

El líder debe ser una persona motivadora y guía con el fin de orientar e incentivar a los demás artesanos para que estos continúen con sus labores buscando nuevas alternativas y oportunidades para poder superar a la competencia.

El proceso asociativo es una opción de vital importancia para pequeños comerciantes, pymes y empresas que deseen expandirse en un mercado manteniendo su autonomía y consolidando fortalezas que sirvan para obtener un grado de competitividad eficiente.

En todo grupo es necesario tener definido el propósito del mismo, mecanismos de toma de decisiones claras y precisas, compromisos documentados para su seguimiento y control, procedimientos de admisiones y retiros de miembros y las comisiones de trabajos respectivas en cada una de las etapas de la planificación estratégica del grupo.

En las asociaciones se debe tener claro el diseño del producto y/o servicio ofrecido, su producción, procesos involucrados y finalmente su comercialización, todas estas etapas incluyen la gestión del talento humano y tecnologías, para llegar a alcanzar el objetivo propuesto inicialmente.

#### **4.19.2. Recomendaciones.**

Para dar por finalizado el proyecto de investigación se sugieren las siguientes recomendaciones:

Que exista cooperación entre los diferentes artesanos, gobiernos municipales y diferentes entidades u organización para incentivar la cultura e identidad nacional con el fin de contribuir a mejorar la competitividad al ofrecer a los clientes productos de calidad y que cuentan con el apoyo de las autoridades provinciales.

Es conveniente que exista un líder que tenga conocimiento y experiencia no solo en la fabricación de artesanías, sino también en saber orientar a los demás artesanos en la búsqueda de nuevas alternativas empresariales, con el fin de mejorar la producción y comercialización de los productos que ellos elaboran.

El formar una asociación entre los artesanos orfebres del cantón La Libertad sería de gran ayuda para los mismos, ya que su legal constitución le permitiría acceder a financiamientos, ofrecer sus productos de manera formal, mejorar su calidad y convirtiéndose en un ente generador de empleo.

Para el adecuado funcionamiento de un determinado grupo de personas es necesario establecer políticas y reglamentos que sirvan de guía en el direccionamiento de los mismos, con el fin de que exista disciplina organizacional en relación con las responsabilidades individuales de los miembros de una asociación y mejorar la capacidad de producir y distribuir de manera estandarizada.

Se debe establecer mediante consenso con los artesanos cuales son los productos con mayor rotación, sus costos, precios de ventas y los lugares de comercialización con el fin de contar con una planificación previa que permita tomar decisiones rápidas y seguras frente a los cambios que se den en el mercado peninsular.

#### **4.21. BIBLIOGRAFÍA.**

- ✓ BERNAL César, (2006). Metodología de la investigación para administración y economía, Editorial Prentice Hall, México.
- ✓ CHIRIBOGA M. y ARELLANO J. (2004). “Diagnóstico de la comercialización agropecuaria en Ecuador”, Editorial VECO.
- ✓ CIMILIO Mario (2010), Asociatividad en estrategia para la Internalización de negocios, Bogotá.
- ✓ HERNANDEZ Roberto (2003), SAMPIERI Carlos, BAPTISTA Pilar, Metodología de la investigación, Editorial McGraw-Hill, México.
- ✓ IRIGIYEN Horacio (2000). “La asociatividad entre Pymes”, Editorial México.
- ✓ JIMÉNEZ G. Jaime (2002), El futuro de las artesanías, Universidad Autónoma Metropolitana, México.
- ✓ MÉNDEZ A. Carlos, (2006). Metodología Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación, Bogotá.
- ✓ MONCAYO F. José, (2010). “Asociatividad y Cadenas de Valor en Ecuador”, Revista de la Universidad del Azuay, Cuenca.
- ✓ MUNARI B. (2005), Aspectos culturales y psicosociales, Editado por UNAM, México.
- ✓ PALLARE V. Zoilo, (2005). “La Asociatividad Empresarial” Programa de Desarrollo Empresarial Sectorial, Colombia.

- ✓ PAREDES G. Wilson (2011), Investigación Acción Primera Edición Editores Rijabal.
- ✓ POLIAK Raúl, (2001). “Asociatividad como grado de autonomía gerencial”.
- ✓ PRIETO JORGE. (2008). Gestión estratégica organizacional: Guía práctica para el diagnóstico empresarial. 2 ed. Bogotá: Ediciones ECOE.
- ✓ ROSALES Ramón (2005), “Estrategias Gerenciales para la Pequeña y Mediana Empresa”, Editorial ECAFSA/THOMSON, 3ra. Edición, México.
- ✓ ROSALES Ramón, (2003). “La asociatividad como estrategia de fortalecimiento de la pequeña y mediana empresa”, Caracas.
- ✓ VÁSQUEZ J., (2002). Programa de Promoción de Asociatividad, El Salvador.
- ✓ VEGAS Juan Carlos (2010), “Asociatividad Proyecto de Cooperación”, Perú.
- ✓ VEGAS Juan Carlos, (2000). “Informe de la Secretaria de la UNACTAD, Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo”.
- ✓ VENDRELL Juan, (2001). “Asociatividad de Casos Locales” El Rosario.

## LINCOGRAFÍA.

- ✓ [https://www.camaras.org/publicado/estudios/pdf/otras\\_pub/empresa/internacionalizacion.pdf](https://www.camaras.org/publicado/estudios/pdf/otras_pub/empresa/internacionalizacion.pdf).
- ✓ [http://www.revistasice.com/cmsrevistasICE/pdfs/ICE\\_839\\_9-21.pdf](http://www.revistasice.com/cmsrevistasICE/pdfs/ICE_839_9-21.pdf).
- ✓ Bogotá, 10.07.10, en [http://camara.ccb.org.co/documentos/4218\\_SEMINARIO\\_ASOCIATIVIDAD.pdf](http://camara.ccb.org.co/documentos/4218_SEMINARIO_ASOCIATIVIDAD.pdf).
- ✓ <http://www.eclac.org/ddpe/publicaciones/xml/4/32424/lcl2842e.pdf>.
- ✓ <http://revistas.ucm.es/cee/15766500/articulos/PAPE0707220007A.PDF>
- ✓ [http://www.nuso.org/upload/articulos/3402\\_1.pdf](http://www.nuso.org/upload/articulos/3402_1.pdf)
- ✓ [http://www.mincetur.gob.pe/comercio/ueperu/consultora/docs\\_taller/Preseleccionnes\\_Tumbes\\_y\\_Piura/1.2.1.2.F1%20Asociatividad%2020080912.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/comercio/ueperu/consultora/docs_taller/Preseleccionnes_Tumbes_y_Piura/1.2.1.2.F1%20Asociatividad%2020080912.pdf).

## ANEXOS.

### ANEXO # 1: Encuesta a posibles clientes.



#### UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

**Objetivo:** Realizar un estudio de campo a través de la captación de información, para diseñar técnicas indispensables que mejoren la gestión de la asociación. Todo cuanto nos pueda decir en honor a la verdad será de mucha utilidad y se le dará a su respuesta un tratamiento estadístico.

#### ENCUESTA A LOS CLIENTES/POSIBLES CLIENTES

Fecha:.....

Sexo: M  F

Edad: 18 -- 24 años   
25 -- 34 años   
35 -- 44 años   
45-- 54 años   
Más de 55

Nivel de Instrucción del entrevistado:  
Primaria   
Secundaria   
Superior

**1. ¿Le voy a mostrar una fotografía en dónde se muestra un producto de los artesanos del Cantón La Libertad indique?**

Si lo conoce

No lo conoce

Continuar con la entrevista

Pase a la pregunta 18.

**2. ¿Ud. ha comprado productos de orfebrería de plata a los artesanos del Cantón La Libertad?**

Si

No

¿Por qué?\_\_\_\_\_

(Pasar a la pregunta 10)

**3. ¿Con qué frecuencia realiza compras de artículos relacionados con la orfebrería?**

Cada 15 días

1 vez al mes

1 vez cada 2 meses

1 vez al año

Cada 2 años

Otra frecuencia\_\_\_\_\_

4. **¿Qué le parecen los productos que le ofrecen los orfebres del Cantón La Libertad?**

Muy interesantes  
Interesantes  
Indiferente  
Poco interesante  
Nada interesante

<input type="checkbox"/>

5. **¿De los atributos que poseen los productos orfebres en plata cuál considera Ud. que es el más importante?**

Diseño  
Calidad  
Precio  
Durabilidad  
Pureza  
Variedad  
Garantía  
Innovación  
Marca  
Empaque

<input type="checkbox"/>

6. **¿Cree Ud. que los precios de los productos son accesibles?**

Si  No  Por qué? \_\_\_\_\_

7. **¿Conoce Ud. que los artesanos orfebres prestan sus servicios en sus talleres, ubicados en sus propios domicilios?**

Si  No  (Pasar a la pregunta 10)

8. **¿Cómo evalúa Ud. el lugar donde prestan sus servicios los orfebres?**

Muy adecuado  
Adecuado  
Inadecuado  
Muy inadecuado

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

9. ¿Cómo valora Ud. la atención que recibe por parte de los orfebres del cantón La Libertad?

Muy buena  
Buena  
Regular  
Deficiente


10. ¿Conoce Ud. otros lugares que le ofrezcan los mismos productos?

Si

No

11. ¿Ha comprado algún producto similar?

Si

Cuál: \_\_\_\_\_

No

(Pasar a la pregunta 13)

12. ¿Podría Ud. mencionar cuales son los lugares donde adquiere productos similares?

Ferias  
Centros comerciales  
Tiendas  
Joyerías  
Otros \_\_\_\_\_


13. ¿Tiene conocimiento del precio final de los productos artesanales de los artesanos orfebres del Cantón La Libertad vendidos en el extranjero?

Si

No

14. ¿Cuál sería este precio?

\_\_\_\_\_

15. ¿Le gustaría que los orfebres del Cantón La Libertad formen una Asociación y ofrezcan sus productos de manera formal?

Si  Porque: \_\_\_\_\_

No  Porque: \_\_\_\_\_

**16. ¿Qué tan importante sería formar una Asociación para los artesanos orfebres?**

Muy importante  
Importante  
Indiferente  
Poco importante  
Nada importante

<input type="checkbox"/>

**17. ¿Considera Ud. que los artesanos orfebres a través de la formación de una Asociación tendrían la oportunidad de exportar sus productos?**

Si

No

**18. ¿Adquiriría Ud. este producto de orfebrería en plata de una Asociación de artesanos?**

Si

No

**19. ¿Qué le parece este producto?**

---

**Muchas Gracias por su valiosa colaboración.**



## ANEXO # 2: Entrevista a los futuros Socios.

### UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

**Objetivo:** Realizar un estudio de campo a través de la captación de información, para diseñar técnicas indispensables que mejoren la gestión de la asociación. Todo cuanto nos pueda decir en honor a la verdad será de mucha utilidad y se le dará a su respuesta un tratamiento estadístico.

---

#### ENTREVISTA.

1. ¿Cómo artesano orfebre le ha informado alguna institución pública dónde debe recurrir al momento de formar una asociación?
2. ¿Cómo artesanos orfebres se han organizado para conseguir un mismo objetivo o para alguna actividad en común?
3. ¿Cómo artesano cuáles serían sus beneficios si fuera miembro de una asociación?
4. ¿Qué tan satisfecho se encuentra Ud. como artesano orfebre con su situación actual?
5. ¿Ustedes como artesanos han elaborado algún proyecto referente a la formación de una asociación orfebre?
6. ¿Cómo grupo ustedes podrían conseguir el valor de la materia prima en precios accesibles?
7. ¿El taller donde labora es adecuado para el desempeño de sus actividades?
8. ¿La creación de una asociación orfebre debe estar orientada al enfoque de los objetivos de todos sus integrantes?
9. ¿Es importante la comunicación entre los artesanos de los diferentes talleres orfebres para alcanzar un mismo objetivo?
10. ¿Es necesaria la capacitación continua y constante en los artesanos orfebres para que mejoren sus productos?
11. ¿Estaría de acuerdo en pertenecer a alguna asociación, que le permita mejorar sus expectativas de negocio, de los productos de orfebrería en plata?
12. ¿Cree que aumentaría sus ventas si se une con otros artesanos en una asociación y pueda cumplir con sus expectativas?
13. ¿Cómo Ud. promociona su producto, utiliza algún método de distribución?

**Muchas Gracias por su valiosa colaboración.**

**ANEXO # 3: Plan de Acción.**

<b>PROCESO DE ASOCIATIVIDAD DE LOS ARTESANOS EN ORFEBRERÍA DEL CANTÓN LA LIBERTAD.</b>				
Problema principal: <b>Desventaja competitiva de los artesanos orfebres frente a empresas legalmente constituidas.</b>				
Fin del proyecto: <b>Implementación de un plan de asociatividad para los artesanos en orfebrería del Cantón La Libertad, provincia de Santa Elena.</b>			<b>Indicadores:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Base de datos de asociaciones o empresas de artesanías existentes en la Provincia.</li> <li>• Encuesta a posibles clientes</li> <li>• Entrevistas a los artesanos orfebres futuros socios.</li> </ul>	
Propósito del proyecto: <b>Agrupar a los artesanos en orfebrería del Cantón La Libertad, mediante el plan de asociatividad con el fin de obtener ventajas competitivas.</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de clientes que prefieren el producto de los artesanos orfebres sobre el número de clientes que prefieren a la competencia.</li> </ul>	
<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Estrategias</b>	<b>Coordinador del objetivo</b>	<b>Actividades</b>
<b>Investigar las posiciones de los clientes ante los productos artesanales.</b>	Base de datos de clientes que visitan los talleres de los artesanos orfebres.	Ofertar los productos artesanales de los orfebres del cantón La Libertad, de manera formal, con una mejor imagen, empaques y materiales de publicidad.	Junta Directiva  Socios	1.1 Seleccionar los productos que tienen mayor rotación de inventarios. 1.2. Determinar las herramientas promocionales con mayor efectividad en el mercado. 1.3. Seleccionar los pequeños segmentos de mercado. 1.4. Determinar el costo de los recursos y la tecnología. 1.5. Ejecutar la actividad.
	Investigación de mercado para determinar gustos y preferencias de los clientes.	Mejorar las ventas de los productos de los artesanos orfebres, al contar con recursos y tecnología obtenidos como asociación y de esta manera poder contrarrestar a la competencia.		
<b>Determinar cuáles son las necesidades de los consumidores.</b>	Clientes insatisfechos.	La asociación de artesanos orfebres del cantón La Libertad ofrecerá sus productos al mercado nacional y extranjero.	Junta Directiva  Socios	2.1. Establecer las fuentes de información 2.2. Definir nuevo mercado objetivo 2.3. Definir el presupuesto del estudio 2.4. Ejecutar el estudio
	Información de turistas que visitan los locales de artesanías en el Cantón La Libertad.			

<p><b>Analizar los lugares de compra del consumidor.</b></p>	<p>Encuesta al sector</p>	<p>Posicionamiento de las joyas y artesanías elaboradas por los orfebres del cantón La Libertad en la mente de los consumidores.</p> <p>Lograr que la Asociación de Artesanos Orfebres del Cantón La Libertad, sea la mejor opción al momento de adquirir artesanías en diferentes metales preciosos.</p>	<p>Junta Directiva</p> <p>Comisiones</p>	<p>3.1. Determinar la información que se requiere.</p> <p>3.2. Fijar el tamaño de la muestra</p> <p>3.3. Elaborar el cuestionario</p> <p>3.4. Establecer el presupuesto del estudio.</p> <p>3.5. Ejecutar el estudio.</p>
<p><b>Ofertar en el mercado meta los productos elaborados por los Artesanos Orfebres del Cantón La Libertad</b></p>	<p>Porcentaje de clientes que prefieren los productos de los artesanos orfebres sobre el número de clientes que prefieren a la competencia.</p> <p>Porcentaje de clientes satisfechos sobre porcentaje de clientes insatisfechos</p>	<p>Difundir las ventajas competitivas de la Asociación de Artesanos Orfebres del Cantón La Libertad y de los productos que ofrecen.</p>	<p>Junta Directiva</p> <p>Socios</p> <p>Comisiones</p>	<p>4.1. Establecer la dirección de la asociación.</p> <p>4.2. Seleccionar los espacios en los medios publicitarios.</p> <p>4.3. Fijar herramientas adicionales de difusión con el fin de captar la atención del mercado meta.</p> <p>4.4. Elaborar el presupuesto.</p> <p>4.5. Ejecutar la actividad.</p>

Fuente: Plan de Asociatividad  
Elaborado por: Ángela Andrade

**ANEXO # 4:** Carta Aval de los artesanos orfebres del Cantón La Libertad.

La Libertad, 28 de Junio de 2012

Señor:

**ECON. FELIX TIGRERO GONZÁLEZ**  
**DIRECTOR DE CARRERA**  
**INGENIERÍA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**  
**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA**

Presente.-

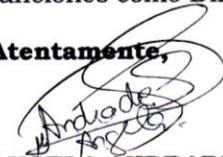
**De mis consideraciones:**

Yo, ANGELA KATIUSCA ANDRADE SANDOVAL, con C.I. #092427270-1, con Matricula N° 12007580586, egresada de la Carrera INGENIERIA EN DESARROLLO EMPRESARIAL, le doy a conocer por escrito el compromiso adquirido por las personas que integrarían la Asociación, y así poder iniciar mi tesis para la respectiva titulación, el tema a desarrollar de tesis es el siguiente: PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LOS ARTESANOS EN ORFEBRERIA DEL CANTON LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA.

Adjunto a este oficio el listado de nombres de los futuros socios de la asociación con sus respectivas firmas de compromiso.

Sin otro particular, me despido sin antes desearle éxito en sus funciones como Director de esta Carrera.

**Atentamente,**

  
**ANGELA ANDRADE SANDOVAL**  
**C.I. # 092427270-1**

  
RECIBIDO  
28/06/2012  
16:05  
FIRMA

**ANEXO # 5:** Carta de responsabilidad del Presidente Provisional de los  
Artesanos Orfebres.

**La libertad, 30 de junio de 2012**

Srs.

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA**  
Santa Elena.

De mis consideraciones.

**CERTIFICADO.**

Yo, BALDEÓN JURADO ANGEL con C.I. # 0924850365 me comprometo a proporcionar toda la información correspondiente a los procesos de elaboración, formación, opiniones y demás datos de los artesanos orfebres del cantón La Libertad, para que el tema PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LOS ARTESANOS ORFEBRES DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA elaborado por la Srta. Ángela Andrade Sandoval pueda ser realizado con normalidad y de acuerdo a los requerimientos de la Universidad.

Es todo que puedo certificar en honor a la verdad.

**Atentamente,**



Angel Baldeón Jurado  
C.I. 0924850365

**ANEXO # 6:** Carta de revisión del Gramatólogo.

**Ing. Washington Perero Vera, MSc.**  
**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**  
**Cel.0994649678**

**CERTIFICO**

Que he procedido a revisar la GRAMÁTICA del trabajo de la Srta. ÁNGELA ANDRADE SANDOVAL, con Cédula de Identidad # 092427270-1 cuyo tema de tesis es "PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LOS ARTESANOS EN ORFEBRERÍA DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013".

Es todo cuanto puedo certificar con respecto a la revisión del trabajo de tesis, por lo que la interesada puede darle el uso que estime conveniente al presente documento.

La Libertad, Agosto de 2013

Atentamente



Ing. Com. Washington Perero Vera, M.Sc.  
**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**  
**REGISTRO NÚMERO 1006-06-669797**  
C.I. 0914299250

## **ANEXO # 7: Actas de sesiones con los diferentes orfebres.**

**La Libertad, 23 de Agosto de 2012.**

Siendo las 14:00 se da por iniciada la primera reunión de los artesanos orfebres en el taller del Sr. Ángel Baldeón Jurado, con el fin de tratar temas varios temas importantes como la iniciativa de formar una asociación.

Los 20 orfebres que han sido citados asisten con puntualidad por lo que se estima es un muy buen comienzo, y que todos están presentes e interesados por el tema que se va a tratar. Para esto se inicia dando una charla por parte de la Sra. Ángela Andrade, sobre lo que significa la Asociatividad, sus ventajas, desventajas y todo el proceso que se llevaría a cabo para el desarrollo de esta alternativa.

Se dan a conocer las diferentes opiniones de los artesanos, así como también las dudas que se tiene sobre el tema de la asociatividad, uno de los socios indica que sería algo favorable para ellos ya que en la actualidad sufren de una competencia masiva de productos similares y que se encuentran a menor costo, así como también aquellas bisuterías del Perú que han sido de gran aceptación en el mercado local.

Los socios consultan también sobre cuál es el procedimiento para llevar a cabo esta asociación por lo que se queda planificada una próxima reunión en la que se presentaran los diferentes requisitos y también se establecerá un presidente provisional que sirva de guía durante toda esta época de conformación para la futura Asociación de Artesanos Orfebres. La reunión queda estipulada para el 05 de Septiembre de 2012, las 14h00 en el taller del Sr. Baldeón.

### **La Libertad, 05 de Septiembre de 2012**

Siendo las 14h00 se da por iniciada la reunión con la presencia de los 20 artesanos orfebres que desean realizar el proceso asociativo. Tomando como referencia lo tratado en la reunión anterior quien manifiesta que se nombre un presidente provisional para que guíe a todos sus compañeros en los diferentes procesos que se desean llevar a cabo.

La sala está de acuerdo con lo establecido por lo que se proceda a emitir nombres:

Sr. Oswaldo Lindao

Sr. Ángel Baldeón

Sr. Jorge Torres

Eligiéndose como presidente provisional al Sr. Ángel Baldeón, y los dos artesanos más como Vicepresidente y Tesorero. Además se nombre a la Srta. Martha Chele como Secretaria, estos agradecen por el cargo asignado y piden a los artesanos que se mantengan unidos y colaboren en las metas que se propongan, principalmente en la formación de la Asociación.

Posteriormente se da a conocer los diferentes requisitos establecidos para la formación de la Asociación, los mismos que son establecidos por Ministerio de Inclusión Económica y Social MIES, a lo que los socios manifiestan estar de acuerdo y mencionan estar seguros de cumplir con todos estos procedimientos.

Posteriormente y cumpliendo con lo estipulado por las entidades reguladoras en la creación de nuevas asociaciones se establece que se debe crear un reglamento interno, políticas, misión, visión, objetivos con el fin de que la asociación tenga un direccionamiento claro y definido y se sepa con exactitud hacia donde se quiere llegar o lo que se desea alcanzar con este proceso asociativo. Por lo que el actual presidente manifiesta que una vez aprobado por los requisitos previos para la conformación se convocará a una nueva reunión con el fin de receptar las diferentes ideas u opiniones de los artesanos orfebres.

El presidente agradece a todos por el entusiasmo en cada una de las sesiones y da por terminada la sesión a las 18h00. Para constancia firman:

**ACTA DE COMPROMISO**

1) **NOMBRE:** Nury H Ramirez Tomala  
**C.I. #** : 091947873-5

Nury H. Ramirez  
**FIRMA**

2) **NOMBRE:** Angel Baldeon Jurado  
**C.I. #** : 092485036-5

Angel Baldeon J.  
**FIRMA**

3) **NOMBRE:** Lianora Balpez  
**C.I. #** : 092045960-8

Lianora Balpez  
**FIRMA**

4) **NOMBRE:** Celinda Nájera  
**C.I. #** : 0201584083

Celinda Nájera  
**FIRMA**

5) **NOMBRE:** Carlos Salinas  
**C.I. #** : 092670115-7

Carlos Salinas  
**FIRMA**

6) **NOMBRE:** Martha Ched  
**C.I. #** : 090963668-0

Martha Ched  
**FIRMA**

7) **NOMBRE:** Jimmy Torres  
**C.I. #** : 092783655-1

Jimmy Torres  
**FIRMA**

8) **NOMBRE:** Remedios Santos  
**C.I. #** : 092078145-7

Remedios Santos  
**FIRMA**

9) **NOMBRE:** WELLINGTON RAMIREZ T  
**C.I. #** : 092888040-3

WELLINGTON RAMIREZ T  
**FIRMA**

10) **NOMBRE:** Alis Torres Jose  
**C.I. #** : 092636660-0

Alis Torres Jose  
**FIRMA**

- 11) NOMBRE: Livingston Comala Del Pozo Livingston Comala  
 C.I. # : 0924270432 **FIRMA**
- 12) NOMBRE: Olivia Custóbal Quada [Signature]  
 C.I. # : 0905462123 **FIRMA**
- 13) NOMBRE: Amelia Beatriz Comala Perera. Amelia B Comala P.  
 C.I. # : 0907926-4. **FIRMA**
- 14) NOMBRE: Oswaldo Rubén Lindao Santos [Signature]  
 C.I. # : 091678537-1 **FIRMA**
- 15) NOMBRE: ALFA FANNY SANTOS CATUTO. Fanny Santos  
 C.I. # : 090686055-6. **FIRMA**
- 16) NOMBRE: Jessica Marieliz Rodríguez Lindao [Signature]  
 C.I. # : 0928417666 **FIRMA**
- 17) NOMBRE: Winston Oswaldo Lindao Santos. [Signature]  
 C.I. # : 0917402257 **FIRMA**
- 18) NOMBRE: Gonzalo Rodríguez [Signature]  
 C.I. # : 090764023-9 **FIRMA**
- 19) NOMBRE: Jonathan Emanuel Lindao Santos [Signature]  
 C.I. # : 092492160-4 **FIRMA**
- 20) NOMBRE: Jorge Lamey Jose [Signature]  
 C.I. # : 0917799728 **FIRMA**

**ANEXO # 8:** Detalle de cada uno de los rubros necesarios para la implementación del proceso de asociatividad.

**GASTOS DE CONSTITUCIÓN.**

<b>GASTOS CONSTITUCIÓN</b>	<b>TOTAL</b>
Honorarios de Abogados	600,00
Apertura de Cuenta de Asociación (Patrimonio con que deben contar las Asociaciones)	400,00
Permiso Municipal	30,00
Permiso de Salud	35,00
Alquiler de Oficina	500,00
Permiso Cuerpo de Bomberos	28,80
<b>TOTAL</b>	<b>1593,80</b>

**Fuente:** Estudio investigativo  
**Elaborado por:** Ángela Andrade

<b>INVERSION TOTAL</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Activos Fijos	3718,00	76,47%
Activos Diferidos	1593,80	23,53%
<b>TOTAL</b>	<b>4861,80</b>	<b>100,00%</b>

<b>TASA BANCARIA</b>	<b>15,20%</b>
----------------------	---------------

**Fuente:** Estudio investigativo  
**Elaborado por:** Ángela Andrade

## ADQUISICIÓN DE ACTIVOS FIJOS.

### PRESUPUESTO DE INVERSION DE ACTIVOS FIJOS Y DEPRECIACION EXPRESADO EN DOLARES

CANT	ACTIV FIJOS	COD	VALOR UNIT	TOTAL	CICLO VID	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Acondicionador de Aire Goldstar	AD	160,00	160,00	5	32,00	32,00	32,00	-	-
2	Modulares	AD	105,00	210,00	5	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00
4	Máquinas sumadoras sony	AD	35,00	140,00	5	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00
3	Telefono Panasonic	AD	40,00	120,00	5	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00
4	Sumadoras	AD	30,00	120,00	5	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00
4	Sillas ejecutivas	AD	48,00	192,00	5	38,40	38,40	38,40	38,40	38,40
4	Escritorios	AD	80,00	320,00	5	64,00	64,00	64,00	64,00	64,00
1	Mesa de reuniones	AD	140,00	140,00	5	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00
4	Silla estandar	AD	40,00	160,00	5	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00
4	Sillones de oficina	AD	35,00	140,00	5	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00
5	Archivadores	AD	65,00	325,00	5	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00
1	U.P.S. Best Power 5KVA (regulador)	AD	45,00	45,00	3	15,00	15,00	15,00	-	-
3	Impresora Epson XP 1170	AD	82,00	246,00	3	82,00	82,00	82,00	-	-
4	Computador Compaq Deskpro EP	AD	350,00	1.400,00	3	466,67	466,67	466,67	-	-
		<b>Total AD</b>	<b>1.255,00</b>	<b>3.718,00</b>		<b>969,07</b>	<b>969,07</b>	<b>969,07</b>	<b>373,40</b>	<b>373,40</b>
		<b>Total general</b>	<b>1.255,00</b>	<b>3.718,00</b>		<b>969,07</b>	<b>969,07</b>	<b>969,07</b>	<b>373,40</b>	<b>373,40</b>

DEPRECIACION ACUMULADA      969,07    1.938,13    2.907,20    3.280,60    3.654,00

Fuente: Estudio investigativo  
Elaborado por: Ángela Andrade

## NÓMINA DE PERSONAL.

PERSONAL	COD	SUELDO			BENEFICIOS SOCIALES						TOTAL GENRAL	PROYECCION				
		SUELDO	COMIS	TOTAL	13 AVO	14 AVO	VACAC.	F. RESERV	A. PATRO	TOTAL		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Administrador	AD	380,00		380,00	31,67	22,00	15,83	31,67	46,17	147,34	527,34	5.528,37	6.454,60	6.583,69	6.715,37	6.849,67
Secretaria	AD	320,00		320,00	26,67	22,00	13,33	26,67	38,88	127,55	447,55	4.665,89	5.477,97	5.587,53	5.699,28	5.813,27
Contador	AD	100,00		100,00							100,00	1.200,00	1.224,00	1.248,48	1.273,45	1.298,92
Encargado de Compras	AD	320,00		320,00	26,67	22,00	13,33	26,67	38,88	127,55	447,55	4.665,89	5.477,97	5.587,53	5.699,28	5.813,27
	Total AD	1.340,00	0	1.340,00	111,67	88,00	55,83	111,67	162,81	529,98	1.522,43	16.060,16	18.634,54	19.007,23	19.387,38	19.775,13
	Total Gral	1.340,00	0	1.340,00	111,67	88,00	55,83	111,67	162,81	529,98	1.522,43	16.060,16	18.634,54	19.007,23	19.387,38	19.775,13

**Fuente:** Estudio investigativo  
**Elaborado por:** Ángela Andrade

## SERVICIOS BÁSICOS.

### CONSUMO MENSUAL

DETALLE	V. MES
Energia Electrica	180,00
Agua Potable	5,00
Telefono	25,00
<b>TOTAL</b>	<b>210,00</b>

### CONSUMO ANUAL

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Energia Electrica	2.160,00	2.203,20	2.247,26	2.292,21	2.338,05	11.240,73
Agua Potable	60,00	61,20	62,42	63,67	64,95	312,24
Telefono	300,00	306,00	312,12	318,36	324,73	1.561,21
<b>TOTAL</b>	<b>2.520,00</b>	<b>2.570,40</b>	<b>2.621,81</b>	<b>2.674,24</b>	<b>2.727,73</b>	<b>13.114,18</b>

Fuente: Estudio investigativo  
Elaborado por: Ángela Andrade

## MATERIALES Y SUMINISTROS

### ASOCIACIÓN DE ORFEBRES LA LIBERTAD SUMINISTROS DE OFICINA

DETALLE	CANTIDAD	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Resmas de papel A-4	100	2,10	210,00	214,20	218,48	222,85	227,31
Esferos	200	0,18	36,00	36,72	37,45	38,20	38,97
lapicez	50	0,17	8,50	8,67	8,84	9,02	9,20
cintas lexmar impresora	100	2,00	200,00	204,00	208,08	212,24	216,49
cintas adhesivas	36	0,15	5,40	5,51	5,62	5,73	5,85
clips	60	0,30	18,00	18,36	18,73	19,10	19,48
clips mariposas	24	0,45	10,80	11,02	11,24	11,46	11,69
carpetas manila	260	0,17	44,20	45,08	45,99	46,91	47,84
vinchas	36	0,60	21,60	22,03	22,47	22,92	23,38
cuadernos	36	0,30	10,80	11,02	11,24	11,46	11,69
grapap	24	0,85	20,40	20,81	21,22	21,65	22,08
perforadoras	24	2,20	52,80	53,86	54,93	56,03	57,15
resaltadores	36	0,35	12,60	12,85	13,11	13,37	13,64
sacagrapas	36	0,05	1,62	1,65	1,69	1,72	1,75
<b>TOTAL</b>			<b>652,72</b>	<b>665,77</b>	<b>679,09</b>	<b>692,67</b>	<b>706,53</b>

Fuente: Estudio investigativo  
Elaborado por: Ángela Andrade

**ASOCIACIÓN DE ORFEBRES LA LIBERTAD**  
**GASTOS DE MANTENIMIENTO**  
**Expresado en dólares**

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Desinfectantes y Ambientales	220,00	224,40	228,89	233,47	238,14	<b>1144,89</b>
Escoba y escobillones	20,00	20,40	20,81	21,22	21,65	<b>104,08</b>
Fundas de basura	18,00	18,36	18,73	19,10	19,48	<b>93,67</b>
Tachos de basura	62,00	63,24	64,50	65,79	67,11	<b>322,65</b>
Limpiadores en Spray	71,00	72,42	73,87	75,35	76,85	<b>369,49</b>
Franelas	21,00	21,42	21,85	22,29	22,73	<b>109,28</b>
<b>TOTAL</b>	<b>412,00</b>	<b>420,24</b>	<b>428,64</b>	<b>437,22</b>	<b>445,96</b>	<b>2144,06</b>

**ASOCIACIÓN DE ORFEBRES LA LIBERTAD**  
**GASTOS DE INFRAESTRUCTURA Y ADECUACION**  
**Expresado en dólares**

PRODUCTO	AÑO 1
Cielo raso	500,00
Pinturas	120,00
Brochas	25,60
Divisiones del espacio	500,00
Lámparas fluorescentes	80,00
Grifería para baños	180,00
Servicio Higienicos, lavamanos	210,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.615,60</b>

**Fuente:** Estudio investigativo  
**Elaborado por:** Ángela Andrade

**PUBLICIDAD Y MARKETING.**

**ASOCIACIÓN DE ORFEBRES LA LIBERTAD**  
**PRESUPUESTO DE MARKETING**  
**EXPRESADO EN DOLARES**

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Publicidad Radio	480,00	489,60	499,39	509,38	510,40	2.488,77
Volantes	210,00	214,20	218,48	222,85	227,31	1.092,85
<b>TOTAL</b>	<b>690,00</b>	<b>703,80</b>	<b>717,88</b>	<b>732,23</b>	<b>737,71</b>	<b>3.581,62</b>

**Fuente:** Estudio investigativo  
**Elaborado por:** Ángela Andrade

## TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN.

### PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACION EXPRESADO EN DOLARES

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Sueldos y Salarios	13.440,00	13.708,80	13.982,98	14.262,64	14.547,89	69.942,30
Beneficios Sociales	2.686,16	4.925,74	5.024,26	5.124,74	5.227,24	22.988,14
Capacitaciones	200,00	204,00	208,08	212,24	216,49	1.040,81
Gastos Legales	1.593,80	638,34	702,17	772,39	849,62	4.556,31
Suministros de Oficina	652,72	665,77	679,09	692,67	706,53	3.396,78
Servicios Basicos	2.520,00	2.570,40	2.621,81	2.674,24	2.727,73	13.114,18
Depreciacion	969,07	969,07	969,07	373,40	373,40	3.654,00
Amortizacion Gastos Constitucion	318,76	151,76	151,76	151,76	151,76	925,80
Gastos de Mantenimiento	412,00	420,24	428,64	437,22	445,96	2.144,06
Infraestructura y Remodelación	1.615,60	-	-	-	-	1.615,60
<b>TOTAL</b>	<b>24.408,11</b>	<b>24.254,12</b>	<b>24.767,85</b>	<b>24.701,30</b>	<b>25.246,61</b>	<b>123.377,99</b>

**Fuente:** Estudio investigativo  
**Elaborado por:** Ángela Andrade

**ANEXO # 9: Acta de Constitución de la Asociación.**

**ACTA DE CONSTITUCIÓN DE LA ASOCIACIÓN.**

NUMERO: 34563. En el cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, República del Ecuador, a los veinticinco días del mes de diciembre del dos mil doce, siendo las 12h00, en el local de la Junta Cívica de La Libertad, se lleva a cabo una concentración de los siguientes señores artesanos:

El Sr. Livinton Tomalá Del Pezo hace uso de la palabra y se dirige a los presentes agradeciéndoles por la asistencia, manifestando que la finalidad de la reunión es la de unificar a todos los artesanos orfebres, iniciativa que surge de un diálogo, coordinado con el señor Jimmy Toro como un elemento conocedor de las organizaciones artesanales, esperando que desde hoy nazca la nueva Asociación con el apoyo de ustedes.

El señor Oswaldo Lindao Santos mis más sinceros agradecimientos a quienes me hicieron esta cordial invitación, hoy se suscribe una página en la historia para los artesanos orfebres del cantón La Libertad, porque por fin hay personas dignas de alabarlos y elogiarlos, pues será un orgullo para ustedes que se forma una Asociación.

El Sr. Livinton Tomalá Del Pezo felicitó a los coordinadores por haberse preocupado en organizarse. Es la oportunidad que se elija una Asociación de artesanos orfebres que vele por los intereses de los mismos.

El Sr. Ángel Baldeón Jurado manifestó que sea definitivamente la formación de la Asociación. La Sala se pronuncia que se forme la Asociación. El Sr. Carlos Salinas menciona que se nombre un Secretario, recayendo este nombramiento en el Sr. Oswaldo Lindao Santos.

Ante mí, Ab. Carlos San Andrés, Notario de este domicilio, comparecen el señor Ángel Baldeón Jurado, Laura Del Pezo, Celinda Nájera, Carlos Salinas, Martha Chele, Jimmy Toro, René Lindao Santos, Wellington Ramírez, Alis Torres José, Livinton Tomalá Del Pezo, Gloria Cristóbal Orrala, Amelia Tomalá Perero, Oswaldo Lindao Santos, Alba Santos Catuto, Jessica Rodríguez Lindao, Winston Lindao Saltos, Gonzalo Rodríguez, Jonathan Lindao Santos, Jorge Torres José, todos de este domicilio, a quienes conozco, portadores de sus Documento Único de Identidad No. \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_; respectivamente; Y ME DICEN: Que por medio de este instrumento vienen a constituir una Asociación con fines de Lucro.

Los comparecientes por unanimidad acuerdan elegir la primera Junta Directiva de la Asociación, la cual queda conformada de la siguiente manera, Presidente, el señor Jimmy Toro, Secretario General Oswaldo Lindao Santos, Tesorero el señor Winston Lindao Saltos, todos de generales antes expresadas. Así se expresaron los comparecientes y yo, el suscrito notario.

DOY FE y firmamos:

1) **NOMBRE:** Nury H Ramirez Tomala  
**C.I. #** : 091947873-5

Nury H. Ramirez T.  
**FIRMA**

2) **NOMBRE:** Angel Baldeon Jurado  
**C.I. #** : 092485036-5

Angel Baldeon J.  
**FIRMA**

3) **NOMBRE:** Laura Perez  
**C.I. #** : 092045960-8

Laura Perez  
**FIRMA**

4) **NOMBRE:** Celinda Nájera  
**C.I. #** : 0201584083

Celinda Nájera  
**FIRMA**

5) **NOMBRE:** Carlos Salinas  
**C.I. #** : 092670115-7

Carlos Salinas  
**FIRMA**

6) **NOMBRE:** Martha Ched  
**C.I. #** : 090963668-0

Martha Ched  
**FIRMA**

7) **NOMBRE:** Jimmy Torres  
**C.I. #** : 092783655-1

Jimmy Torres  
**FIRMA**

8) **NOMBRE:** Remedios Santos  
**C.I. #** : 092078143-7

Remedios Santos  
**FIRMA**

9) **NOMBRE:** WELLINGTON RAMIREZ T  
**C.I. #** : 092888040-3

WELLINGTON RAMIREZ T  
**FIRMA**

10) **NOMBRE:** Alis Torres Jose  
**C.I. #** : 092636660-0

Alis Torres Jose  
**FIRMA**

- 11) NOMBRE: *Livingston Comala Del Pezo* *Livingston Comala*  
 C.I. # : *0924270432* **FIRMA**
- 12) NOMBRE: *Clara Costabal Quila*  
 C.I. # : *0905462123* **FIRMA**
- 13) NOMBRE: *Amelia Beatriz Femala Perera.* *Amelia B Femala P*  
 C.I. # : *0907926-4.* **FIRMA**
- 14) NOMBRE: *Oswaldo Rubén Lindao Santos*  
 C.I. # : *091678537-1* **FIRMA**
- 15) NOMBRE: *Alfa Fanny Santos Catúo.* *Fanny Santos*  
 C.I. # : *090686055-6.* **FIRMA**
- 16) NOMBRE: *Jessica Mariuz Rodriguez Lindao*  
 C.I. # : *0928417666* **FIRMA**
- 17) NOMBRE: *Winston Oswaldo Lindao Santos.* *Lindao Winston*  
 C.I. # : *091740225-7* **FIRMA**
- 18) NOMBRE: *Gonzalo Rodriguez*  
 C.I. # : *090764023-9* **FIRMA**
- 19) NOMBRE: *Jonathan Emanuel Lindao Santos*  
 C.I. # : *092492160-4* **FIRMA**
- 20) NOMBRE: *Josep Ferrer Jose*  
 C.I. # : *0917799728* **FIRMA**

**ANEXO # 10:** Estatutos de la Asociación de Artesanos Orfebres del Cantón La Libertad

**CAPÍTULO I**  
**NATURALEZA, DENOMINACIÓN, DOMICILIO Y PLAZO**

Art. 1.- Créase en el cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, República del Ecuador, a los veinticinco días del mes de diciembre del dos mil doce, siendo las 12h00, en el local de la Junta Cívica de La Libertad, la Asociación de Artesanos Orfebres del Cantón La Libertad y que se identificará por las siglas LOA como una entidad privada y apolítica.

Art. 2.- El domicilio de la Asociación será: en el Cantón La Libertad, Barrio General Enríquez Gallo.

Art. 3.- La Asociación se constituye por tiempo indefinido y solo podrá disolverse por acuerdo de Asamblea General.

**CAPÍTULO II**  
**OBJETO O FINALIDAD**

Art. 4.- Los fines u objetos de la Asociación serán:

- a) Facilitar la integración de socios
- b) Lograr una mayor rentabilidad empresarial a través de la disminución de costos. Adiestrar el recurso humano en forma conjunta en las diferentes áreas

**CAPÍTULO III**  
**EL PATRIMONIO**

Art. 5.- El patrimonio de la Asociación estará constituido por:

- a) Aportaciones de sus miembros
- b) Todos los bienes muebles o inmuebles que adquiera

Art. 6.- El Patrimonio será administrado por la Junta Directiva conforme a las directrices que le manifieste la Asamblea General.

**CAPÍTULO IV**  
**DEL GOBIERNO DE LA ASOCIACIÓN.**

Art. 7.- El gobierno de la asociación será ejercido por:

- a) Asamblea General; y
- b) La Junta Directiva

**CAPÍTULO V**  
**DE LA ASAMBLEA GENERAL**

Art. 8.- La Asamblea General, debidamente convocada, es la autoridad máxima de la Asociación y estará integrada por la totalidad de los miembros.

Art. 9.- La Asamblea General se reunirá ordinariamente una vez al año y extraordinaria cuando fuere convocada por la Junta Directiva. La Asamblea General sesionará válidamente con la asistencia del cincuenta y uno por ciento como mínimo de los Miembros en primera convocatoria y en segunda convocatoria con los miembros que estén presentes, excepto en los casos especiales en que se requiera una mayoría diferente.

Art. 10.- Todo miembro que no pudiera asistir a cualquiera de las sesiones de Asamblea General por motivos justificados podrá hacerse representar por escrito por otro miembro. El límite de representaciones es de un miembro, llevando la voz y el voto de su representado.

**CAPÍTULO VI**  
**DE LA JUNTA DIRECTIVA**

Art. 11.- La dirección y administración de la Asociación estará a cargo de la Junta Directiva, la cual estará integrada de la siguiente forma:

1 Presidente, 1 Vicepresidente, 1 Secretario, 1 Tesorero, 4 Vocales Principales; y 4 Vocales Suplentes. La Junta Directiva administrará y dispondrá del patrimonio de la misma, en los términos que establezcan el presente estatuto.

Art. 12.- Los miembros de la Junta Directiva serán electos para un periodo de dos años pudiendo ser reelectos por un periodo más.

Art. 13.- La Junta Directiva sesionará ordinariamente una vez al mes y extraordinariamente cuantas veces sea necesario.

Art. 14.- El quórum necesario para que la Junta Directiva pueda sesionar es la mitad más uno de sus Miembros y sus acuerdos deberán ser tomados por la mayoría de los asistentes.

Art. 15 El representante legal de la asociación será el presidente de la Junta Directiva.

## **CAPÍTULO VII**

### **DE LOS MIEMBROS DE LA ASOCIACIÓN.**

Art. 16.- Son miembros de la Asociación todas aquellas personas que aportan tangible e intangiblemente a la constitución de la misma.

Art. 17.- Son derechos de los miembros de la asociación.

- a) Gozar de los beneficios derivados de la Asociación.
- b) Tener voz en las deliberaciones y voto en las decisiones de la Asamblea General;
- c) Optar a cargos directivos que señalen los estatutos de la asociación.
- d) Los demás que les señalen los estatutos de la Asociación.

Art. 18.- Son deberes de los miembros de la asociación.

- a) Asistir a sesiones Ordinarias y Extraordinarias de Asamblea General.
- b) Cooperar en el desarrollo de aquellas actividades propias de la Asociación.
- c) Cumplir y hacer cumplir los presentes Estatutos, acuerdos y resoluciones de la Asamblea General.

Art. 19.- La calidad de miembro de la asociación se perderá por las causas siguientes:

- a) Por faltas cometidas que a juicio de la Asamblea General merezcan tal sanción;
- y b) Por renuncia presentada por escrito a la Junta Directiva.

**CAPÍTULO VIII**  
**GENERACIÓN DE INGRESO Y DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES.**

Art.- 20 La generación de ingresos de la asociación se obtendrá por la aportación inicial de cada uno de los miembros de la asociación. (Sugiriendo que esta no sea menor de mil dólares), a fin de lograr la sostenibilidad de la asociación.

Art.- 21 La distribución de utilidades y pérdidas se realizará en forma equitativa en función de la aportación de sus miembros.

**CAPÍTULO IX**  
**DE LA DISOLUCIÓN.**

Art. 22.- La Asociación no podrá disolverse por disposición de la Asamblea General convocada para ese efecto.

Art. 23.- En caso de acordarse la disolución de la Asociación se nombrará una Junta de Liquidación compuesta por cinco personas, electas por la Asamblea.

**CAPÍTULO X**  
**DISPOSICIONES GENERALES.**

Art. 24.- Para reformar o derogar los presentes estatutos será necesario el voto favorable de no menos del sesenta por ciento de los miembros en Asamblea General convocada para tal efecto.

Art. 25.- La Asociación\_\_\_\_\_ se regirá por los estatutos y demás disposiciones legales aplicables.

Talleres y productos elaborados por los artesanos orfebres.

**ANEXO # 11: Herramientas de los artesanos orfebres**



**ANEXO # 12:** Proceso de elaboración de las artesanías.



**ANEXO # 13: Moldura y Soldado**



## ANEXO # 14: Proceso de pulimento



**ANEXO # 15: Lijado**



**ANEXO # 16: Productos terminados**



## **GLOSARIO DE TÉRMINOS.**

**Fundir.-** Acción o efecto de volver líquido los metales empleando el calor.

**Crisol.-** Cuchara de arcilla para fundir metales a temperaturas muy altas.

**Pistola.-** Instrumento que consta de unos tubos, una llave y una boquilla donde sale fuego que se usa para calentar, fundir y soldar.

**Objetivo:** Es una meta o finalidad a cumplir para la que se disponen medios determinados.

**Burocracia:** Organización o estructura organizativa caracterizada por procedimientos explícitos y regularizados, división de responsabilidades y especialización del trabajo, jerarquía y relaciones impersonales

**Competitividad:** Capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores.

**Productividad:** Es la relación entre la producción obtenida por un sistema de producción o servicios y los recursos utilizados para obtenerla.

**Estrategia:** Es un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin o misión.

**Modelos:** Son representaciones de un objeto, sistema o idea de forma diferente a la identidad de la misma.

**Oferta:** Se considera como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio dado en un momento determinado

**Calidad:** Es un conjunto de detalles y características que distingue a un determinado producto o servicio para cumplir con las expectativas del consumidor.

**Organigrama:** Es considerado como la representación gráfica de la estructura formal de un organismo (empresa).

**Retroalimentación:** Es un mecanismo muy fundamental que se utiliza para cambiar o modificar las actividades para que éstas, cumplan con su objetivo final. En las organizaciones se le conoce como feed-back.

**Trabajo en equipo:** El trabajo en equipo se define como la habilidad de trabajar en unidad y confianza para que las acciones sean más productivas; es decir, que es el motor que impulsa a direccionarse hacia un mismo fin en la empresa.

**Visión:** La visión se constituye como un escenario en el que la empresa se va a dirigir para alcanzar los propósitos establecidos en la misión; es decir, que se convierte en la imagen que desea proyectar la organización en un futuro.

**Eficacia:** Es la capacidad o habilidad de alcanzar los objetivos, programas y metas, en un tiempo determinado; es decir, que es el cumplimiento de las actividades establecidas por la organización, cuyos resultados demuestran el efecto que su aplicación pueda generar.

**Eficiencia:** Se le define como el uso de los recursos disponibles y necesarios para obtener los resultados óptimos y de esta forma alcanzar el propósito que persigue una organización.

## **ABREVIATURAS.**

Abg.: Abogado.

ACE: Asociación de Colaboración Empresaria.

Art.: Artículo.

COD.: Código.

Dpto.: Departamento.

Eco.: Economista.

EE.UU.: Estados Unidos.

IEPS: Instituto de Economía Popular Solidaria.

INEC: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

MIES: Ministerio de Inclusión Económica y Social

MRL: Ministerio de Relaciones Laborales.

MSc.: Máster.

Pág.: Página.

PNBV: Plan Nacional del Buen Vivir.

PNUD: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

Pymes: Pequeñas y medianas empresas.

UTE: Unión Transitorias de Empresas.